

М. Г. Безпарточний

Розвиток регіонального споживчого ринку в системі ефективного функціонування торговельних підприємств

Досліджено значення регіонального споживчого ринку у системі економічних відносин у країні. Виокремлено специфічні ознаки цього ринку, що відрізняє його від інших економічних систем. Розглянуто особливості функціонування регіонального споживчого ринку у сучасних економічних відносинах, визначено його структуру. Шляхом оцінки господарської діяльності торговельних підприємств здійснено економічну діагностику стану регіонального споживчого ринку. Запропоновано типологію ринку, визначено чинники забезпечення його розвитку та ефективності функціонування суб'єктів сфери торгівлі. Обґрунтовано напрями розвитку регіонального споживчого ринку та торговельних підприємств в умовах конкуренції шляхом розробки економічної стратегії розвитку, поєднання економічного потенціалу постачальників і торговельних підприємств, формування ефективних взаємовідносин між місцевими товаровиробниками та торговельними підприємствами.

Ключові слова: регіональний споживчий ринок, торговельні підприємства, торговельна мережа, гуртовий і роздрібний товарообіг, платоспроможний попит, розвиток, ефективність, стратегія.

Регіональний споживчий ринок є індикатором соціально-економічного розвитку будь-якої території і країни загалом. На ньому задовольняються повсякденні потреби населення, здійснюються господарські операції різними підприємствами, формуються елементи інфраструктури, визначається рівень ефективності функціонування регіональної економіки, її конкурентоспроможність. У зв'язку з цим пріоритетним напрямом забезпечення ефективності національної економіки України у сучасних умовах є досягнення стабілізації та розвитку регіональних споживчих ринків. Також значимість регіонального споживчого ринку визначається його роллю у системі відтворення, забезпеченні організаційно-економічних зв'язків виробництва і споживання, ефективності функціонування торговельних підприємств, збалансованості попиту і пропозиції, забезпеченні гнучкості системи ціноутворення, формуванні механізмів розвитку конкуренції тощо. Крім того, регіональний споживчий ринок має високу соціальну значимість. Збалансований за цінами, товарорухом, кількістю та якістю товарного забезпечення регіональний споживчий ринок є не лише необхідною складовою ефективно працюючої національної економіки, а й основою зростання рівня життя населення, оскільки слугує одним з джерел наповнення бюджетів різних рівнів.

Досліджувана наукова проблема має щільний зв'язок з практикою господарювання торговельних підприємств, які є одним з основних структурних елементів регіонального споживчого ринку і потребують розробки відповідних механізмів забезпечення ефективного функціонування та розвитку суб'єктів торговельної сфери, що дозволить сформуванню ринкового конкурентного середовища.

В економічній літературі існують публікації, які присвячені дослідженню проблем регулювання та розвитку регіонального споживчого ринку, серед них чільне місце посідають роботи Т. Г. Білокінь [2], П. І. Григорчука [3], І. В. Гришиної [4], В. О. Данильченка [5], А. А. Мазаракі [8], О. І. Мигаленка [9], М. П. Соколика [10] тощо. Окремі аспекти щодо використання торговельними підприємствами механізмів сприяння ефективному функціонуванню та розвитку регіонального споживчого ринку розкриті нами у науковій праці [1].

Як показав аналіз наукових джерел, залишаються малодослідженими концептуальні підходи до розвитку регіонального споживчого ринку з огляду на забезпечення ефективності функціонування торговельних підприємств.

Метою статті є дослідження значення, специфічних ознак та особливостей функціонування регіонального споживчого ринку, визначення структури

регіонального споживчого ринку, здійснення економічної діагностики стану регіонального споживчого ринку шляхом оцінки господарської діяльності торговельних підприємств, запропонувати типологію регіонального споживчого ринку, обґрунтувати напрями розвитку регіонального споживчого ринку та торговельних підприємств.

Регіональний споживчий ринок ми уявляємо як підсистему товарно-грошових та організаційно-економічних відносин, що формуються у процесі купівлі-продажу товарів і послуг, для розвитку яких у межах відповідної території склалися сприятливі соціально-економічні умови для здійснення господарської діяльності задля задоволення потреб населення.

Суб'єктами регіонального споживчого ринку є фізичні та юридичні особи, які виготовляють продукцію та надають послуги, торговельні підприємства, споживачі (населення певного регіону, а також інших регіонів країни, фізичні особи нерезиденти, які користуються товарами і послугами).

Соціально-економічне значення регіонального споживчого ринку відображено на рис. 1.

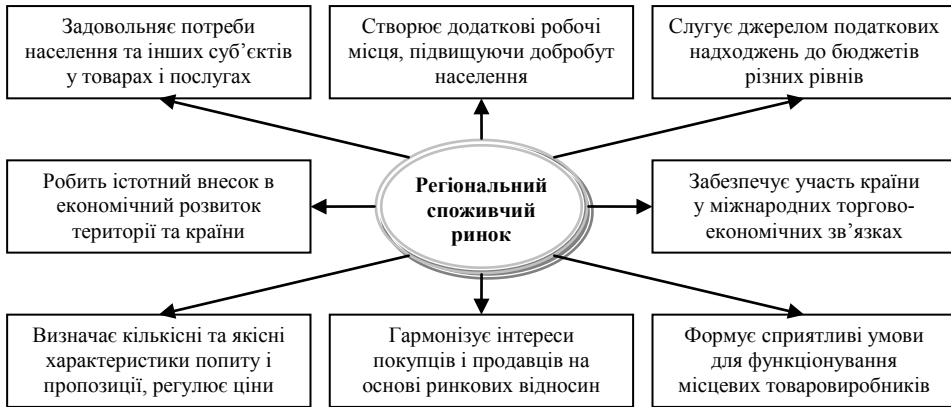


Рис. 1. Соціально-економічне значення регіонального споживчого ринку

Побудовано автором.

Згідно з рис. 1, соціально-економічне значення регіонального споживчого ринку визначається тим, що він пов'язаний з обслуговуванням усіх фаз відтворення (виробництва, розподілу, обміну та споживання) і за допомогою механізму рівноваги попиту та пропозиції регулює економічні відносини між окремими суб'єктами відтворення. Важливу роль цей ринок відіграє також і в грошовому обігу, оскільки кошти у своїй основній масі починають рух саме на ньому. Крім того, регіональний споживчий ринок надає інформацію про обсяги купівельного попиту на окремі групи і види товарів, зміни попиту за асортиментною та якісною структурою, формує попит населення на нові товари.

Характерними специфічними ознаками функціонування регіонального споживчого ринку є:

- відносна його відокремленість як частини внутрішнього (національного) ринку країни, що відображає рівень задоволення потреб території за рахунок місцевого виробництва;
- цілісність, що передбачає наявність адміністративної території, у межах якої забезпечується безпосереднє формування товарних ресурсів для задоволення потреб населення;
- наявність специфічних економічних, національних, природно-кліматичних, демографічних особливостей тощо.

Особливості регіонального споживчого ринку представлені на рис. 2.



Рис. 2. Особливості регіонального споживчого ринку

Побудовано автором.

Регіональний споживчий ринок впливає на низку фаз, тісно пов'язаних між собою в єдиному процесі: потреби населення регіону – виробництво продукції (пропозиція) – платоспроможний попит покупців – збут товарів (торгівля) – споживання (задоволення потреб покупців). Кожна із зазначених фаз процесу формування і використання фонду споживання у регіоні характеризується особливостями взаємодії його елементів, власним механізмом руху, розвитку та вдосконалення. Взаємодія фаз формування та кінцевого використання фонду споживання здійснюється через регіональний споживчий ринок. Сигнали, що йдуть від споживачів до виробництва, відображають реальний попит населення на товари необхідного асортименту.

У структурі регіонального споживчого ринку виокремлюють три сегменти: ринок продовольчих і непродовольчих товарів, ринок споживчих послуг.

Для дослідження сучасного стану та перспектив розвитку регіонального споживчого ринку доцільно здійснювати його економічну діагностику за допомогою відповідного методичного інструментарію, визначення чинників, які впливають на функціонування ринку споживчих товарів і послуг з урахуванням комплексного підходу, рівня використання інновацій і регіональної специфіки.

Здійснюючи комплексну діагностику процесів функціонування та розвитку регіонального споживчого ринку, необхідно враховувати такі ключові аспекти:

- основними суб'єктами ринку є підприємства гуртової та роздрібною торгівлі, споживачі;

- найбільше на розвиток цього ринку впливають такі чинники, як грошові доходи населення (платоспроможний попит), ціни на товари і послуги, виробництво товарів і надання послуг;
- характерними територіальними межами сфери впливу ринку є місто, область (регіон), країна;
- переважającym типом регіональних зв'язків є міжрегіональні та міжнародні;
- основними формами і методами державного регулювання є цінові (контроль за цінами на соціально значущі товари).

Оскільки найбільшу частку на регіональному споживчому ринку посідають торговельні підприємства, проведемо оцінку стану їх господарювання (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягу роздрібного товарообігу підприємств за регіонами України у 2010-2014 рр. (млн грн)

Область/місто України	Роки					Темп зміни, 2014 р. у% до 2010 р.
	2010	2011	2012	2013	2014	
Україна	274600	346498	404863	429242	437175	159,2
АР Крим	10118	13199	16937	18664	х	х
Вінницька	5564	7297	8419	8947	10126	182,0
Волинська	4594	5896	7103	7993	8884	193,4
Дніпропетровська	24531	29962	35363	37538	43250	176,3
Донецька	25092	31240	37757	39741	28648	114,2
Житомирська	4939	6454	7232	7883	9286	188,0
Закарпатська	5850	7334	8028	8041	9726	166,3
Запорізька	10629	13061	16268	17160	20562	193,5
Івано-Франківська	4953	6375	7060	7639	9072	183,2
Київська	11875	17186	19473	21388	25628	у 2,2 р.
Кіровоградська	4394	5315	6273	6477	7509	170,9
Луганська	8988	11106	14194	14642	8420	93,7
Львівська	14905	18174	19695	19847	22726	152,5
Миколаївська	5576	7386	8373	9005	9830	176,3
Одеська	17574	22474	26497	28765	32071	182,5
Полтавська	7106	8916	10394	10902	11893	167,4
Рівненська	4416	5518	6230	6626	8045	182,2
Сумська	3918	5048	5835	6057	6819	174,0
Тернопільська	3784	4658	5145	5129	6098	161,2
Харківська	18406	22683	26016	27960	32255	175,2
Херсонська	5244	6255	7358	7826	9379	178,9
Хмельницька	5111	6568	7438	7557	8738	171,0
Черкаська	5356	7071	8071	8351	9437	176,2
Чернівецька	4102	4951	5178	5338	6469	157,7
Чернігівська	4394	5502	6309	6836	7628	173,6
м. Київ	50091	62847	73005	77135	84677	169,0
м. Севастополь	3092	4024	5213	5799	х	х

Складено автором на основі [6].

Як свідчать дані табл. 1, у 2014 р. порівняно з 2010 р. найбільше зростання обсягів роздрібного товарообігу торговельних підприємств спостерігається у Волинській (на 93,4%), Запорізькій (на 93,5%) і Київській областях (у 2,2 разу). За аналогічний період найменший приріст обсягу роздрібного товарообігу торговельних підприємств має Донецька область (на 14,2%), а у Луганській області обсяги знизилися на 6,3%.

Залежно від обсягів діяльності торговельних підприємств за регіонами України нами виокремлено чотири типи розвитку регіонального споживчого ринку (табл. 2).

Типологія регіональних споживчих ринків залежно від обсягів господарської діяльності торговельних підприємств України

Тип регіонального споживчого ринку	Рівень розвитку торговельних підприємств на регіональному споживчому ринку	Області України
Перший	Дуже високий	Дніпропетровська, Одеська, Харківська.
Другий	Високий	Запорізька, Київська, Львівська.
Третій	Середній	Вінницька, Полтавська.
Четвертий	Низький	Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська.

Побудовано автором.

Інформація табл. 2 свідчить, що відповідно до результатів обсягів діяльності торговельних підприємств виокремлено чотири типи регіональних споживчих ринків. Необхідно зазначити, що результати господарювання торговельних підприємств прямо пропорційно залежать від рівня розвитку суб'єктів сфери торгівлі у відповідному регіоні України. Запропонована типологія характеризується тимчасовою стійкістю та залежить від подальшого забезпечення стабільності функціонування та розвитку торговельних підприємств в умовах конкуренції. Обґрунтуємо кожен тип регіонального споживчого ринку.

Перший тип регіонального споживчого ринку характеризується досить високим рівнем розвитку торговельних підприємств і можливостями для збереження позитивної динаміки господарювання у подальшій перспективі. Чинниками збереження позитивної динаміки є розвиток підприємств харчової промисловості у зазначених регіонах України; ефективність здійснення збутової політики; високий рівень розвитку торговельної інфраструктури; накопичені резерви щодо збільшення обсягів нових торговельних площ за рахунок розвитку роздрібних торговельних мереж і їх диференціація за організаційно-економічними формами (гіпермаркети, супермаркети, дискаунтери, магазини біля дому); активна політика органів державного управління щодо розвитку споживчого ринку в регіоні.

Для другого типу регіонального споживчого ринку характерним є уповільнення динаміки зростання обсягів діяльності торговельних підприємств у найближчій перспективі. До домінуючих чинників розвитку належать: економічний стан зазначених регіонів і рівень зростання платоспроможного попиту споживачів. У перспективі можливим є вихід з ринку слабких гравців, уповільнення екстенсивного розширення торговельних мереж, продовження експансії у регіонах дискаунтерів.

Третій тип регіонального споживчого ринку відображає помітне уповільнення динаміки розвитку торговельних підприємств і збереження середніх показників розвитку торгівлі на регіональному рівні. Основним чинником розвитку є забезпечення ефективного функціонування підприємств регіону, що сприяють формуванню позитивного економічного результату (отримання чистого прибутку, сплата податків до бюджету, позитивна динаміка працевлаштування та рівня заробітної плати тощо). Можливими змінами на регіональному споживчому ринку цього типу є уповільнення динаміки розвитку у результаті скорочення обороту роздрібною торгівлі, об'єктів торгівлі і торговельних площ за рахунок припинення діяльності слабких гравців; збереження середніх для регіонального рівня показників розвитку торговельних мереж; експансія і розвиток регіональних і місцевих торговельних мереж.

Для четвертого типу регіонального споживчого ринку характерним є пряма залежність розвитку торговельних підприємств від соціально-економічних процесів у регіоні. Відмінність четвертого типу від інших полягає у тому, що у зазначених регіонах спостерігається помітне скорочення обсягів виробництва і реалізації продукції, має місце диспропорція між оборотом роздрібною торгівлі та заробітною платою, розрахованою на одну особу. Така тенденція свідчить про те, що регіональний споживчий ринок орієнтований переважно на місцеве населення, менший ступінь залучення заощаджень і реалізації відкладеного попиту. У перспективі можливим є помітне уповільнення динаміки розвитку регіонального споживчого ринку за рахунок скорочення кількості його учасників, насамперед невеликих за розмірами господарюючих суб'єктів торгівлі, збереження низького рівня розвитку торговельних мереж, розвиток у регіонах переважно локальних торговельних мереж, переважання у структурі об'єктів торгівлі малих підприємств.

Для забезпечення розвитку регіонального споживчого ринку та ефективного функціонування торговельних підприємств нами запропоновано:

- розробка економічної стратегії розвитку регіонального споживчого ринку органами державного управління, спрямованої на застосування методичного підходу до визначення оптимального співвідношення великих, середніх і дрібних форм торгівлі залежно від рівня соціально-економічного розвитку територій; підтримка торговельного підприємництва; зниження бар'єрів та адміністративного регулювання у сфері торгівлі; розвиток конкурентного середовища. Заходами реалізації цієї стратегії є: пряма фінансова підтримка відповідних програм розвитку організаційно-економічних форм торгівлі, полегшення доступу малих і середніх торговельних підприємств до сучасних технологій у сфері розподілу та реалізації товарів; формування сприятливих умов для здійснення малого підприємництва у роздрібній торгівлі та розвитку фірмової торгівлі (умови надання земельних ділянок та оренди нерухомості);
- поєднання економічного потенціалу постачальників і торговельних підприємств щодо координації діяльності, включаючи створення господарських структур, які є конкурентоспроможними відносно великих торговельних мереж з урахуванням світової практики таких об'єднань. Створення відповідних організаційних структур має здійснюватися за підтримки органів державного управління за рахунок формування умов господарювання методами, які не суперечать чинному антимонопольному законодавству;
- розробка та дотримання учасниками регіонального споживчого ринку правил взаємодії, які враховують інтереси як постачальників, так і торговельних підприємств. Ініціаторами розробки та впровадження таких правил можуть бути ділові асоціації (наприклад, рада підприємців). Підтримка координації діяльності місцевих товаровиробників і торговельних підприємств органами державного управління не має створювати переваг перед постачальниками з інших регіонів, обмежувати доступ іноземних товарів на регіональний споживчий ринок.

Таким чином, досліджені нами аспекти щодо забезпечення розвитку регіонального споживчого ринку дозволили визначити роль, виявити специфічні ознаки та особливості його функціонування, що проявляються у задоволенні потреб споживачів, забезпеченні ефективного функціонування елементів ринкової інфраструктури, позитивній динаміці показників соціально-економічного розвитку регіону. Визначено структурні елементи та здійснено економічну діагностику його стану, що свідчить про переважання на ринку торговельних підприємств і збільшення обсягів товарообігу. За результатами оцінки показників господарювання торговельних підприємств України запропоновано типологію регіонального споживчого ринку, що включає чотири типи ринків за рівнем розвитку суб'єктів сфери торгівлі; за кожним типом визначено чинники, що впливають на розвиток

ринку і забезпечують ефективне функціонування торговельних підприємств у перспективі. Обґрунтовано напрями розвитку регіонального споживчого ринку та торговельних підприємств, що передбачають розробку економічної стратегії забезпечення конкурентного середовища, підтримки торговельного підприємництва, удосконалення ринкової інфраструктури. Запропоновано поєднання економічного потенціалу постачальників і торговельних підприємств для забезпечення конкурентоспроможності та досягнення синергетичного ефекту. Акцентовано увагу на механізмах співпраці місцевих товаровиробників і торговельних підприємств за участю органів державного управління.

Перспективами подальших наукових розвідок у цьому напрямі дослідження є обґрунтування напрямів формування конкурентного середовища на регіональному споживчому ринку.

Список використаних джерел

1. Безпарточний М. Г. Використання торговельними підприємствами механізмів сприяння ефективного функціонування та розвитку регіонального споживчого ринку / М. Г. Безпарточний // Ідеї академіка В. І. Вернадського та проблеми сталого розвитку регіонів : матеріали XV Міжн. наук.-практ. конф. (м. Кременчук, 7-8 червня 2013 р.). – Кременчук : Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського, 2013. – С. 91-92.
2. Білокінь Т. Г. Регулювання розвитку регіонального споживчого ринку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / Т. Г. Білокінь ; Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2012. – 20 с.
3. Григорчук П. І. Удосконалення механізмів розвитку регіонального ринку продовольчих споживчих ресурсів : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / П.І. Григорчук ; Міжнародний університет бізнесу та права. – Херсон, 2012. – 20 с.
4. Гришина І. В. Формування механізму регулювання споживчого ринку : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.02.03 – Організація управління, планування і регулювання економікою / І. В. Гришина ; Донецький національний університет. – Донецьк, 2006. – 20 с.
5. Данильченко В. О. Організаційно-економічне забезпечення регулювання регіонального споживчого ринку товарів : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / В. О. Данильченко ; Національна академія природоохоронного і курортного будівництва. – Сімферополь, 2013. – 20 с.
6. Статистичний щорічник України за 2014 рік / за ред. І. М. Жук. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 560 с.
7. Іванова А. М. Регулювання розміщення об'єктів інфраструктури ринку споживчих товарів / А. М. Іванова // Економіка та держава. – 2012. – №4. – С. 101-106.
8. Мазаракі А. Ринок споживчих товарів в Україні: посткризові тенденції / А. Мазаракі, В. Лагутін // Економіка України. – 2011. – №9. – С.17-26.
9. Мигаленко О. І. Регіональний споживчий ринок: логістичний підхід : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / О. І. Мигаленко ; Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2014. – 20 с.
10. Соколик М.П. Диспропорції у розвитку споживчого ринку України / М. П. Соколик // Економіка і прогнозування. – 2012. – №3. – С. 47-63.

References

1. Bezpartochnyy, M. H. (2013). Vykorystannya torhovel'nyh pidpryyemstvamy mekhanizmiv spryyannya efektyvnoho funktsionuvannya ta rozvytku rehional'noho spozhyvchoho rynku [The use of trade enterprises mechanisms to facilitate the effective operation and development of regional consumer market]. In *Ideyi akademika V. I. Vernads'koho ta problemy staloho rozvytku rehioniv* [Academician V. I. Vernadsky's ideas and problems of sustainable regional development]. Proceedings of the International Conference, 2014, June 7-8. (pp. 91-92). Kremenchuk: Kremenchuk Mykhailo Ostohradskyi National University. [in Ukrainian].
2. Bilokin, T. H. (2012). *Rehulyuvannya rozvytku rehional'noho spozhyvchoho rynku* [The regulation of the regional consumer market]. (Ph.D. thesis. Cherkasy State Technological University, Cherkasy, Ukraine). [in Ukrainian].
3. Hryhorchuk, P. I. (2012). *Udoskonalennya mekhanizmiv rozvytku rehional'noho rynku prodovol'chyykh spozhyvchyykh resursiv* [Improving the development of regional food market consumer resources]. (Ph.D. thesis. International University of Business and Law, Kherson, Ukraine). [in Ukrainian].
4. Hryshyna, I. V. (2006). *Formuvannya mekhanizmu rehulyuvannya spozhyvchoho rynku* [The formation of regulation mechanism of the consumer market]. (Ph.D. thesis. Donetsk National University, Donetsk, Ukraine). [in Ukrainian].

5. Danylchenko, V. O. (2013). *Orhanizatsiyno-ekonomichne zabezpechennya rehulyuvannya rehional'noho spozhyvchoho rynku tovariv [Organizational-economic ensuring of regulation for regional consumer goods market]*. (Ph.D. thesis. National Academy of Environmental and Resort Construction, Simferopol, Ukraine). [in Ukrainian].
6. State Statistics Service of Ukraine (2015). *Statystychnyy shchorichnyk Ukrayiny za 2014 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2014]*. Kyiv. [in Ukrainian].
7. Ivanova, A. M. (2012). *Rehulyuvannya rozmishchennya ob'yektiv infrastruktury rynku spozhyvchykh tovariv [Adjusting of the placement of infrastructure objects for consumer goods market]*. *Ekonomika ta derzhava – Economy and State*, 4, 101-106. Kyiv: Institute of Personnel Training of the State Employment Service of Ukraine [in Ukrainian].
8. Mazaraki, A., Lagutin, V (2011). *Rynok spozhyvchykh tovariv v Ukrayini: postkryzovi tendentsiyi [Market for consumer goods in Ukraine: post-crisis trends]*. *Ekonomika Ukrayiny – Economy of Ukraine*, 9, 17-26. Kyiv: Institute for Economics and Forecasting of Ukrainian NAS [in Ukrainian].
9. Myhalenko, O. I. (2014). *Rehional'nyy spozhyvchyy rynek: lohistychnyy pidkhid [Regional consumer market: logistics approach]*. (Ph.D. thesis. Cherkasy State Technological University, Cherkasy, Ukraine). [in Ukrainian].
10. Sokolyk, M. P. (2012). *Dysproportsiyi u rozvytku spozhyvchoho rynku Ukrayiny [Imbalance in the development of the consumer market of Ukraine]*. *Ekonomika i prohnozuvannya – Economy and Forecasting*, 3, 47-63. Kyiv: Institute for Economics and Forecasting of Ukrainian NAS. [in Ukrainian].

Bezpartochnyi M. H. Ddevelopment of regional consumer market in the system of efficient functioning of trade enterprises.

In terms of competition there is a need to ensure the development of the regional consumer market and businesses. The largest shares of the regional consumer market are occupied by trade enterprises and they ensure its stable operation. In order to further develop the regional consumer market it is necessary to investigate the socio-economic status areas of the country and the factors affecting changes in dynamics. Trade enterprises are part of infrastructure of the regional consumer market and ensure its stable functioning. The aim of the study is to determine the importance of specific features and characteristics of operation of the regional consumer market, to study the structure of the regional consumer market, to economically diagnose the regional consumer market by assessing the economic activities of trade enterprises, to propose a typology of regional consumer market, to justify the directions of the regional consumer market and trade enterprises. The author uses complex methods to determine the prospects of regional consumer market and economic diagnostic tools to assess the economic indicators of trade enterprises. The specific features of the regional consumer market that distinguishes it from other economic systems are determined. Features of operation of the regional consumer market in the current economic relations are outlined. The structures of the regional consumer market are investigated. Economic diagnosis of the regional consumer market through economic evaluation of trade enterprises is conducted. It was established that the regional consumer market should be further development through a combination of a favorable competitive environment management, effective functioning of trade enterprises, stable dynamics of socio-economic indicators of Ukraine's regions and infrastructure market development. A typology of regional consumer market factors to ensure its development and efficiency of the trade enterprises is determined. The directions of the regional consumer market and trade enterprises development in a competitive environment by elaborating economic development strategy, the combination of the economic potential suppliers and trade enterprises and forming effective relationships between local producers and trade enterprises are defined.

Keywords: regional consumer market, trade enterprises, sales network, wholesale and retail trade, purchasing power, development, efficiency, strategy.

Безпарточний Максим Григорович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (businesshold@mail.ru). Bezpartochnyy Maksym Hryhorovych – Ph.D. (Econ.), Assoc. Prof., Associate Professor of the Department of enterprise economics of the Poltava University of Economics and Trade.

Надійшло 24.11.2015 р.