

Міністерство освіти і науки України  
Львівський національний університет імені Івана Франка

**РОЗВИТОК СПОЖИВЧОГО РИНКУ  
ТОВАРІВ І ПОСЛУГ:  
ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА**

Монографія

*За редакцією доц. Н. П. Банери, доц. С. М. Пилипенко*

Львів 2024

УДК 339.137:338.46.05:658.62/.64

Р 64

**Авторський колектив:**

В. О. Акмен (2.2), Н. П. Банера (1.7), С. О. Белінська (3.4),  
І. О. Бочан (передмова, 2.1), М. І. Виклюк (2.4), О. М. Вітер (1.1),  
М. В. Гарасимлюк (3.3), Д. В. Гонга (1.4, 1.6), Р. М. Захарчин (3.1),  
О. В. Килин (1.1), О. В. Колянко (2.3), С. С. Корабельніков (2.3),  
О. М. Левицька (3.5), Н. В. Луців (1.5), О. О. Мороз (3.4), Л. Б. Наконечна (1.3),  
Н. А. Нестеренко (3.4), Д. М. Одарченко (2.2), Г. В. Озимок (1.3),  
В. А. Павлова (1.2), І. В. Петлін (2.4), С. М. Пилипенко (1.7), Н. А. Свелеба (1.1),  
Л. Я. Сенік (1.4, 1.6), Т. О. Скрипко (3.2, 3.3), С. В. Сорокіна (2.2), В. К. Топорков (2.4)

**Рецензенти:**

д-р техн. наук, проф. *Г. М. Михайлова*  
(Державний торговельно-економічний університет, м. Київ);  
д-р екон. наук, проф. *О. Ю. Бочко*  
(Національний університет «Львівська політехніка»)

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
(протокол № 58/11 від 29 листопада 2023 р.)*

Р 64

**Розвиток споживчого ринку товарів і послуг: теорія та практика :**  
монографія / [В. О. Акмен, Н. П. Банера, С. О. Белінська та інші] ; за ред.  
доц. Н. П. Банери, доц. С. М. Пилипенко. – Електрон. вид. – Львів :  
ЛНУ імені Івана Франка, 2024. – 202 с.

ISBN 978-617-10-0847-2.

Проаналізовано економічні явища та процеси на споживчому ринку товарів і послуг, оцінено його актуальний стан і перспективи подальшого розвитку.

Розглянуто актуальні проблеми стану та перспектив розвитку споживчого ринку товарів і послуг, системи управління якістю, конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємств. Також запропоновано шляхи їх вирішення, розробивши економічну стратегію розвитку підприємств і механізм державного регулювання та контролю. Досліджено економічні аспекти ринку будівельних товарів, молока та молочних продуктів, хліба та хлібобулочних виробів, овочевих та грибних заморожених напівфабрикатів тощо. Визначено роль та облікові аспекти логістики в управлінні підприємством, доведено доцільність інвестування у розбудову транспортно-логістичної інфраструктури. Значну увагу приділено формуванню інноваційної політики держави та підприємств. Розроблено бізнес-модель споживчого ринку, оцінено його економічну безпеку та безпеку його складових.

Для науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів, фахівців-практиків у сфері економіки та підприємництва, а також для широкого загалу читачів, яких цікавлять досліджувані проблеми.

**УДК 339.137:338.46.05:658.62/.64**

© Акмен В. О., Банера Н. П., Белінська С. О.  
та ін., 2024

© Львівський національний університет імені  
Івана Франка, 2024

ISBN 978-617-10-0847-2

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ</b> .....	7
1.1. Механізм державного регулювання споживчого ринку товарів і послуг .....	7
1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів .....	19
1.3. Аналіз ринку молока та молочних продуктів .....	35
1.4. Маркетингове дослідження попиту споживачів вершкового масла .....	42
1.5. Стан і перспективи розвитку вітчизняного ринку будівельних товарів .....	51
1.6. Логістика як важливий чинник функціонування підприємства в умовах війни .....	65
1.7. Логістика в управлінні підприємством: облікові аспекти .....	74
<b>РОЗДІЛ 2. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ: ДЕРЖАВНИЙ І ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ АСПЕКТИ</b> .....	85
2.1. Інноваційна політика держави, соціальна згуртованість суспільства, довіра до інститутів влади як надійна основа сучасного економічного розвитку України .....	85
2.2. Державний контроль і нормативне регулювання якості молока як сировинного компонента для виготовлення молочних продуктів на шляху до ринків ЄС .....	92

2.3. Формування інноваційної політики організацій .....	107
2.4. Інвестиції у розбудову транспортно-логістичної інфраструктури ЄС: практика та механізми реалізації .....	113
<b>РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА БІЗНЕС-МОДЕЛІ СПОЖИВЧОГО РИНКУ .....</b>	<b>123</b>
3.1. Вітчизняний товарний ринок як вагомий чинник економічної безпеки в умовах сьогоденних викликів і загроз .....	123
3.2. Напрями змін атрибутів продуктів харчування .....	137
3.3. Бізнес-модель підприємства харчової галузі .....	145
3.4. Критерії безпечності полікомпонентних овочевих і грибних заморожених напівфабрикатів .....	155
3.5. Оцінка конкурентоздатності підприємств в умовах змін .....	163
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>175</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>180</b>
<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ МОНОГРАФІЇ «РОЗВИТОК СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА» .....</b>	<b>198</b>

## **1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів**

---

мотивації та налагодженої співпраці між виробниками, споживачами та посередниками, використовують економічні методи, які є основою механізму регулювання споживчого ринку товарами. Вони охоплюють грошово-кредитні та бюджетно-фінансові засоби; господарське програмування; державне підприємництво; державний сектор економіки та засоби зовнішньоторговельної політики [94].

Серед інструментів регулювання ринку споживчих товарів, які визначають рівень купівельної спроможності та доходів населення, виділяють цінове регулювання. У сфері ціноутворення на ринку споживчих товарів запроваджено вільні ціни на продовольчі товари та послуги, скасовано торговельні надбавки, граничні рівні рентабельності.

Механізм (інструменти) державного регулювання ринку споживчих товарів за різними напрямками подано в табл. 1.4.

Отже, для забезпечення ефективного розвитку споживчого ринку товарів і послуг, підвищення зацікавленості суб'єктів господарювання у збільшенні обсягів виробництва споживчих товарів і послуг, підвищенні продуктивності праці працівників, збільшенні доходів споживачів необхідне комплексне використання прямих і опосередкованих методів та інструментів державного регулювання.

## **1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів**

Хліб і хлібобулочні вироби є продуктом повсякденного раціону для більшості населення, а відтак важливим продуктом харчування в Україні та у всьому світі. Тож за таким підходом їх виробництво має нарощуватися. Однак, як свідчить статистика, обсяг виробництва зазначеної продукції щорічно знижується. Причини: зменшення кількості населення, зокрема через міграцію під час воєнного стану; заміна частиною споживачів хлібобулочних виробів товарами-субститутами, а також

зростання частки тіньового сегмента ринку. Незважаючи на значущість хліба в життєзабезпеченні населення, зростають ціни на окремі види досліджуваної продукції, що негативно впливає на обсяг споживання [106]. Зростання собівартості хлібобулочних виробів через подорожчання енергоносіїв і сировинної складової також є одним з чинників, що обмежують розвиток цього сегмента ринку.

Дослідження сегмента хліба та хлібобулочних виробів за узагальненою статистичною інформацією [122] дає змогу визначити його профіль і динамічні характеристики (табл. 1.5).

У структурі виробництва досліджуваної категорії переважає група «Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання» (щорічно частка в загальному обсязі категорії становить до 50%); група «Хліб пшеничний» (21%); група «Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній» (15%). Розрахунок темпів зростання засвідчує, що за всіма товарними позиціями спостерігається зменшення обсягів виробництва у 2017–2021 роках у натуральному вираженні, за незначним винятком окремих періодів. Це свідчить про негативний характер динаміки виробництва хліба та хлібобулочних виробів. Зазначена закономірність підтверджується статистичними даними за січень 2022 року, за якими виробництво досліджуваної товарної позиції становило 95,1% до січня 2021 року [122].

Вивчення індексів промислової продукції за видами діяльності та основними промисловими групами у 2013–2022 роках підтвердило, що виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів зменшувалося щорічно (рис. 1.2).

**1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку  
ринку хліба та хлібобулочних виробів**

*Таблиця 1.5*

Динаміка виробництва хліба та хлібобулочних виробів, т

Найменування продукції	2017	2018	2019	2020	2021
Хліб і вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання	1072621	975053	892660,9	794783,9	845104,8
В % до попереднього періоду	92,5	90,9	91,5	89,0	106,3
Хліб житній	9302	6491	8307,9	6167,0	5445,2
В % до попереднього періоду	77,3	69,8	128,0	113,3	88,3
Хліб пшеничний	449101	408141	364819,8	322367,9	350633,6
В % до попереднього періоду	91,1	90,9	89,4	88,4	108,8
Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	342326	305938	269362,6	242420,8	252805,9
В % до попереднього періоду	92,5	89,4	88,0	90,0	104,3
Вироби булочні	265179	245344	238059,6	211358,4	223368,0
В % до попереднього періоду	95,3	92,5	97,0	88,8	105,7
Хліб дієтичний	1555	1487	1259,7	1042,0	1053,0
В % до попереднього періоду	85,7	95,6	84,7	82,7	101,1
Хліб інший	5158	7652	10851,3	11427,8	11799,1
В % до попереднього періоду	108,5	148,4	141,8	105,3	103,2

*Джерело. Розроблено автором на підставі [122].*

**Розділ 1. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ  
ДО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

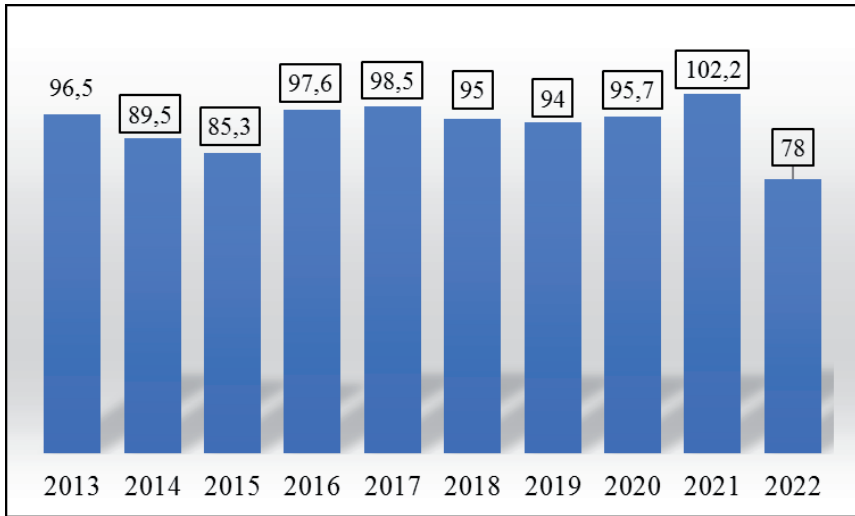


Рис. 1.2. Динаміка виробництва хліба, хлібобулочних і борошняних виробів у 2013-2022 роках, % до попереднього року

*Джерело. Розроблено автором на підставі [122].*

Варто звернути увагу на те, що зменшення обсягів виробництва хліба і хлібобулочних виробів як промислової продукції в натуральному вираженні зумовлює занепокоєння, адже для задоволення потреб споживачів напевно доцільно залучати імпортні надходження.

Попри негативний вплив зовнішнього середовища спостерігається розширення асортименту хлібобулочних виробів, а в умовах жорсткої конкуренції серед вітчизняних виробників важливого значення набуває якість продукції, яка завдяки співвідношенню з прийнятною ціною дає змогу виконувати господарюючим суб'єктам соціальну функцію – задоволення потреб споживачів. Визначення оптимального асортиментного портфеля хлібобулочних виробів є складним завданням, оскільки потребує постійного моніторингу обсягів продажів у

## 1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів

---

розгорнутому асортименті з урахуванням коливань у попиті та зміною споживацьких переваг.

Дослідники ринку хлібобулочних виробів [74, 123] констатують, що за зниження обсягів виробництва попит на них не зменшується, про що свідчить зростання роздрібного товарообороту. Тож, використовуючи інформацію про обсяги виробництва й роздрібного товарообороту хлібобулочних виробів, величини яких оприлюднено в статистичній інформації [122], можна прогнозувати контрольні цифри, які передбачають граничні межі коливання основних характеристик досліджуваного ринку для управління його розвитком.

Проблема прогнозування через мінливість конкурентного середовища загострилася, оскільки на параметри розвитку ринку хлібобулочних виробів впливає багато чинників, які між собою взаємопов'язані, але не завжди піддаються кількісному вимірюванню. Крім того, з'явилися нові чинники, які раніше не враховувалися, зокрема обмеження через військові дії, пандемію COVID-19 тощо.

Для прогнозування взято обсяги роздрібного товарообороту хлібобулочних виробів [122]: 2017 – 8454,2 млн грн., 2018 – 10556,5 млн грн., 2019 – 13603,3 млн грн., 2020 – 14490,4 млн грн., 2021 – 18521,3 млн грн. та використано економіко-статистичний метод, лінійного та екстраполяційного трендів [64]. Коефіцієнт зростання, темп зростання та темп приросту за останніми двома методами розраховано до 2021 року. Узагальнені результати прогнозування обсягів роздрібного товарообороту хлібобулочних виробів в Україні на 2023 рік подано в табл. 1.6.

**Розділ 1. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ  
ДО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

*Таблиця 1.6*

Зведена таблиця прогнозів обсягів роздрібного товарообороту  
хлібобулочних виробів на 2023 рік за різними моделями

Показники	За середньорічним темпом зростання, межі		За лінійним трендом	За екстраполяційним трендом, межі	
	від	до		від	до
Обсяг товарообороту, млн грн.	22262,6	28782,2	22752,4	19804,4	25700,4
Коефіцієнт зростання	1,202	1,554	1,228	1,069	1,388
Темп зростання, %	120,2	155,4	122,8	106,9	138,8
Темп приросту, %	20,2	55,4	22,8	6,9	38,8

*Джерело. Розроблено автором.*

Головне призначення такого порівняння – доведення суб’єктивності та орієнтовно визначених обсягів досліджуваних показників, а також орієнтовні коефіцієнт, темп зростання та приросту обсягів роздрібного товарообороту хлібобулочних виробів. За результатами, поданими в табл. 1.6, можна дійти таких висновків:

– прогнози за середньорічним темпом зростання, лінійним та екстраполяційним трендами свідчать, що у 2023 році збережеться тенденція до зростання обсягів роздрібного товарообороту хлібобулочних виробів;

– темп зростання коливається від 106,9% до 155,4% за різними прогнозами;

– зростання обсягів роздрібного товарообороту підтверджує, що попит на хлібобулочні вироби буде зберігатися, так само як цільова група споживачів.

Звичайно, вищий рівень обґрунтованості можна отримати, застосовуючи математичні методи, але досить громіздкі розрахунки щодо чинників, які впливають на обсяг роздрібного

## 1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів

---

товарообороту хлібобулочних виробів, спричиняє потребу в залученні фахівців і зростання витрат. І навіть, якщо ми зможемо виділити з загальних статистичних даних інформацію саме про індекс цін на досліджувані вироби, витрати населення на покупку хлібобулочних виробів, то бажаного результату можна не досягти через некоректність отриманих показників.

Незважаючи на це, відносні прогнози є важливим інструментом керування попитом і підґрунтям для визначення рівня товарної пропозиції, а відтак слугують для забезпечення збалансованого розвитку національної економіки та зміцнення вітчизняної фінансової системи.

Водночас підвищення рівня інформатизації в суспільстві та широке використання програмного забезпечення підприємствами роздрібною торгівлі дає змогу спостерігати за поведінкою споживачів та аналізувати відповідні сегменти товарного ринку.

Для прийняття рішень стосовно удосконалення процедури визначення належності користувачеві інформації щодо хлібобулочних виробів одним із шляхів є визначення сегментів споживачів та їхніх переваг [140].

З цією метою протягом жовтня-листопада 2022 року група дослідників кафедри підприємництва Університету імені Альфреда Нобеля провела експрес-опитування споживачів і відвідувачів супермаркету «Варус-6» ТОВ «Омега» для визначення портрета потенційного споживача хлібобулочних виробів. У процесі дослідження опитали 186 респондентів за спеціально розробленою анкетною з 12 питань з різними варіантами відповіді на них.

Обирали респондентів у касовій зоні та у зоні продажу хлібобулочних виробів супермаркету «Варус-6» ТОВ «Омега», де пропонували заповнити анкету кожному споживачеві після розрахунку або під час виготовлення власної продукції.

У виборі респондентів було зроблено акцент на учасників Програми лояльності, що передбачає наявність особистої картки. Зауважимо, що не всі, кому пропонували заповнити анкету, погоджувалися відповідати.

**Розділ 1. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ  
ДО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

Основні питання, які ставили респондентам, були такі: вік, стать, місце проживання, рівень доходів, частота купівлі хлібобулочних виробів, переваги у виборі хлібобулочних виробів щодо борошна, з якого вони виготовлені, місце купівлі хлібобулочних виробів, перевага щодо вибору торгової марки, вплив ціни на вибір хлібобулочних виробів, рівень задоволення асортиментом хлібобулочних виробів.

За результатами опитування отримано інформацію стосовно сегментів споживачів відповідно до змісту питань. У табл. 1.7 наведено співвідношення споживачів за віком.

*Таблиця 1.7*

Розподіл споживачів хлібобулочних виробів за віком

Дії	Вікові межі, років								Кількість опитаних	
	18-30		30-40		40-50		понад 50			
	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%
Опитано респондентів	32	17	54	29	63	34	37	20	186	100

*Джерело. Розроблено автором.*

З табл. 1.7 видно, що найбільшу частку становлять споживачі віком від 40 до 50 років (34%), тобто 63 особи з 186 опитуваних, а найменшу – споживачі від 18 до 30 років (17%).

Результати опитування за статтю виявили, що серед респондентів левову частку займають жінки (70% або 130 осіб) і 30 % – чоловіки (56 осіб). Більшість опитаних респондентів проживає у м. Дніпро (149 осіб, 80%), 20% проживають у Дніпропетровській області, але є покупцями супермаркету «Варус-6», бо поруч розташована кінцева зупинка громадського транспорту, звідки вони переміщуються до місць проживання.

Розподіл споживачів за рівнем доходів на одну особу в родині наведено у табл. 1.8.

**1.2. Дослідження окремих аспектів розвитку  
ринку хліба та хлібобулочних виробів**

*Таблиця 1.8*

Розподіл споживачів хлібобулочних виробів за рівнем доходів

Дії	Рівень доходів на 1 особу, грн								Кількість опитуваних	
	1000–3000		3000–5000		5000–8000		понад 8000		К-СТЬ	%
Опитано респондентів	К-СТЬ	%	К-СТЬ	%	К-СТЬ	%	К-СТЬ	%		
	102	55	39	21	26	14	19	10		

*Джерело. Розроблено автором.*

З табл. 1.8 видно, що більше половини опитуваних (55%, 102 особи) мають незначний рівень доходів, від 1000 до 3000 грн. Незначну частку становлять особи, рівень доходів в родині яких перебуває у межах від 3000 до 5000 грн. (21%, 39 осіб), а 14 % (26 осіб) – це родини, що мають рівень доходів на одного члена від 3000 до 5000 грн. Така інформація слугує підґрунтям для формування асортиментного портфеля суб'єкта господарювання.

Практично всі опитані споживачі купують хлібобулочні вироби щоденно (85%, 158 осіб), 19 осіб (10%) купують один раз у три дні, а 9 осіб (5%) купують хліб один раз на тиждень. Це підтверджує, що хліб є товаром повсякденного попиту. Водночас в асортиментній структурі споживання переважає придбання булочних виробів (65%, 121 особа), хліба (30%, 56 осіб), найменша частка припадає на сухарні вироби (5%, 9 осіб).

Для управління попитом споживачів важливим є питання вибору хлібобулочних виробів за видом борошна. Результати опитування виявили, що прихильники хлібобулочних виробів з житнього/житньо-пшеничного та пшеничного борошна розподілилися практично однаково (48% й 52%, відповідно).

За підсумками опитування респондентів щодо переваги у виборі торгової марки виявлено, що 106 осіб (57%) купують хлібобулочні вироби хлібозаводів № 10, № 9, Катеринославхліба,

71 особа (38%) надають перевагу власній продукції супермаркету «Варус-6» ТОВ «Омега», 9 осіб (5%) випікають хліб у домашніх умовах, але булочні вироби купують у супермаркеті. У виборі хлібобулочних виробів більшість опитуваних звертають увагу на їхній зовнішній вигляд (53%, 99 осіб), на ціну – 47 осіб (25%), на склад хлібобулочних виробів – 33 особи (18%), на торгову марку – 7 осіб (4%). Значна частка споживачів хлібобулочних виробів вважають, що ціни занадто високі, особливо це стосується власної продукції супермаркету, однак її купують, бо вона якісна та смачна, 84% опитаних задоволені асортиментом хлібобулочних виробів, а 16% (30 осіб) пропонують розширити асортимент соціальних сортів хліба. Крім того, бажають, щоб їх можна було купити у будь-який час.

На підставі наведеного вище дослідження щодо визначення портрета споживача хлібобулочних виробів можна дійти висновку, що потенційними споживачами хлібобулочних виробів є жінки віком 40-50 років, з рівнем доходу на одну особу в родині від 1000 до 3000 грн, які мешкають у м. Дніпро й практично щодня купують хлібобулочні вироби з житнього та пшеничного борошна, здебільшого у мережі супермаркетів, віддаючи перевагу продукції місцевих хлібозаводів. Під час купівлі звертають увагу на зовнішній вигляд хлібобулочних виробів, вважаючи ціни завищеними, а також пропонують розширити асортимент соціальних сортів хліба.

Управління споживацькою поведінкою покупців у торговельному підприємстві є важливим чинником впливу на ухвалення споживачем рішення про покупку. Наука і практика пропонує різні моделі споживацької поведінки [29, 34], яка визначається за систематизацією споживачів шляхом об'єднання їх у групи на підставі автентифікації інформації, отриманої від них.

За нашими попередніми дослідженнями [83], визначено кілька типів споживачів хлібобулочних виробів, базуючись на знанні ними інформації, яку пропонували під час опитування та результатах обробки відповідей респондентів.

ЕЛЕКТРОННЕ НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**АКМЕН Вікторія Олександрівна,  
БАНЕРА Надія Петрівна,  
БЕЛІНСЬКА Світлана Омелянівна  
та інші**

**РОЗВИТОК СПОЖИВЧОГО РИНКУ  
ТОВАРІВ І ПОСЛУГ:  
ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА**

Монографія

*За редакцією доц. Н. П. Банери, доц. С. М. Пилипенко*

Редактор *Н. Й. Плиса*  
Комп'ютерне верстання *Л. М. Семенович*  
Обкладинка *В. О. Рогана*

Формат 60×84 1/16. Умовн. друк. арк. 11,50. Зам.

ВИДАВЕЦЬ І ВИГОТОВЛЮВАЧ:  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
*вул. Університетська, 1, Львів, 79000*

Свідоцтво  
про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.  
Серія ДК № 3059 від 13.12.2007 р.

Р 64

**Розвиток споживчого ринку товарів і послуг: теорія та практика :** монографія / [В. О. Акмен, Н. П. Банера, С. О. Белінська та інші] ; за ред. доц. Н. П. Банери, доц. С. М. Пилипенко. – Електрон. вид. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2024. – 202 с.  
ISBN 978-617-10-0847-2.

Проаналізовано економічні явища та процеси на споживчому ринку товарів і послуг, оцінено його актуальний стан і перспективи подальшого розвитку.

Розглянуто актуальні проблеми стану та перспектив розвитку споживчого ринку товарів і послуг, системи управління якістю, конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємств. Також запропоновано шляхи їх вирішення, розробивши економічну стратегію розвитку підприємств і механізм державного регулювання та контролю. Досліджено економічні аспекти ринку будівельних товарів, молока та молочних продуктів, хліба та хлібобулочних виробів, овочевих та грибних заморожених напівфабрикатів тощо. Визначено роль та облікові аспекти логістики в управлінні підприємством, доведено доцільність інвестування у розбудову транспортно-логістичної інфраструктури. Значну увагу приділено формуванню інноваційної політики держави та підприємств. Розроблено бізнес-модель споживчого ринку, оцінено його економічну безпеку та безпеку його складових.

Для науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів, фахівців-практиків у сфері економіки та підприємництва, а також для широкого загалу читачів, яких цікавлять досліджувані проблеми.

**УДК 339.137:338.46.05:658.62/.64**