

РОЛЬ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ НА РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

Базовою фізіологічною потребою людини є харчування задоволення якої залежить від платоспроможності населення, з одного боку, і з іншого – від його фізичної та цінової доступності до споживачів. На рівень задоволеності потреб у харчуванні значно впливає розвиток ринку продовольчих товарів. У Проекті Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного ринку продовольчих товарів» відзначені наступні першочергові цілі: стимулювання розвитку вітчизняного ринку продовольчих товарів; розвиток торгівельної діяльності; забезпечення доступності продовольчих товарів для населення; формування конкурентного середовища; підтримка вітчизняних виробників продовольчих товарів; забезпечення дотримання прав та законних інтересів осіб, що здійснюють торгівельну діяльність, поставку або придбання вироблених продовольчих товарів. Досягнення цих цілей можливе за умов розвитку роздрібної продовольчої мережі.

Серед соціальних факторів, які впливають на рівень споживання продовольчих товарів важливу роль відіграє саме роздрібна торгівля, розвиток якої у сегменті продовольчих товарів відбувається стрімкими темпами. Відповідно до рис. роздрібний товарооборот продовольчих товарів має стійку тенденцію до зростання. В цілому за досліджуваний період, 2005-2012 рр., він збільшився майже у чотири рази. Важливість роздрібної торгівлі у просуванні та забезпеченні доведення продовольчих товарів до кінцевих споживачів доводить той факт, що переважна більшість продовольчих товарів реалізується саме через роздрібну торговельну мережу. Причому, якщо у 2005 р. на частку роздрібного товарообороту продовольчих товарів в торговельній мережі приходилося 89,1%, то протягом досліджуваного періоду вона щороку збільшувалася і у 2012 р. зросла до 92,3%.

Останніми роками розвиток роздрібної продовольчої мережі має неоднозначні результати. Кількість об'єктів роздрібної торгівлі продовольчими товарами за досліджуваний період скоротилася більш як на 30%, внаслідок чого знизилася забезпеченість населення торговельними підприємствами. В той же час торгова площа зросла з 3677 тис. м² у 2005 р. до 4676 тис. м², тобто на 27%. Це пояснюється стрімким розвитком об'єктів торгової із великою торговою площею, зокрема супермаркетів, гіпермаркетів. За статистичними даними в

Україні відбулися суттєві структурні зміни у роздрібній торговельній мережі продовольчими товарами: суттєво знизилася частка магазинів із універсальним асортиментом товарів та спеціалізованих продовольчих магазинів, а зросла як частка, так і кількість універсамів, супермаркетів та гіпермаркетів, кількість яких у 2012 р налічувала 1565 та 261 об'єктів, відповідно.

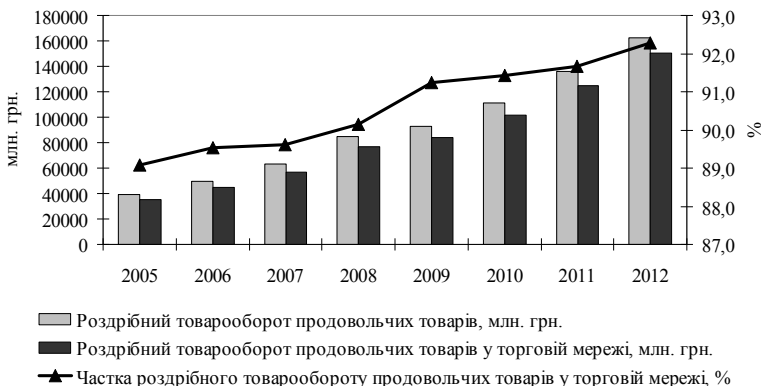


Рисунок – Динаміка роздрібногo товарообороту продовольчих товарів в Україні у 2005-2012 рр.

Позитивним чинником розвитку роздрібної торговельної мережі продовольчих товарів є процвітання роздрібних продовольчих мереж різних форматів, які відрізняються розмірами торговельної площі, широтою асортименту товарів, рівнем цін, послугами, що надаються; організацією торгово-технологічних процесів тощо. За таких умов розвиваються різні сегменти продовольчого ринку, зокрема за рівнем доходів, що набуває особливої важливості в умовах загострення соціально-економічної ситуації.

Серед основних орієнтирів подальшого розвитку ринку продовольчих товарів слід відзначити удосконалення інфраструктури роздрібної торговельної мережі продовольчими товарами та досягнення нормативів забезпеченості населення об'єктами роздрібної торгівлі та торговельною площею, що сприятиме підвищенню забезпеченості територіальної та цінової доступності продовольчих товарів для споживачів, а значить – й більш повному задоволенню їх потреб. В цілому роздрібна торгівля як сфера обігу за своєю формою і змістом належить до складних соціально-економічних систем і виконує життєво важливі завдання і функції економічних відносин, вона відіграє важливу роль у підтримці продовольчої безпеки країни.