

РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ІНДИКАТОР СТАНУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

В умовах ринкової економіки акцент ставиться на задоволення суспільних потреб на основі результативного функціонування реального сектору економіки та товарного обігу. Безперечним є той факт, що у цьому процесі рівень задоволеності потреб значною мірою залежатиме від розвитку споживчого ринку, який, у свою чергу, визначається тенденціями у роздрібній торгівлі.

Позитивна динаміка зростання роздрібного товарообороту протягом 2010-2013 рр. свідчить про збільшення місткості споживчого ринку, обсяг якого до початку фінансово-економічної кризи у 2014 р. перевищив 433 млрд. грн., що більш як у два рази перевищує показник 2009 р. Тривалий час роздрібна торгівля залишалася сферою діяльності, яка демонструвала темпи зростання на фоні їх зниження у реальному секторі економіці, підвищивши тим самим свою роль в економічному розвитку країни.

Не зважаючи на щорічне скорочення кількості об'єктів роздрібної торгівлі, їх торгова площа та забезпеченість нею населення останнім часом зростали, що свідчить про розвиток мережі роздрібної торгівлі, появу об'єктів із великою торговельною площею. Високими темпами розвитку характеризується мережа супермаркетів та гіпермаркетів, щороку відкриваються нові їх об'єкти. Під впливом цих процесів відбуваються трансформації механізмів на споживчому ринку. На сучасному етапі роздрібні торговельні мережі посилюють свій вплив на інших учасників споживчого ринку, вони диктують свою політику не тільки окремим виробникам і сегментам ринку, але і цілим галузям промисловості і регіонам, які мають пристосовуватися до цих умов взаємодії. Слід відзначити зниження значущості в системі товаропросування оптової ланки.

Крім того процеси глобалізації справили значний вплив на розвиток роздрібної торгівлі та споживчого ринку. З одного боку, спостерігався стрімкий розвиток міжнародних роздрібних мереж, які обумовили значне зростання конкуренції, а з іншого – вітчизняний ринок почав наповнюватися імпортними товарами, що сприяло розширенню товарної пропозиції, а також значному розкиду якісних характеристик товарів, що реалізуються. Зарубіжні роздрібні мережі внесли у національний сектор роздрібної торгівлі позитивні зміни, які відобразилися на покращенні торгово-технологічних процесах, більш

активному використанню маркетингових інструментів впливу на споживачів, розвитку методів стратегічного управління, що у сукупності сприяло підвищенню їх конкурентоспроможності та більш ефективному розвитку.

При цьому модель споживчого ринку зазнає суттєвих перетворень. Вони стосуються не тільки системи взаємовідносин між суб'єктами ринку, а й обумовлюють зміну конкурентної ситуації. Конкуренція набула деформований характер, а тип ринку неоднозначно характеризується в широких межах від абсолютно конкурентного до олігополістичного. Взаємозв'язок між виробниками і споживачами на споживчому ринку все більшою мірою опосередковуються об'єктами мережевого рітейлу. Спостерігається посилення диктату з боку останніх над виробниками споживчих товарів через підвищення вимоги до якості продукції, ціни, популярності марки тощо. Більш дрібні підприємства роздрібної торгівлі відчують тиск з боку більш широкого та глибокого асортименту товарів, гнучкої цінової політики, впровадження високих стандартів обслуговування, інноваційних послуг та технологій продажу. На стадії придбання роздрібні мережі набувають домінуючого положення на ринку навіть над споживачами, впливаючи на їх купівельні рішення.

Активізація розвитку сучасних форм та форматів роздрібної торгівлі, оптимізація взаємодії торговельних підприємств із вітчизняними товаровиробниками; удосконалення товаропровідних мереж; створення гнучких торгово-технологічних процесів і пріоритетний розвиток соціально орієнтованої торгівельної мережі; покращення якості обслуговування споживачів; підвищення професіоналізму, кваліфікації працівників підприємств роздрібної торгівлі – всі ці завдання роздрібної торгівлі мають сприяти розвитку споживчого ринку.

Отже, споживчий ринок, як сфера обміну товарами та послугами між товаровиробниками і покупцями, є одним з елементів соціальної інфраструктури, що забезпечує життєдіяльність населення, задоволення потреб і визначає рівень і якість його життя. Його роль і значення трансформується разом із розвитком сфери роздрібної торгівлі. Досягнутий значний прогрес у розвитку роздрібної торговельної мережі продукував позитивні тенденції споживчого ринку і забезпечив покращення виконання ним своїх функцій, головна з яких – забезпечення фізичної та цінової доступності товарів для споживачів і задоволення на цій основі їх зростаючих потреб.