

СПОЖИВЧИЙ РИНОК

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано розглянути поняття, розвиток, показники споживчого ринку. Основною метою розвитку ринку споживчих товарів є надання споживачам широкого асортименту якісних і доступних товарів.

Ключові слова: споживання, ринок, споживчий ринок, виробництво, товари, ринкові відносини, споживчі товари.

Abstract

It is suggested to consider the concepts, development, indicators of the consumer market. The main purpose of the consumer goods market is to provide consumers with a wide range of quality and affordable goods.

Keywords: consumption, market, consumer market, production, goods, market relations, consumer goods

Вступ

Розглянуто поняття споживчий ринок, він є одним із найвагоміших сегментів національного ринку, він характеризує відносини, які складаються у процесі виробництва, обміну й споживання кінцевих товарів і послуг. Зважаючи на його соціальну роль і важливе місце в життєзабезпеченні населення (а саме – задоволення найнеобхідніших потреб людини), споживчий ринок можна вважати підсистемою соціально-економічної системи країни з притаманними їй особливостями та завданнями функціонування.

Результати дослідження

Споживчий ринок — це сукупність окремих осіб і домогосподарств, які купують або дістають іншим способом товари і послуги особистого вжитку.

Поняття «споживчий ринок» є певною мірою збиральним поняттям, оскільки характеризує складну сукупність окремих видів споживчих ринків, які можна класифікувати по об'єктах, суб'єктах, особливостях взаємодії. Так, виділяють ринок споживчих товарів і ринок послуг; ринок продовольчих і ринок непродовольчих товарів; внутрішній ринок та зовнішній ринок, а також інші сегменти ринку; ринок району, міста і села; ринок товарів першої необхідності та ринок інших товарів.

Під час історичного розвитку економік різних країн світу найбільш інтенсивний розвиток отримав споживчий ринок. На сьогоднішній день однією з найважливіших проблем ринкових відносин є проблема формування і ефективного розвитку споживчого ринку. Прискорення темпів економічного розвитку, як окремих регіонів, так і національної економіки в цілому в значній мірі обумовлено станом споживчого ринку.

Оскільки споживчий ринок та показники його розвитку є віддзеркаленням загальноекономічної ситуації та формуються під істотним її впливом, до основних відмінних особливостей споживчого ринку через призму характерних тенденцій віднесено:

- висока імпортна залежність споживчого ринку;
- невиправдано завищені споживчі ціни;
- тінізація масштабів діяльності споживчого ринку, наявність неформального сектору;
- надмірне адміністративне втручання в господарську діяльність суб'єктів споживчого ринку;
- розшарування споживчих витрат за групами споживачів унаслідок кардинальної поляризації населення з точки зору доходів, купівельної спроможності;

– ігнорування споживчих уподобань та порушення стандартів і державних гарантій мінімальних потреб людини;

– переорієнтація попиту на сучасні формати торгівлі, що відбивається на тенденціях закриття ринків;

– бурхливий розвиток електронної торгівлі споживчими товарами, що являє собою широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. [1]

Діяльність споживчого ринку України мала наступні тенденції розвитку:

1. Збільшення темпів зростання обсягів загального обороту підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі, яке тривало протягом 2006-2008 р.р. перервалося у 2009 р., шляхом стрімкого падіння даного показника на 18,1% відносно 2008 р.

2. Основна частка загального обороту припадала на оптову торгівлю (близько 90%), оборот від посередницької діяльності щорічно зменшувався, не здійснюючи суттєвого впливу на розвиток оптового торговельного посередництва.

3. Показники обсягів роздрібного товарообороту та обороту від інших видів діяльності мали середні темпи зростання відповідно 8,9% та 13,5%, що свідчить про збільшення рівня диверсифікації діяльності підприємств оптової торгівлі.

4. Найбільші обсяги загального обороту підприємств оптової торгівлі спостерігалися у м. Києві (близько третини усього обсягу), Донецькій, Дніпропетровській, Одеській та Харківській областях, на дою яких у 2009 р. припадало відповідно 13,3%, 10,8%, 5,4%, 4,8%.

5. Частка оптової торгівлі споживчими товарами становила лише близько 18% загального обсягу оптової торгівлі на товарному ринку. Решта (82%) припадала на оптову торгівлю товарами виробничо-технічного призначення.

6. На споживчому ринку переважала торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, частка яких становила середньому 65,5% від загального обсягу, недовольчий сегмент займав в середньому 35,5% .

Така ситуація обумовлена:

- загальним спадом економіки України, зокрема зниженням обсягів промислового виробництва та зменшенням обсягів зовнішньоторговельних операцій;

- зменшенням споживчого попиту, через скорочення реальних доходів населення, зростання цін та згортання споживчого кредитування;

- відмінністю рівня ділової активності та підприємницького клімату в окремих областях України.[3]

Споживчий ринок на сучасному етапі складно переоцінити. Сьогодні чітко вирізняється тенденція збільшення обсягів споживання, що неминуче веде до розвитку споживчого ринку та потребує його відповідного законодавчого регулювання.

Споживчий ринок відіграє важливу роль у забезпеченні відповідного рівня життя населення, а його розвиток є найважливішою передумовою прискорення темпів економічного зростання усієї країни.

Він є сполучною ланкою між виробництвом та особистим споживанням і є сферою де закінчується обіг товарів і капіталів, де вартість набуває остаточної величини. З економічної точки зору, від динаміки торгівлі, здійснюваної на споживчому ринку залежить підвищення або зниження життєвого рівня населення країни.

Основними напрямками розвитку ринку споживчих товарів можуть бути: – створення економічного механізму, що забезпечує ефективну взаємодію суб'єктів ринку споживчих товарів і регіональних органів управління; – вибір організаційно-господарських форм оптової, роздрібної торгівлі, фінансово кредитного та сервісного обслуговування, а також організаційно-правових форм торгово економічних зв'язків; а – формування системи територіальних ринків, виходячи з орієнтації на пріоритетне забезпечення інтересів споживачів; – вибір ефективних каналів руху товару і форм просторової організації ринку споживчих товарів для регіонів різного типу. – раціоналізація торгово-економічних процесів, товарних, грошових та інформаційних потоків і розвитку ринкової інфраструктури.[2]

Таким чином, ринок споживчих товарів, який є динамічною взаємодією всіх елементів визначених процесів, вимагає застосування адекватних методів регулювання усіх соціально-економічних відносин, що формуються під час розвитку ринку.

Висновок

Отже, споживчий ринок виконує багатогранні функції життєзабезпечення населення. Він є механізмом інтенсивного зворотного стимулюючого впливу споживчого виробництва на весь комплекс галузей економіки й на соціально економічну ситуацію в суспільстві. Його випереджаючий розвиток є передумовою прискорення темпів економічного зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сучасні тенденції розвитку ринку споживчих товарів [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. Н.М. Попадинець 2018 – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/43491/2/2018_Popadinets_N_M-Suchasni_tendentsii_124-126
2. Тенденції розвитку споживчого ринку України [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. Г. Філюк – Режим доступу- <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2011/11/5>.
3. Аналіз обсягів та структура діяльності на споживчому ринку України [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. О. М. Трубей 2018 – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=402>

Ольга Петрівна Черевата- студентка групи П-19мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Оксана Владиславівна Безсмертна** –доцент кафедри Підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Olga Cherevata - student of the P-19ms group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Scientific adviser: **Oksana Vladislavivna Bezsmerтна** - Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnitsa National Technical University