

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ СПОЖИВЧОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

*А.О. ЗУБРИК,
здобувач вищої освіти обліково-фінансового
факультет, МНАУ*

Дослідження проблем та перспектив розвитку ринку товарів народного споживання є актуальним питанням, оскільки споживчий ринок безпосередньо впливає на економіку країни та рівень життя населення.

Споживчий ринок складається з трьох основних елементів: ринок продовольчих товарів, ринок непродовольчих товарів, ринок споживчих послуг. Взаємодіючи один з одним, вони забезпечують потреби населення і створюють можливості для успішного функціонування економіки. Основною метою розвитку споживчого ринку є надання споживачам широкого асортименту якісних і доступних товарів та послуг [1]. Варто зауважити, що не менш важливою метою є орієнтація певних товарів та послуг на купівельну спроможність населення країни. Чим краще споживчий ринок відповідає платоспроможному попиту громадян, тим краще при цьому він функціонує.

Ринок товарів народного споживання в Україні забезпечує переважну частину кінцевого споживання домашніх господарств, опосередковує товарно-грошовий обмін величезної маси товарів та послуг 32-35 млрд. грн. щорічного, у тому числі 90-95% товарних ресурсів, вітчизняного виробництва. На споживчому ринку витрачається майже 76% грошових доходів населення [2].

Для стабільної роботи споживчого ринку необхідне поєднання деяких чинників: політики ціноутворення, розвиненості каналів реалізації продукції виробництва, а також наявності споживчого попиту. Останній елемент є непередбачуваним. На поведінку споживача впливають безліч факторів, наприклад, такі як: зацікавленість у певній категорії товарів та послуг, корисність продукції для певної категорії покупців, інформованість

споживача щодо якості необхідних видів товарів та послуг, вплив реклами та інших чинників. Рішення покупців не завжди можуть бути виправдані, тож, окрім орієнтації на споживача та інших вищеперерахованих елементів, необхідно розраховувати на баланс платоспроможного попиту і пропозиції споживчих товарів та послуг. Такий підхід призведе до врівноваження споживчого ринку. А на його розвиток суттєво вплине зосередження на споживчих інтересах населення, покращення інфраструктури ринку та оптимізація його економічних процесів.

Для збалансованості споживчого ринку необхідно врівноважити споживчий попит населення та пропозицію товарів та послуг народного споживання. Щоб розширити попит, потрібно підвищити рівень реальної заробітної плати. Для збільшення обсягів пропозиції необхідно оптимізувати співвідношення ціни та якості продукції.

Запропоновані вище методи слід впроваджувати поетапно для більш якісного впровадження змін у ринок товарів народного споживання.

Література:

1. Попадинець Н. М. Регіональний ринок споживчих товарів: сутність і засадничі положення функціонування. – Львів : Регіональна економіка. – 2017. – №1. – С. 17-22.
2. Шиманська Д.О. Споживчий ринок в Україні. Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти (частина I) // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конфер., м. Львів, 12-13 лютого 2020 р. – Львів : Львівський науковий форум, 2020. – С. 30-31.

***Науковий керівник - Біліченко Александр Степанович,
канд. екон. наук, доцент, МНАУ***