



Изучение рынка как фактор развития розничной торговли

И.А. Дудакова

Региональный рынок продовольственных товаров обеспечивает воспроизводство локализованных продовольственных ресурсов, обуславливает социально-экономические аспекты регионального и межрегионального обмена продовольственных товаров. На развитие регионального рынка продовольственных товаров влияют факторы: экономические, научно-технические, социальные, природно-климатические.

Обращение продовольственных товаров осуществляется в конкретных географических условиях районов – потребителей и производителей продукции; эти условия определяют размер рыночных зон реализации различных видов товаров, условия хранения, характер применяемых транспортных средств, тары и упаковки.

Почти для всех региональных рынков характерны двусторонние связи, когда районы выступают с продукцией отраслей специализации в межрегиональном обмене, формируя своими ресурсами фонды потребления. Межрегиональные связи в географическом плане делятся на связи областей внутри крупного экономического района, связи между крупными экономическими районами внутри географической зоны и связи между восточными и европейскими районами, южными и северными зонами страны.

Материалы переписи предприятий оптовой и розничной торговли как в целом по России, так и по отдельным регионам показывают, что в результате приватизации произошло дробление складских помещений и хранилищ на мелкие и частные предприятия, образование большого числа новых юридических лиц привело к росту емкостей хранилищ и улучшению технического оснащения, а к сокращению общего размера складских помещений, относящихся к инфраструктуре продовольственного рынка и ухудшению их технического состояния.

На региональных рынках действует множество мелких посредников. При этом среди них практически нет постоянных, которые поставляли бы продукцию регулярно в течение года. Деятельность крупных посреднических структур в основном связана с поставками продовольствия из других регионов, либо с экспортными операциями.

В развитии производства и реализации продовольственных товаров важную роль играют организованные товарные рынки, биржи и предприятия розничной торговли. За период с 1992г. до 2008 г. произошло снижение удельного веса продажи товаров на рынках и ярмарках в обороте розничной торговли с 21,8% до 13,2% (см. рисунок 1).

Для комплексной характеристики региональных рынков продовольственных товаров необходим анализ структуры потребления пищевых продуктов населением различных регионов.¹ Половозрастной и социальный состав регионов разный. Поэтому структура потребления продовольственных товаров и расчет потребности в них имеет ярко выраженную региональную специфику.

Необходимой предпосылкой эффективности субъектов сельского хозяйства на региональном продовольственном рынке служит использование инструментария маркетинга. В данном случае речь идет о концепции общественно-ориентированного маркетинга, в результате использования которой обеспечивается гармонизация интересов общества, бизнеса и конечного потребителя. Формирование механизма взаимодействия субъектов регионального продовольственного рынка, основанного на маркетинговом подходе, предполагает:

- учет ценности земли с точки зрения воспроизводства продовольственных ресурсов;