

Сигида Л.О.

аспірант кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет

Науковий керівник: **к.е.н, доц. Біловодська О.А.**

доцент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У сучасних умовах розвитку, коли йдеться про глобалізацію ринків, першочергового значення набуває розгляд питання розповсюдження товарів і послуг як у межах країни, так і між країнами. Глобалізація ринків та зміни в системі розподілу продукції є взаємозалежними процесами, що призводять до змін в ринкових структурах. Ці процеси проявляються в появі глобальних ланцюжків постачань, інтернаціоналізації транспортних компаній, розвитку продажів через Інтернет, тобто в створенні сприятливих умов для розвитку та глобалізації світової роздрібною торгівлі.

На нашу думку, для того, щоб визначити сучасний стан розвитку сектора світової роздрібною торгівлі та спрогнозувати подальші тенденції, необхідно дослідити ряд показників:

- кількість найбільших світових роздрібних компаній (ритейлерів) та їх сукупні обсяги продажів;
- розподіл обсягів продажів найбільших ритейлерів за регіонами світу;
- темп глобалізації ритейлерів (частка виходів на ринки інших країн).

Автор, на основі вивчення звітів компанії «Делойт Туш Томацу Лімітед», що стосуються дослідження світових тенденцій розвитку сектора роздрібною торгівлі, за 2007-2010 фінансові роки [1, 2], дійшов висновку, що найбільший вплив на світовий ринок роздрібною торгівлі чинять 250 світових роздрібних компаній. Їх сукупні обсяги продажів за досліджуваний період часу збільшилися на 1,089% (з 3,691 до 3,94 трлн доларів США). Хоча 2008

та 2009 фінансові роки можна охарактеризувати значним спадом в обсягах реалізації, причиною чого була обережніша поведінка споживачів і скорочення об'ємів доступного кредитування у зв'язку з глобальною економічною кризою.

У 2010 фінансовому році (по червень 2011 року включно) найбільша частка продажів світових роздрібних компаній припала на ринки Північної Америки та Західної Європи (44,3% та 38,7% відповідно). Проте порівняно з 2007 роком спостерігається тенденція до зменшення обсягів реалізації в цих регіонах світу (на 0,5% та 3,4% відповідно) з одночасним збільшенням обсягів продажу в країнах Африки та Середнього Сходу на 0,4%; Латинської Америки – на 0,6%; Азії та Тихоокеанського регіону, окрім Японії, на 0,4%. До того ж ці регіони в 2010 році мали найбільші темпи зростання обсягів продажів (9,3%, 18,0% та 4,7% відповідно).

Доцільно зазначити, що в 2010 році також прискорилися темпи глобалізації (частка виходів ритейлерів на ринки інших країн): 40 роздрібних мереж вийшли на 88 нових ринків в 57 країнах порівняно з 2009 роком, коли відбулося 57 виходів на новий ринок в 42 країнах. Основним способом проникнення на ринки інших країн в 2010 році були франшиза, ліцензування та деякі інші форми співробітництва.

Таким чином, на основі вищевикладеного можна зробити висновок про те, що світові ритейлери подовжуватимуть включатися в світові глобалізаційні процеси з метою розширення ринків збуту та нарощення обсягів діяльності.

1. Switching Channels Global Powers of Retailing 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.deloitte.com/assets/Dcom-Global/Local%20Assets/Documents/Consumer%20Business/dtt_CBT_GPRetailing2012.pdf.

2. Feeling a Squeeze Global Powers of Retailing 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://public.deloitte.com/media/0460/2009GlobalPowersofRetail_FINAL2.pdf.