

Г.А. Синицина, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЯК СКЛАДОВОЇ СПОЖИВЧОГО РИНКУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Харківський регіон є одним з провідних в Україні за рівнем ВРП і має високий потенціал до його збільшення. Значну роль у формуванні загального економічного потенціалу області та забезпеченні потреб населення в товарах і послугах відіграють такі складові споживчого ринку, як торгівля, ресторанне господарство та побутове обслуговування населення, ринки.

За даними Державної служби статистики Харківської області, у 2018 році зберігалася тенденція до розвитку споживчого ринку. На ньому здійснювали діяльність 3,2 тис. підприємств торгівлі; 2,9 тис. підприємств ресторанного господарства; 125 ринків та торговельних майданчиків тощо. За рахунок відкриття нових підприємств додатково створено 540 нових робочих місць.

На території міста здійснювали роздрібну торгівлю 8 українських торговельних мереж, загальна кількість магазинів яких склала 102 одиниці, також активно розвивалися місцеві торговельні мережі, кількість підприємств яких склала 222 одиниці. За перше півріччя 2018 року кількість підприємств цієї мережі збільшилась на 24 одиниці.

Оборот роздрібною торгівлю, який включає дані щодо роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), основним видом економічної діяльності яких є роздрібна торгівля, у січні-жовтні 2018 року становив 57694,6 млн грн. За цим показником Харківська область займає третє місце серед регіонів України, поступаючись Дніпропетровській області (67365,1 млн грн) та місту Києву (140971,2 млн грн). Індекс фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлю, у порівняльних цінах, за січень-жовтень 2018 року збільшився проти відповідного періоду попереднього року на 1,0%.

Тенденції розвитку регіональної мережевої роздрібною торгівлю в цілому відповідають загальноукраїнській. Так, за результатами досліджень компанії GT Partners Ukraine, лідируючі позиції в Україні займає мережа дискаунтерів АТБ (990 магазинів на кінець 2018 року). За рік, за розрахунками аналітиків, кількість магазинів мережі збільшилась на 80 одиниць.

На другій позиції вже довгий час утримується Fozzy Group, що розвиває бренди «Сільпо», «Фора», Le Silpo, Favore, Thrash

(540 магазинів на кінець 2018 року). Слід відзначити, що хоча кількість магазинів мережі за рік збільшилась на п'ять одиниць, головним трендом цієї групи залишається якість, постійне оновлення своїх підприємств, розширення асортименту і незвичайні концепти.

Поряд з цими мережами, мешканці міста Харкова та регіону надають перевагу компанії «МЕТРО» Кеш енд Кері Україна, місцевим торговельним мережам «КЛАСС», «РОСТ» тощо.

На сьогодні у мережах супермаркетів та великих магазинах продовольчого профілю міста Харкова і області вживається заходів щодо продовження дії проекту «соціального продуктового кошика», спрямованого на забезпечення незахищених верств населення продовольчими товарами за доступними цінами.

Насамперед, це пов'язано з тим, що ціни на споживчому ринку Харківської області у січні 2019 року порівняно з груднем 2018 року збільшилися на 1,0%.

Так, протягом місяця ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 1,8%. Найбільше (на 14,2%) подорожчали овочі, на 1,0–4,3% зросли ціни на фрукти, молоко, маргарин, сир і м'який сир (творог), масло. Макаронні вироби, борошно пшеничне, риба та продукти з риби подорожчали в середньому на 0,7%. Водночас на 0,2% подешевшали мед, крупа гречана, цукор, яйця.

Відповідно до Програми економічного і соціального розвитку Харківської області на 2019 рік «пріоритетними завданнями щодо розвитку галузі та вирішення проблемних питань є:

- забезпечення сталого розвитку споживчого ринку, у тому числі за рахунок утримання позитивної динаміки основних показників та розвитку мережі сучасних об'єктів торгівлі, ресторанного господарства та побутового обслуговування населення;

- проведення роботи з удосконалення функціонування роздрібних ринків із продажу продовольчих та непродовольчих товарів;

- сприяння забезпеченню захисту прав споживачів;

- сприяння роботі зі створення конкурентного цінового середовища та вільного доступу до продукції місцевих виробників, у тому числі виробників сільгосппродукції;

- сприяння підвищенню конкурентоспроможності та якості продукції, яка виробляється підприємствами області».

Вирішення поставлених завдань сприятиме задоволенню потреб населення в якісних товарах і послугах, підвищенню конкурентоспроможності Харківського регіону.