

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Ставерська Т.О., Носач Н.М.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

Торгівля відіграє провідну роль у функціонуванні споживчого ринку, забезпечує умови підтримки вітчизняного виробника, наповнення доходної частини бюджету, задовольняє потреби і сприяє підвищенню рівня життя населення та суспільний добробут, стимулює розвиток інвестиційних процесів. Провідна роль торгівлі в економіці країни актуалізує дослідження питань, пов'язаних із характеристикою сучасного стану та тенденцій розвитку торгівлі на прикладі Харківської області.

Результати статистичного аналізу стану розвитку торгівлі в Харківській області дозволили визначити основні тенденції розвитку та важелі стимулювання і активізації торговельних операцій, а саме:

Аналіз стану і тенденцій соціально-економічного розвитку м. Харкова довів, що значна частина товарообороту приходить саме на місто – майже 83 % роздрібного та 76,7 % оптового.

Протягом 2005-2015 рр. обсяг товарообороту в Харківській області збільшився майже в 5,4 рази, але на його обсяги та структуру мають негативний вплив такі чинники, як значне фінансова криза, падіння купівельної спроможності населення та стрімка девальвація гривні.

Спостерігається ряд негативних тенденцій, пов'язаних зі зниженням темпів зростання обсягу обороту роздрібною торгівлі, обороту роздрібною торгівлі в розрахунку на душу населення як в поточних, так і порівнянних цінах. На роздрібному товарообороті відбивається, перш за все, падіння реальних доходів населення, оскільки покупці змінюють закупівельні звички, переходячи на більш дешеві альтернативи повсякденних продуктів. Це обумовило певну деформацію структури споживання.

З 2006 р. спостерігалось зменшення частки у товарообороті підприємств товарів вітчизняного виробництва. У цих умовах необхідно вжити заходів, спрямованих на підтримку українських товаровиробників.

Темпи зростання товарообороту області зростають непропорційно темпам зростання реальних доходів домогосподарств внаслідок погіршення споживчих настроїв, що стимулює продавців до певних інноваційних дій з метою стимуляції торговельних операцій (розвиток підприємств торгівлі, орієнтованих на обслуговування малозабезпечених категорій населення; створення дисконтних систем; розвиток електронної комерції; розвиток мережі зручно розташованих підприємств споживчого ринку й послуг пішохідної доступності; підвищення якості товарного асортименту; надання сервісних послуг підприємствами торгівлі).

Подолання негативних чинників на рівні держави та застосування стимуляційних важелів на регіональному рівні дозволять у перспективі вирівняти темпи зростання товарообороту з темпами зростання реальних доходів домогосподарств. Відтак, подальші наукові дослідження авторів будуть спрямовані на проблеми стимуляції та удосконалення механізму підвищення ефективності торговельних операцій підприємств Харківської області.