

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи
та підприємництва

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ
Гарант освітньої програми

_____ О.О. Кравцов
"_____" _____ 20__ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти магістр

зі спеціальності 076"Підприємство, торгівля ті біржова діяльність"

за освітньою програмою "Підприємство, торгівля ті біржова діяльність"

на тему: "Шляхи розвитку торгівлі на регіональному рівні Сумської області"

Виконав здобувач вищої
освіти:

Толок Т.С.

(підпис)

Керівник:

д.е.н. доцент Приймак Н.С.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань

Здобувач вищої освіти _____
(підпис)

Кривий Ріг
2021 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....	5
1.1 Сутність торгівлі як галузевої економічної системи, її значення для розвитку регіону.....	5
1.2 Показники, що характеризують ефективність розвитку торгівлі на регіональному рівні.....	12
1.3 Методика оцінки торгівлі на регіональному рівні.....	15
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	20
2.1 Соціально-економічна характеристика Сумської області та фактори, які визначають її специфіку.....	20
2.2 Сучасний стан та показники розвитку торгівлі в Сумській області.....	30
2.3 Показники ефективності торгівельної діяльності в Сумській області та резерви її розвитку.....	35
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. Торгівля як окрема галузь народного господарства, яка відрізняється від інших галузей своїми функціями та місцем у системі відтворення, має велике значення для всієї економіки України. Саме торгівля забезпечує підтримку вітчизняних товаровиробників, сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, забезпечує наповнення бюджету країни, вона підтримує збалансованість виробництва та споживання, формує частку валової доданої вартості країни, забезпечує матеріальний та культурний рівні людини, сприяє підвищенню якості життя населення в цілому.

Актуальність вивчення соціально-економічного комплексу проблеми регіональної торгівлі наростають в умовах сучасної кризи національної економіки України. У розвитку регіональної торгівлі спостерігається низка кризових тенденцій: суперечлива динаміка оптової та роздрібною торгівлі, неефективність економіки та фінансів комерційних підприємств, нераціональність комерційної діяльності, недостатній рівень управління комерційними підприємствами, вихід на ринок великої маси неякісної продукції та безпека споживачів, недостатній рівень державного регулювання економічної діяльності в промисловості, тінізації торгівлі.

Питанням функціонування та розвитку торгівлі, приділено багато уваги у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема Азаряна О., Апопія В., Власової Н., Гілберта Д., Громової Т., Колборна Р., Лагутіна В., Ларіної Л., Леві М., Лепейко Т., Лігоненко Л., Мазаракі А., Покатаєвої О., Попадинця Н., Родінова Ю., Садекова А., Соболева В., Ткача А., Ушакової Н., Шубіна А. та ін. Проблеми регіональної політики, є об'єктом досліджень Амоші О., Герасимчук З., Геєця В., Гладкого Ю., Гранберга А., Долішнього М., Куценко В., Мікловди В., Ткач В., Точиліна В., Фащевського М., Чернюк Л., Шевчук Л., Чистобаєва А., Чумаченка М. та інших науковців.

На нашу думку, в економічній літературі сучасний аспект розвитку регіональної торгівлі розкритий явно недостатньо. Він потребує поглибленого

вивчення проблеми та подальшого пошуку шляхів підвищення її ефективності і конкурентоспроможності. Відсутність комплексних досліджень, які порушували б усі проблеми, характерні для регіональної торгівлі, перешкоджають практичній реалізації реформ у цій стратегічно важливій сфері української економіки. Проблеми і труднощі регіональної торгівлі, що накопичувалися роками, закономірно загострили соціально-економічні суперечності в її розвитку. Соціально-політичні втрати від незадовільного функціонування торговельного сектору є значними, оскільки стосуються соціального комфорту кінцевих споживачів. Вона дестабілізує товарно-грошову систему обміну, обмежує внутрішнє виробництво та попит, уповільнює процес відтворення в цілому.

Мета дослідження полягає у вивченні теоретико-методичних положень щодо розвитку торгівлі на регіональному рівні та розробці рекомендацій з її вдосконалення у Сумській області.

Для досягнення мети роботи необхідно виконати такі завдання:

- дослідити генезис поняття «торгівлі»;
- оцінити показники, що характеризують ефективність розвитку торгівлі на регіональному рівні;
- здійснити соціально-економічну характеристика Сумської області;
- з'ясувати сучасний стан та показники розвитку торгівлі в Сумській області;
- проаналізувати показники ефективності торговельної діяльності в Сумській області.

Об'єктом дослідження виступають суспільні відносини, що виникають в процесі регіональної торгівлі.

Предметом дослідження є розвиток торгівлі в Сумській області.

Методи дослідження: аналіз наукових джерел, синтез, опис, узагальнення, порівняння.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

1.1 Сутність торгівлі як галузевої економічної системи, її значення для розвитку регіону

Торгівля є важливою частиною економіки будь-якої країни. Споконвіку торгові шляхи об'єднували міста й країни, об'єднуючи культуру, науку, прогресивні ідеї різних народів. І сьогодні успіх розвитку торговельних відносин в Україні в цілому і окремими державами зокрема безпосередньо залежить від професіоналізму кожного, хто бере участь в організації торгового процесу. Саме підприємства комерційної сфери створюють розвинену інфраструктуру обслуговування, вносять значний внесок у створення сприятливих умов для її подальшого розвитку. Завдяки ефективній роботі комерційна сфера з кожним роком піднімається на новий рівень якості [1].

Торгівля є однією з найбільших галузей економіки будь-якої країни як за кількістю зайнятих у ній людей, так і за діяльністю та внеском у загальний економічний потенціал.

Епоха торгівлі сягає своїм корінням у далеке минуле. З розвитком транспортного сполучення все більш територіально відокремлені регіони з різними ресурсами, як природними, так і техногенними, почали займатися торгівлею. З розвитком виробництва і появою унікальних технологій і продуктів неминуче посилювалася диференціація між окремими регіонами. Відмінності в постачанні природних ресурсів, неможливість виробляти продукт в межах регіону, в тому числі для особистого користування однією людиною, викликали необхідність отримання ресурсів «з боку» для споживання. Відомо, що отримати ресурс безкоштовно на законних підставах неможливо, тому відплатне придбання ресурсів забезпечило появу поняття торгівлі, а об'єкти що купуються, стали іменуватися товаром [2].

Передумовою виникнення світового торговельного ринку став технічний і науковий прогрес транспорту і зв'язку, який разом із торговими зв'язками зробив світ єдиним економічним простором.

Торгівля є сполучною ланкою між виробником ресурсу – товару і споживачем – покупцем, який забезпечує виробничий ланцюжок перетворення «гроші-товар-гроші» [3]. В табл. 1.1 більш детально розглянемо існуючі підходи до визначення поняття «торгівля».

Таблиця 1.1 – Підходи до поняття «торгівля»

Джерело	Зміст
Кісельов А.П.	це галузь господарства, яка виконує функції обігу товарів (забезпечує їх рух із сфери виробництва у сферу споживання), тобто торгівля - це комерційна діяльність з обороту, купівлі та продажу товарів. Або, іншими словами, торгівля - це комерція.
ЗУ «Про ліцензування»	це будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари.
Шемшученко Ю.С.	форма обміну товарів, за якої рух їх зі сфери виробництва до сфери споживання або зміна одного власника товарів іншим відбувається на основі купівлі-продажу. Є однією з найважливіших галузей народного господарства, що забезпечує економічний зв'язок між виробництвом і споживанням, певними галузями та господарюючими суб'єктами, окремими районами (регіонами) країни та між державами. В широкому розумінні торгівля означає будь-яку опосередковану товарно-грошовими відносинами економічну діяльність, оскільки виробник одночасно виступає і продавцем, і споживачем.
Циглик І.І.	ініціативна, самостійна діяльність юридичних осіб і громадян-підприємців для здійснення купівлі та продажу товарів, виконання робіт, надання послуг з метою одержання прибутку.

Отже, серед науковців не існує єдиного підходу до розуміння терміну «торгівля». Шемшученко Ю.С. та Кісельов А.П. визначають торгівлі у широкому розумінні та називають її галуззю господарства, яка здійснюється у формі обміну товарів. В сучасному законодавстві України та за визначенням Циглик І.І.

торгівля визначається у вузькому розумінні та зводиться до операційної діяльності купівлі та продажу товарів.

Що стосується поняття «торгівлі на регіональному рівні» то її визначення відсутнє, дана проблематика є нерозробленою, оскільки дослідники зосереджують свою на міжнародній та національній торгівлі. Тому пропонуємо власне визначення торгівлі на регіональному рівні – це галузь господарства, яка забезпечує економічні зв'язки між споживачем та виробником за допомогою виконання функції обігу товарів всередині регіону, між регіоном та іншими областями, країнами.

Часто виробник не завжди може доставити свій продукт кінцевому споживачеві як фізично, так і економічно. При цьому виробники є споживачами ресурсів для подальшого відтворення, тому вони також є покупцями та закупають сировину – товари не лише у постачальників-виробників, а в більшості випадків через оптову мережу.

Торгівля значно впливає на розвиток виробництва, оскільки найбільш оперативно реагує на будь-які зміни в економічній та політичній ситуації в країні. Будучи галуззю економіки, найбільш наближеною до кінцевого споживача, торгівля регулює процес виробництва в частині обсягу та асортименту продукції, що випускається з одного боку, а з іншого боку – дозволяє проаналізувати структуру споживчих переваг і можливостей, а також динаміку рівня життя населення. Зокрема, через економічну складову товару - ціну, можна судити про економічний розвиток та динаміку інфляційних процесів у державі. Розглянемо основні функції торгівлі (рис. 1.1).

Основною функцією торгівлі є продаж товарів. Однак для того, щоб бути конкурентоспроможними при недостатньому розвитку ринку, торговельні організації повинні забезпечити низку додаткових супутніх продажів товарів і послуг, які доставляють товар кінцевому споживачеві. До цих функцій належать: маркетингове дослідження, дослідження споживчого попиту на товари, консультування покупців щодо вибору товару, надання додаткових послуг з доставки придбаного товару додому покупця, прийом замовлень на товари,

недоступні для продажу та інші. Обсяг і характер виконуваних галузевою організацією функцій залежать від її відокремлення, типу, розміру, технічної оснащеності, місця розташування та інших факторів [6].

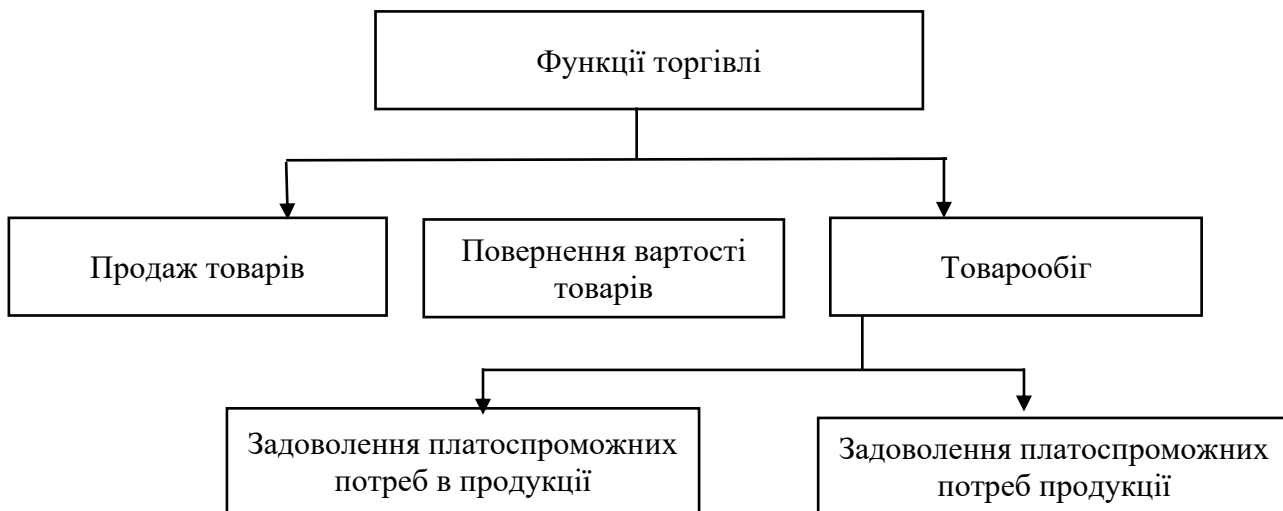


Рисунок 1.1 – Функції торгівлі [4; 5]

Торгівля, як форма товарообігу, у процесі відтворення виконує дві основні функції, пов'язані з обігом. Перший – це задоволення платоспроможних потреб в продукції, що виготовляється для обміну, а отже, має форму товарів, а саме: потреби підприємств у продукції виробничо-технічного призначення, коли йдеться про засоби виробництва та особисті потреби людей. всіх членів товариства для торгівлі предметами особистого користування. Шляхом торгівлі засобами виробництва створюється матеріально-технічна база виробництва (сировина, напівфабрикати, комплектуючі, придбане обладнання), необхідна для відшкодування витрачених коштів і збільшення масштабів виробничої діяльності. Специфіка сфери обігу споживчих товарів у процесі відтворення полягає в тому, що вона залежить від виробництва на стадії купівлі-продажу. Товари переходять у сферу споживання для задоволення особистих матеріальних потреб людей, відтворення робочої сили [7].

Іншою функцією торгівлі є грошове повернення вартості товарів, що реалізуються (покриття витрат підприємств і забезпечення відновлення виробництва). Слід зазначити, що обидві функції торгівлі проявляються одночасно: у кожному акті товарного обміну задовольняються платоспроможні

потреби і повертається вартість використаних ресурсів. Виступаючи в цілому, перераховані вище функції не позбавлені протиріч. Ця суперечність проявляється в тому, що перша функція відображає інтереси споживачів, а друга – виробників товарів, які є відповідно носіями попиту і пропозиції.

Однак товари не можуть вийти на ринок і обмінятися самі. Люди обмінюються товарами у формі купівлі-продажу. Тому в обмін задіяні як речі (товари і гроші), так і люди (продавці та покупці). Отже, ринок переважно представляє економічні відносини між виробниками і споживачами в процесі потоку результатів праці, отриманих не для власного споживання, а для задоволення суспільних потреб. Саме через купівлю-продаж окремі виробники і споживачі вступають в контакт один з одним. Таким чином, торгові відносини як сукупність актів обміну між двома суб'єктами є ринковими відносинами. Ринок об'єднує людей, змушуючи їх встановлювати конкретні відносини один з одним.

У міру розвитку суспільного поділу праці, товарного виробництва та обігу торгівля поділяється на самостійні галузі, а товари купують і продають за допомогою третіх осіб. Однією з ознак, за якою торгівлю відносять до самостійної галузі, є відокремлення товарного обігу до самостійної сфери діяльності. Торгівля як галузь має свою специфіку, яка виявляється лише в притаманних комерційно-технологічних процесах (у виконанні робіт, пов'язаних з постачанням, транспортуванням, зберіганням, підготовкою товарів до продажу, комерційним обслуговуванням, наданням послуг); у матеріально-технічному забезпеченні (складська та торгова мережа, спецтехніка, транспортні засоби тощо); в організації комерційних послуг [8].

Відокремлення торгівлі також призводить до створення спеціальної групи працівників у сфері торгівлі, що спеціалізуються на купівлі та продажу товарів. Таким чином, окрім виробників і споживачів товарів, виникають нові суб'єкти ринкових відносин.

Найважливішою відтворювальною цінністю торгівлі є більш повне задоволення платоспроможного попиту населення на товари. При купівлі-

продажу товари розподіляються між покупцями відповідно до їх доходів та індивідуальних потреб.

Дослідження стану та перспектив попиту споживачів та активний вплив на цей попит через рекламу та нові продукти, розширення та покращення якості обслуговування клієнтів, у тому числі післяпродажне обслуговування, короткострокові знижки займає значне місце в сучасних торгових відносинах.

Таким чином, аналіз сутності торгівлі як форми економічних відносин дозволяє визначити її місце в ринковій економіці. Оскільки в умовах товарного виробництва безпосередній контакт між виробництвом і особистим споживанням відбувається через товарно-грошовий обмін і ринок, торгівля є проміжною ланкою в процесі відтворення.

Підсумовуючи визначимо ключові особливості торгівлі (рис. 1.2):

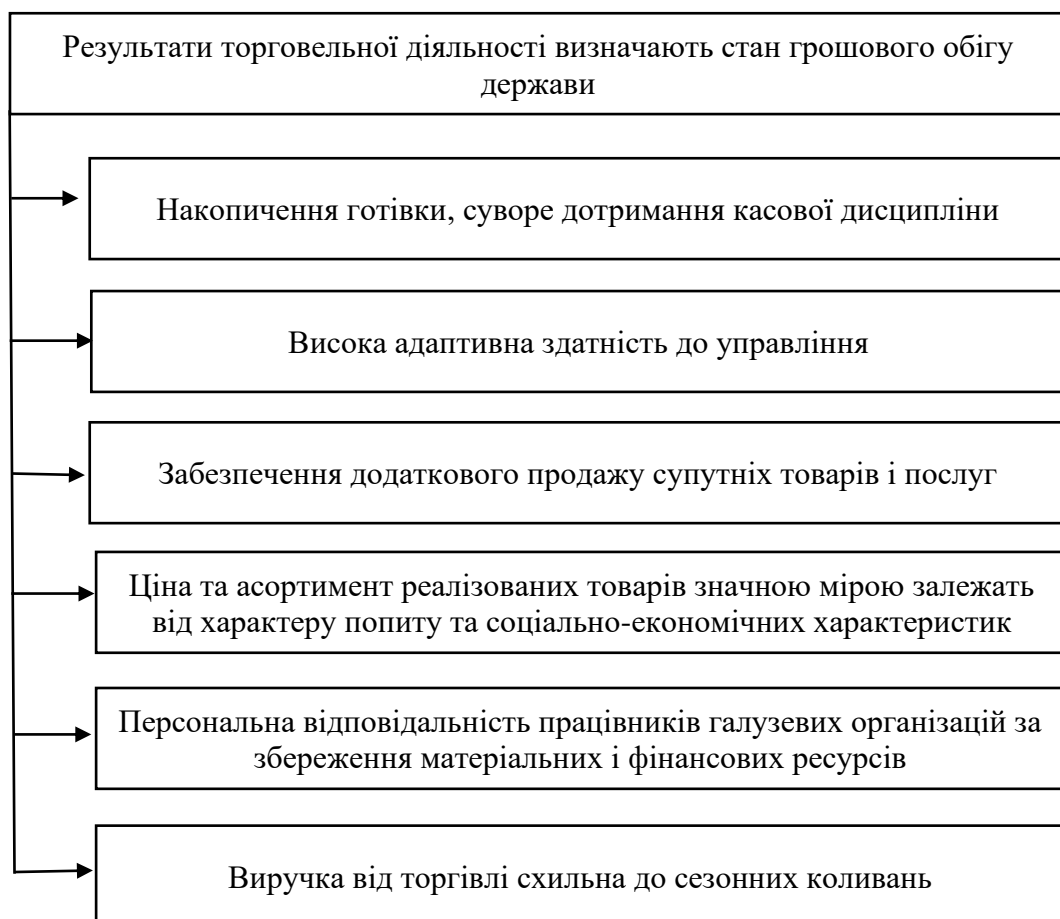


Рис. 1.2. Основні особливості торгівлі [10; 11]

Отже, під час торгових відносин визначаються на законодавчому рівні правила касової дисципліни. Результати торговельної діяльності визначають

стан грошового обігу держави. Під час торгівлі основних товарів відбувається додаткова реалізація продажу супутніх товарів і послуг споживачам. Торгівля також характеризується високою адаптивною здатністю до управління. Високий рівень оборотності капіталу підприємств, залежність від результатів торгівлі та від швидкості її обороту.

Також ціна та асортимент реалізованих товарів значною мірою залежать від характеру попиту та соціально-економічних характеристик складу населення, що обслуговується. Виручка від торгівлі схильна до сезонних коливань залежно від пори року, днів тижня, годин доби, наприклад, збільшення попиту та на тлі зростання цін у новорічну ніч. В торгових відносинах наявна персональна відповідальність працівників галузевих організацій за збереження матеріальних і фінансових ресурсів.

Тому велике значення слід надавати інтенсифікації співпраці виробників із торгівлею, оптимізації економічних відносин між торговельними структурами та покупцями в сучасних умовах дестабілізації та економічної стагнації. У системі товарообігу ключову позицію займає торгівля, яка відіграє транзитну роль від виробника до споживача, забезпечуючи населення необхідними ресурсами, що підтверджує беззаперечну важливість удосконалення управління промисловістю у формуванні економіки України.

Особливості та ключові характеристики торгівлі визначають її роль та значення [12]:

1. Обсяг товарообігу є найважливішим показником економічного розвитку в цілому. Оскільки після реалізації товару відшкодовуються витрати виробників і створюється база для подальшого відтворення.

2. На ринку товари отримують або не визнаються громадськістю, а виробників заохочують або не заохочують до їх повторного випуску.

3. Товарообіг характеризує добробут населення та його життя (80% матеріальних потреб людей задовольняються купленими товарами).

4. Торгівля є важливою ланкою в поділі праці.

5. Торгівля сприяє зближенню рівня життя різних соціальних груп, регіонів і країн.

6. Торгівля сприяє раціональному грошовому обігу.

7. Представники торгового сектору економіки є платником податків і, таким чином, сприяє формуванню державних доходів.

8. Торгівля активно впливає на споживання, визначаючи набір споживчих товарів, їх якість і спосіб їх споживання.

9. Торгівля активно сприяє інтеграції країни та окремого регіону у світову економіку.

10. Торгівля стимулює прогрес у виробництві та споживанні.

Отже, торгівля є важливим фактором соціально-економічного розвитку регіону, сприяє зближенню рівня життя різних соціальних груп, регіонів і країн стимулює раціональний грошовий обіг, сприяє збільшенню державних доходів завдяки оплаті податків та стимулює інтеграцію країни та окремого регіону у світову економіку. Підводячи підсумок зазначимо, що торгівля – галузь економіки та вид економічної діяльності, спрямований на забезпечення процесу купівлі-продажу, обмін товарів, а також інших супутніх процесів: безпосереднє обслуговування споживачів, доставка товарів, зберігання та підготовка до продажу.

1.2 Показники, що характеризують ефективність розвитку торгівлі на регіональному рівні

Роскладка Н. О., Роскладка А. А. та Пушкарьова А. В. виділяють сім груп показників ефективності торгівлі: абсолютний (обсягові), підсумкові, структурні, інтенсивність, ефективність, динаміка та порівняння. Більш детальна класифікація представлена у додатку А.

Розкриємо значення кожного показника ефективності розвитку торгівлі на регіональному рівні. Обсягові показники регіональної торгівлі включають

інформацію щодо фізичного обсягу торгівлі, обсягу експорту, імпорту та внутрішньо-торгівельного обігу у грошовому чи натуральному вираженні. Ключовим під час оцінки показника є саме вираження обсягів у певних одиницях.

Результуючі показники сконцентровані на розрахунках сальдо торгівельного балансу, балансу послуг та балансу поточних операцій. Крім того до даної групи показників відносяться індекси стану балансу та індекси чистої торгівлі.

Структурні показники зосереджені на дослідження структури регіонального товарообігу: експорту, імпорту та внутрішнього товарообігу регіону. До цієї категорії також відносить побудова структури торгівлі регіону за галузями.

Інтенсивність показників регіональної торгівлі демонструє ступінь посилення регіональної торгівлі за певний період часу. До даної групи показників включаються торгівельний обіг на душу населення, інтенсивність та рівень внутрішньогалузевого обміну.

Показники ефективності. Термін «ефективність» іноді пояснюється як «результативність». Це пояснюється насамперед тим, що буквально «ефективність» (від латин. *efectus*) означає результативність, дієвість, продуктивність тощо. Але це різні поняття, бо «результативність» – це складне, багатоелементне, багатокритеріальне явище, яке характеризується низкою показників міри досягнення встановлених цілей суб'єкта господарювання та є «зовнішнім проявом» (негативним або позитивним) його діяльності [14; 16]. Натомість як, «ефективність» є «внутрішнім проявом» діяльності суб'єкта, що спрямована на підвищення внутрішньої економічності його роботи, досягнення встановлених результатів завдяки економії виділених на їх отримання ресурсів тощо [18].

Отже, показники, які відносяться до ефективності торгівельної діяльності регіону визначають міру внутрішньої економічності торгівельної діяльності, які

виражаються у показниках ефективності зовнішньоторговельного обігу, ефективності експорту та ефективності імпорту.

Динаміка показників. Одним із важливих завдань аналізу числових рядів є вивчення специфіки розвитку торгівлі регіону для окремих періодів. Для визначення спрямованості та інтенсивності змін досліджуваного явища у конкретні періоди часу слід визначити систему показників абсолютної та відносної динаміки. До таких показників належать абсолютний приріст, темп приросту, темп зростання, абсолютне значення одного відсотка приросту та середні показники ряду динаміки (середній рівень ряду динаміки, середній абсолютний приріст, середній темп зростання тощо) [19].

Абсолютний приріст – це різниця між двома рівнями, один з яких є основою для порівняння. Відносний приріст демонструє зменшення або збільшення динаміки досліджуваного явища у відсотковому вираженні. Ця динаміка визначається шляхом знаходження різниці між базовим та поточним рядом та виявлення відношення між цією різницею та поточним рядом [20].

Мазаракі А.А. у своїй монографії виділяє вісім груп показників розвитку торгівельної діяльності [20]:

- загальні – результати торгівельного підприємництва в цілому за регіоном;
- часткові – результати торгівельної діяльності за певним напрямом;
- натуральні – обсяги та розміри оптової торговельної діяльності в одиницях рахунку або у фізичних одиницях;
- вартісні – відображають результати торгівельної діяльності у грошових одиницях;
- абсолютні – демонструють зміни у вартісних та грошових одиницях;
- відносні демонструють показники структури, динаміки, координації;
- кількісні – зміни в торгівельній діяльності в кількісному виразі;
- якісні – демонструють якісні зміни.

Мазуром О.Є. були систематизовані спеціальні показники для оцінювання розвитку роздрібною торгівлі, які включають [21]: субіндекс «Торгівельні формати», субіндекс «Торгівельна поведінка», субіндекс «Організаційно-

правові форми господарювання». Формули для розрахунків даних показників представлено в додатку Б.

Вважаємо, що для максимальної об'єктивності дослідження торгівлі на регіональному рівні необхідно використовувати комплексний підхід та комбінувати та поєднувати різні показники, виходячи з мети дослідження.

Отже, сьогодні існує велика кількість показників для визначення ефективності розвитку торгівлі. Серед дослідників не існує єдиного підходу з даного питання. Найбільш обширний перелік показників пропонує Мазаракі А.А. Мазур О.Є робить акцент на дослідження розвитку торгівлі в математичному аспекті.

1.3 Методика оцінки торгівлі на регіональному рівні

У науковій літературі останніх років можна зустріти різноманітні думки щодо методології оцінки ефективності механізму регулювання регіонального економічного розвитку, але методологічні аспекти цієї проблеми в сучасних умовах недостатньо розроблена, оскільки не чітко визначено, що саме управлінцям слід демонструвати після досліджень зібраних за допомогою цих методів, оскільки вони лише дозволяють визначити загальний рейтинг регіонів, щодо зростання. Недоліком цих досліджень є також те, що вони мають оглядовий характер оцінки ефективності індикаторів регіонального розвитку торгівлі, але не дають рекомендацій щодо їх застосування на практиці, містять дуже великий перелік індикаторів, а головне, не виявляють закономірностей розвитку та використання потенціалу регіону [22].

Матвієнко П. визначає, що питання оцінки ефективності регулювання процесів регіонального торговельного розвитку є досить складними. При визначенні методології оцінки ефективності даного механізму виходимо з таких позицій [23]:

- по-перше, функціонування цього механізму полягає в моніторингу, на основі якого здійснюється систематичний і безперервний збір, аналіз і використання інформації про його функціонування з метою коригування його основних структурних елементів – методів, інструментів, засобів для прийняття ефективних управлінських рішень, що, у свою чергу, у майбутньому забезпечить кращі, ніж досі, показники ефективності механізму регулювання процесів торгівельного розвитку регіонів;

- по-друге, крім моніторингу, необхідно також періодично оцінювати механізм державного регулювання регіонального торгівельного розвитку, що полягає у визначенні точності та відповідності стратегічним цілям, моніторингу результативності та ефективності, впливу та довговічності його функціонування на розвиток торгівлі регіону. Оцінка повинна надавати достовірну, корисну інформацію та уможлиблювати використання набутих уроків для прийняття ефективних управлінських рішень;

- по-третє, оцінка ефективності – це сукупність аналітичних методів дослідження та вимірювання фактичних результатів державної політики, що дозволяє визначити: наскільки діяльність державних інституцій відповідає задекларованим національним цілям.

Олексюк О.І. визначає, що моніторинг та оцінка ефективності реалізації пріоритетних напрямів регіональної торгівельної політики мають здійснюватися за показниками, що відображають загальні результати економіки регіону та окремих його галузей, а також зміни його фінансового стану, розвитку інфраструктури, демографічних показників. а також умови життя, стандарти та доходи. До цієї групи показників входять: валовий регіональний продукт (усього та на душу населення; показник фізичної величини валового регіонального продукту; кількість зареєстрованих суб'єктів у Єдиному державному реєстрі підприємств України (у тому числі виключені протягом року); кількість підприємств – підрозділів господарської діяльності, кількість фізичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність, наявність основних засобів та рівень їх зносу, індекси промислової продукції, обсяги та індекси сільськогосподарської

продукції, індекси роздрібної торгівлі, торгівлі та споживання паливно-енергетичної сировини на 1 грн. валової доданої вартості, населення на кінець року, коефіцієнти народжуваності, смертності та природного приросту, середньомісячна номінальна заробітна плата працівників, номінальна та реальна заробітна плата [16].

Моніторинг полягає у зборі цих показників для даного регіону, їх періодичному аналізі та оцінці ефективності регіональної економічної та торгівельної політики. Отримані результати потім використовуються для внесення необхідних коректив у стратегію розвитку регіону. Моніторинг має здійснюватися місцевою владою у співпраці з науковими та громадськими установами, які за його результатами вживатимуть відповідних ефективних управлінських дій.

Альтернативу моніторингу пропонує Мазур О.Є., який розробив алгоритм оцінки регіональної торгівлі за допомогою індексу інституціонального розвитку. Його методика включає дев'ять етапів та побудована на основі математичних методів. Етапи даної методики представлені у додатку В.

Зайцева Л.М. визначає, що важливим структурним елементом механізму оцінювання регіональної торгівлі є визначення його принципів. Ці принципи слід розуміти як систему загальних вимог чи обмежень оцінки ефективності механізму регулювання регіонального економічного розвитку, яка має включати: логічність, об'єктивність, своєчасність, пропорційність, цілеспрямованість, взаємозв'язок, гуманність, визначеність [30].

На основі проведеного дослідження пропонуємо застосувати наступний алгоритм дослідження торгівлі на регіональному рівні (рис. 1.3).

Алгоритм оцінки ефективності механізму регулювання процесів регіонального розвитку торгівлі на регіональному рівні складається з наступних етапів.

1. Визначення специфіки досліджуваного регіону, встановлення основних галузей господарства та їх структуру. Особливості регіону прямо впливають на торгівельний потенціал області та її резерви.



Рисунок 1.3 – Рекомендований алгоритм дослідження торгівлі на регіональному рівні

На першому етапі визначимо також показники господарської та соціально-економічної діяльності регіону. В процесі нашого дослідження плануємо визначити динаміку та структуру валового регіонального продукту, динаміку кількості населення та його структуру, визначити особливості економічної активності населення, дослідити динаміку безробіття, проаналізувати показники доходів та витрат населення регіону та оцінити показники індексу споживчих цін. Цей етап дозволить сформулювати загальне уявлення про соціально-економічний стан регіону та його можливості і господарстві.

2. Визначення показників торгівельної діяльності регіону планується проводити на основі встановлення показників обсяги оптового товарообороту України та Сумської області, визначенні їх співвідношення, дослідження обсягів,

динаміки та структури роздрібно́ї торгівлі, аналіз торгівлі регіону з урахуванням її поділу на продовольчу та непродовольчу [29].

3. Третім етапом є виявлення ефективності торгівельної діяльності, що буде здійснюватися шляхом визначення динаміки торгівельного балансу регіону та відносних показників (оптовий товарообіг на одну особу, роздрібний товарообіг на одну особу та ін.)

4. Підведення підсумків та визначення рекомендацій для розвитку торгівлі в конкретному регіоні. Важливо зазначити, що оцінка торгівельної діяльності регіону має здійснюватися постійно для забезпечення високого рівня розвитку даної сфери господарювання.

Таким чином, методика оцінки торгівлі на регіональному рівні має базуватись на проведенні постійного моніторингу загальних показників економічного розвитку регіону та показників розвитку торгівлі області.

РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1 Соціально-економічна характеристика Сумської області

Сумська область створена 10 січня 1939 року. До неї ввійшли 12 районів Харківської, 17 районів Чернігівської та 2 райони Полтавської областей. Нині в її складі налічується 5 районів (Конотопський, Роменський, Охтирський, Шосткинський, Сумський), 51 територіальна громада (15 міських, 15 селищних, 21 сільська). Найбільші міста – Суми, Конотоп, Шостка, Охтирка, Ромни. Валовий регіональний продукт відображає рівень економічного розвитку та економічні показники всіх підприємств регіону [34].

Сумська область розташована на північному сході України. З півночі на південь протяжність області 200 км, із заходу на схід – 170 км. На півночі та сході область межує з Брянською, Курською та Белгородською областями Російської Федерації. Протяжність державного кордону з Російською Федерацією, що проходить по території області, складає 562,5 км. На півдні і південному сході область межує з Полтавською і Харківською, на заході – з Чернігівською областями України. Відстань від міста Суми до столиці України – Києва залізницею становить 350 км, шосейним шляхом – 359 км [34].

З валового регіонального продукту можна побудувати великі національні (регіональні) рахунки. Для більш об'єктивної оцінки ВРП виробництва в Україні розраховується цей показник на одну особу зайнятого населення працездатного віку.

Таблиця 2.1 – Динаміка валового регіонального продукту Сумської області [31]

Рік	Валовий регіональний продукт, млн. грн	Відхилення, %	Валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу, грн	Відхилення, %
2017	56473	18,0	51367	18,7
2018	68476	21,3	62943	18,4
2019	75827	9,7	70550	10,8
2020	75432	-0,5	70025	-0,7

Зменшення валового регіонального продукту Сумської області на 0,5% також спостерігається у 2020 році. Ця тенденція викликана впливом пандемії на економічну систему. Протягом попередніх трьох років даний показник демонстрував позитивну тенденцію до зростання. При чому, найбільший обсяг зростання спостерігався у 2018 році на 21,3%.

Для наочної демонстрації тенденцій розвитку валового регіонального продукту побудуємо рис. 2.1.

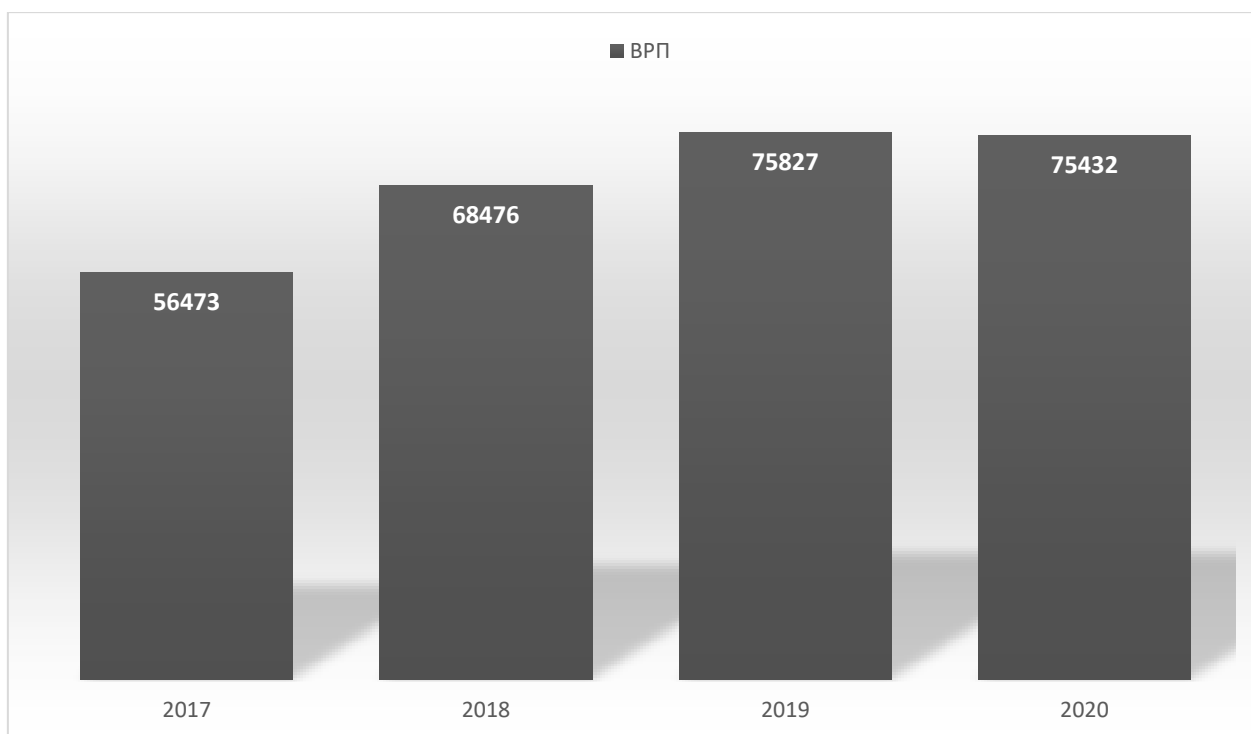


Рисунок 2.1 – Динаміка ВРП в Сумській області, 2017-2020 рр. [31]

Отже, протягом останніх чотирьох років спостерігається досить стабільний розвиток валового регіонального продукту. Найбільш різкий підйом показника можна спостерігати у 2018 році на 21,3%, у 2019 році на 9,7% та у 2020 році відбулось незначне зменшення на 0,5%.

Проаналізуємо також частку валового регіонального продукту Сумської області у загальній структурі валового продукту України. Дані систематизуємо та представимо в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Частка валового регіонального продукту Сумської області у загальній структурі валового продукту України [31]

Рік	Валовий продукт Україна, млн. грн	Відхилення, %	Валовий регіональний продукт, млн. грн	Відхилення, %	Частка валового продукту Сумської області
2017	2981227	20,0	51367	18,0	1,7
2018	3560302	16,3	62943	21,3	1,8
2019	3977198	10,5	70550	9,7	1,8
2020	4060719	2,1	70025	-0,5	1,7

Отже, аналіз проведений в таблиці 2.2 свідчить про те, що Сумська область займає незначну частку в структурі валового регіонального продукту України. Її розмір коливається в межах 1,2%-1,8%. Але варто відмітити позитивну тенденцію до поступового збільшення частки валового продукту досліджуваного регіону в загальній структурі.

Важливим показником розвитку регіону є також чисельність його населення. Проаналізуємо даний показник у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Динаміка чисельності населення Сумської області, тис. осіб [31]

Рік	Загальна кількість населення	Відхилення, %	Міське населення	Відхилення, %	Сільське населення	Відхилення, %
2017	1094,3	0,01	766,2	-0,3	328,1	0,8
2018	1068,2	-2,4	765,8	-0,05	302,4	-7,8
2019	1067,1	-0,1	765,9	0,01	301,2	-0,4
2020	1050,6	-1,5	765,3	-0,08	285,3	-5,3

Таким чином, загалом динаміку чисельності населення Сумської області можна охарактеризувати як негативну. Майже кожного року впродовж досліджуваного періоду відбувається зменшення кількості осіб, що проживають на території регіону. З 2004 року по 2005 рік переважна кількість населення проживала у міській місцевості, у 2006 році та 2007 році спостерігається зворотня тенденція – більшість населення проживали у сільській місцевості. Це було викликано міграцією населення з міста до сіл, оскільки відбулась

економічна криза та серед населення панувала ідея, що легше її пережити в селищах. Після 2008 року відбулось повернення до попереднього стану і у Сумському регіоні знову більшість населення почала проживати на території міст.

Розглянемо більш детально динаміку зміни загальної кількості населення в Сумській області в 2008-2020 роках на рис. 2.2.

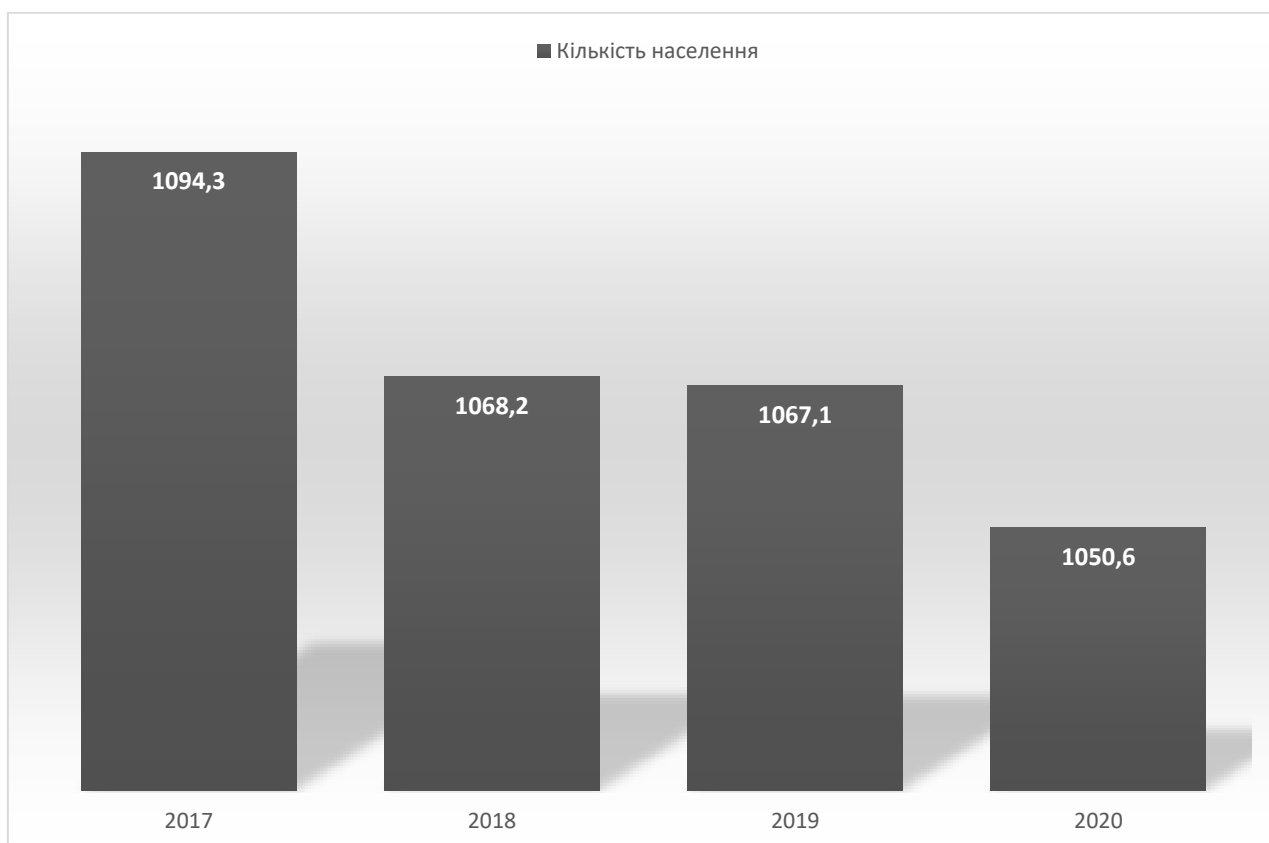


Рисунок 2.2 – Динаміка чисельності населення Сумської області, тис. осіб [31]

Загальна динаміка є негативною. Найбільш різке зменшення населення відбулось у 2006 році – на 6,6%, у 2008 році відбувся приріст населення на 2,6%, у 2018 році приріст був незначний і склав 0,01%. Демографічна ситуація в регіоні є складною та загрожує в подальшому викликати кризу трудових кадрів, що незбіжно призведе до погіршення економічного стану регіону. В табл. 2.3 розглянемо динаміку економічної активності населення Сумського регіону.

Таблиця 2.3 – Динаміка економічної активності населення Сумської області, тис. осіб [31]

Рік	Україна		Сумська область		Частка Сумської області	
	всього, у віці 15-70 років	з них працездатного віку	всього, у віці 15-70 років	з них працездатного віку	всього, у віці 15-70 років	з них працездатного віку
2017	17854,4	17193,2	529,4	498,0	3,0	2,9
2018	17939,5	17296,2	531,5	502,0	3,0	2,9
2019	18066,0	17381,8	532,1	505,8	2,9	2,9
2020	17589,5	16917,8	507,7	484,4	2,9	2,9

У загальній структурі економічно активного населення України жителі Сумщини займають незначну частку. Найменша частка жителів Сумського регіону у віці 15-70 років у загальній структурі спостерігалась у 2019-2020 роках і складала 2,9%. У 2017-2018 роках ця частка складала 3,0%. Що стосується осіб працездатного віку у загальноукраїнській структурі, то вона демонструє стійку тенденцію – показник зберігається на рівні 2,9%. Розглянемо більш детально динаміку економічної активності населення Сумської області на рис. 2.3.

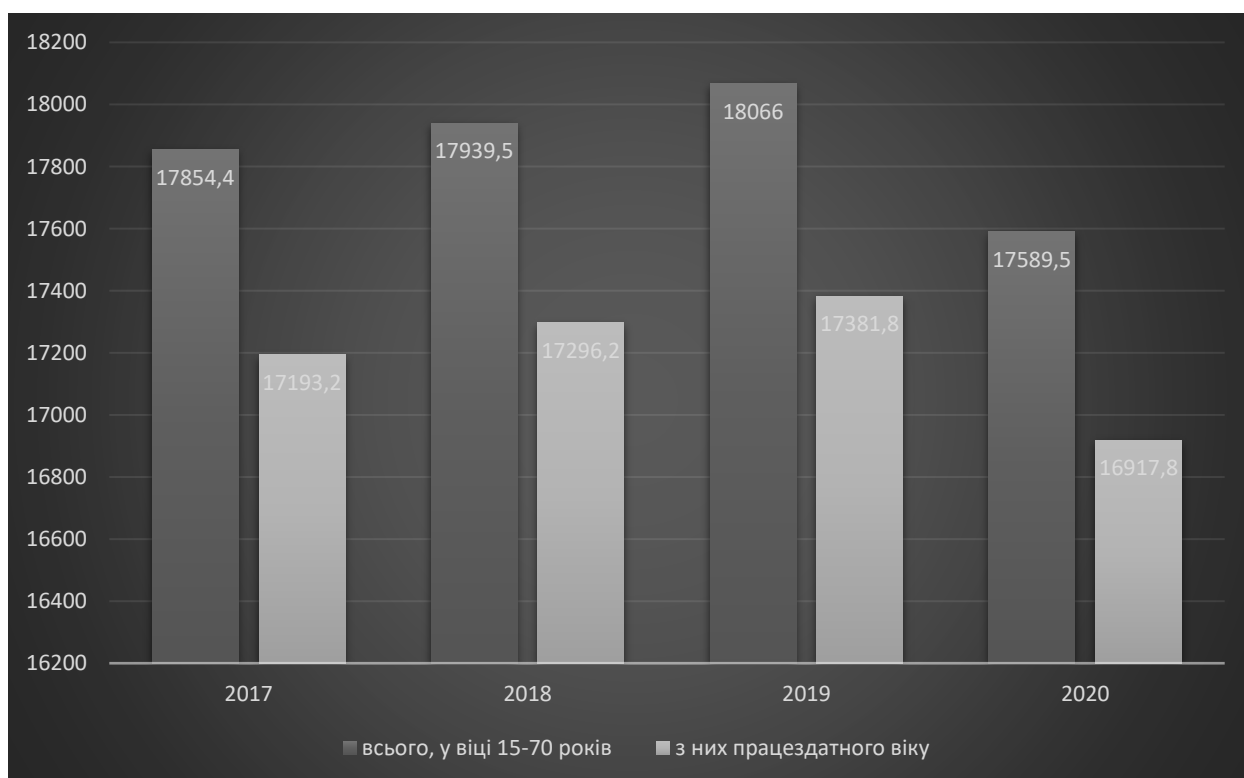


Рисунок 2.3 – Динаміка економічної активності населення Сумської області, тис. осіб [31]

Отже, стрімке скорочення економічно активного населення спостерігається у 2020 році на 476,5 тис. осіб серед осіб у віці 15-70 років. Загалом економічно активна частина населення то незначно збільшується, то зменшується. Розглянемо також рівень безробіття населення, яке є індикатором, що визначається як відношення кількості безробітних осіб до загальної кількості економічно активного працездатного населення (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Рівень безробіття в Україні та Сумському регіоні, 2008-2020 рр. (%) [31]

Рік	Україна				Сумська область			
	у віці 15-70 років	Відхил %	працездат. віку	Відхил %	всього, у віці 15-70 років	Відхил %	працездат. віку	Відхил %
2017	9,5	2,1	9,9	3,0	9,1	-2,2	9,6	-2,0
2018	8,8	-7,3	9,1	-8,0	8,7	-4,4	9,2	-4,2
2019	8,2	-6,8	8,6	-5,5	7,7	-11,5	8,1	-12,0
2020	9,5	13,7	9,9	13,1	9,4	18,1	9,9	18,2

Максимальний приріст рівня безробіття серед осіб працездатного віку Сумської області спостерігається у 2020 році – на 13,7%. Найбільш помітне зменшення рівня безробіття по регіону відбулось у 2018 році – на 7,3%. Проаналізуємо більш детально рівень безробіття з допомогою рис. 2.4.

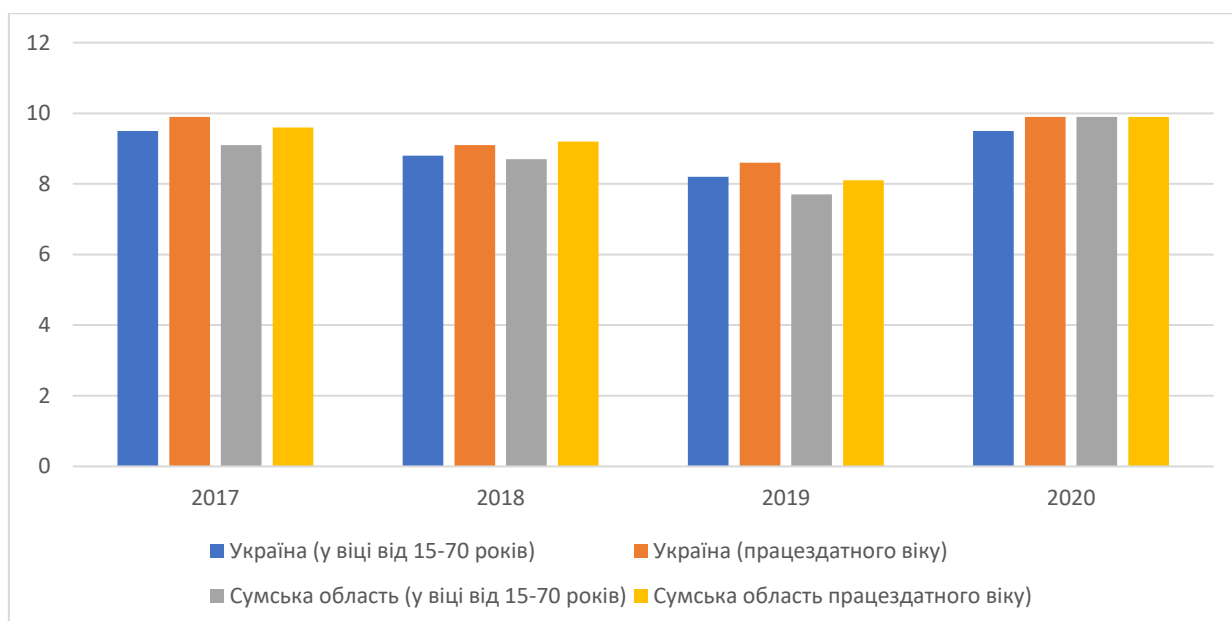


Рисунок 2.4 – Рівень безробіття в Україні та Сумському регіоні, 2008-2020 рр. (%) [31]

Найбільший розрив у рівні безробіття між Україною та Сумською областю спостерігається у 2009 та 2010 роках. В даний період час показник безробіття працездатного населення по регіону перевищував загальноукраїнський на 4 пункти у 2009 році та на 4,4 пункти у 2010 році. Помітне зростання безробіття відбулось і у 2020 році. Даний показник зріс серед населення віком від 15 до 70 років Сумського регіону на 18,1% та серед працездатного населення на 18,2%. Ця ситуація склалась в наслідок негативного впливу пандемії COVID-19 на всю економічну систему України та світу.

Проаналізуємо також доходи та витрати населення Сумської області в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Доходи та витрати населення Сумської області, 2004-2020 рр (млн. грн) [31]

Рік	Доходи		Витрати	
	Показник	Відхилення, %	Показник	Відхилення, %
2017	67287	28,1	60627	17,1
2018	79848	15,7	74282	18,4
2019	89702	11,0	84657	12,3
2020	93008	3,6	86631	2,3

Найбільший відсоток приросту доходів і витрат населення Сумської області спостерігається у 2005-2008 роках. У 2009 році відбулось різке скорочення темпів зростання (доходів до 2,5% витрат до 2,7%). Нарощування темпів приросту знову відбилось протягом 2010-2012 років і було в межах 12,1%-18,5%. У 2013 році знову спостерігається різке скорочення темпів зростання доходів та витрат. З 2015 по 2019 роки приріст доходів та витрат зберігав досить високі темпи та у 2020 році ці показники знову знизили свою динаміку зростання. Більш детально розглянемо дані тенденції на рис. 2.5.

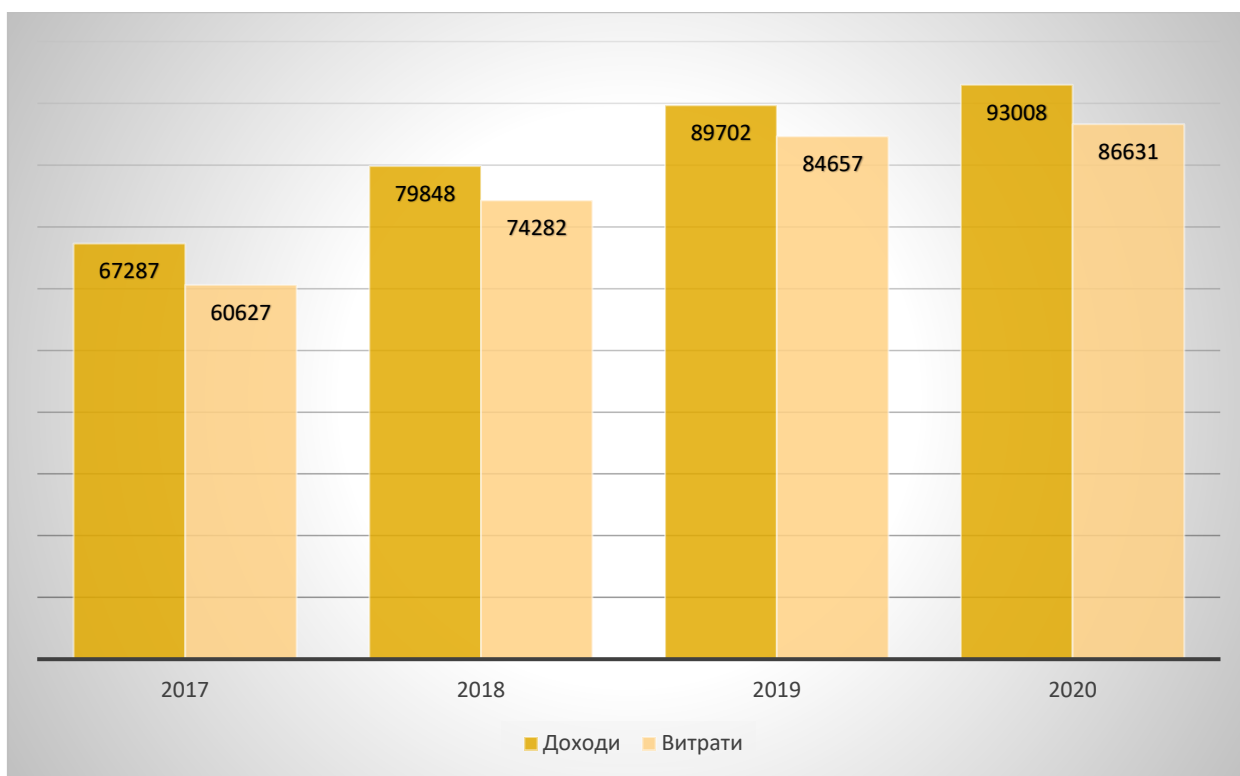


Рисунок 2.5 – Доходи та витрати населення Сумської області 2017-2020 рр. [31]

Отже, загалом спостерігається позитивна тенденція до збільшення обсягів доходів та витрат населення. Важливим аспектом є те, що показник доходів завжди перевищує витрати.

На завершення проаналізуємо індекси споживчих цін за регіонами, статистичні дані сформує у табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Індекси споживчих цін в Україні та Сумській області, 2004-2020 рр., (%) [31]

Роки	Україна	Сумська область
2017	113,7	113,6
2018	109,8	109,7
2019	104,1	104,8
2020	104,1	104,8

Розглянемо показники індексів споживчих цін в Україні та Сумській області у 2004-2020 роки більш детально за допомогою рис. 2.6.

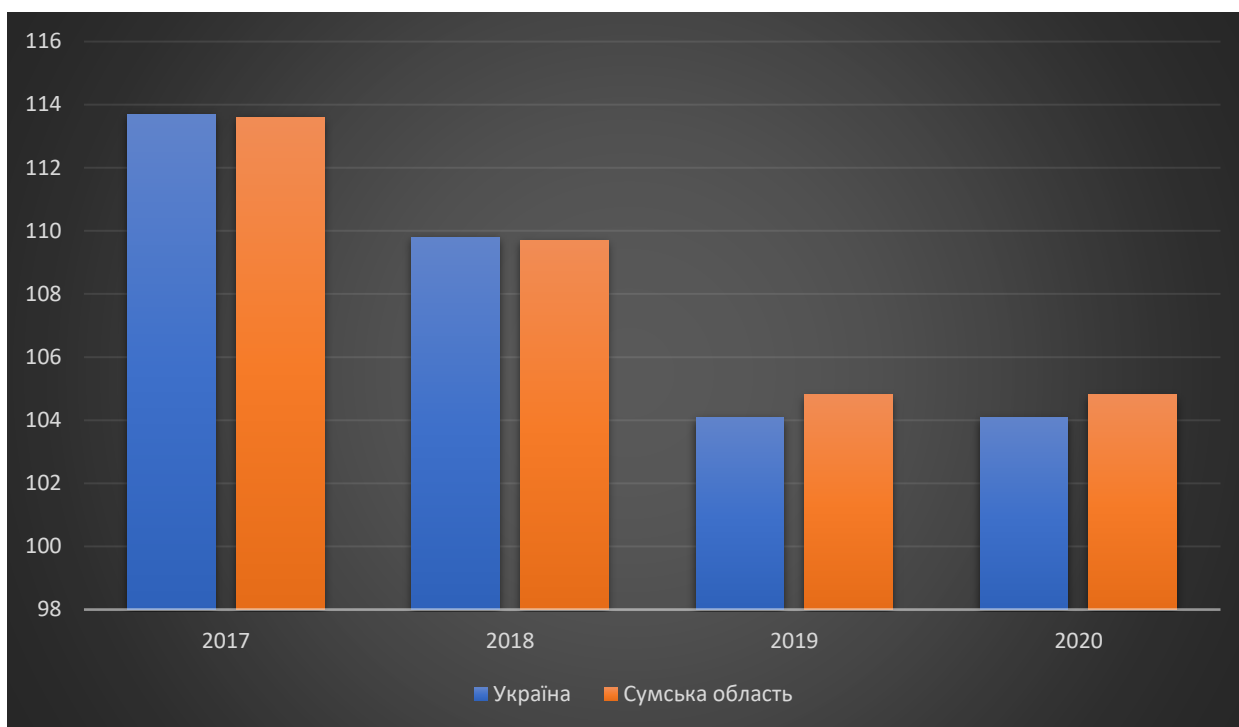


Рисунок 2.6 – Індекси споживчих цін в Україні та Сумській області, 2017-2020 рр, (%) [31]

Найбільш помітне зростання цін відбулось у 2014-2015 роках, після цього зростання цін дещо стабілізувалось і не демонструвало значного приросту протягом останніх п'яти років. Важливо відзначити, що індекси споживчих цін в Сумському регіоні та загалом по Україні майже не відрізняються і ріст цін на Сумщині відповідає загальному середньому показнику зростання по Україні.

Проаналізуємо специфіку Сумської області за допомогою визначення структури її промисловості

Ключовим напрямком діяльності регіону є переробна діяльність, яка займає більше 60% від загальної структури регіону. Серед переробної діяльності головна роль відводиться машинобудуванню, яке в загальній структурі займає 29%. На харчову промисловість відводиться 24%, 10% на хімічну та нафтохімічну промисловість та 8% на металургію. Таким чином, можемо охарактеризувати Сумську область як промисловий регіон, спрямований на переробну діяльність (рис. 2.7).

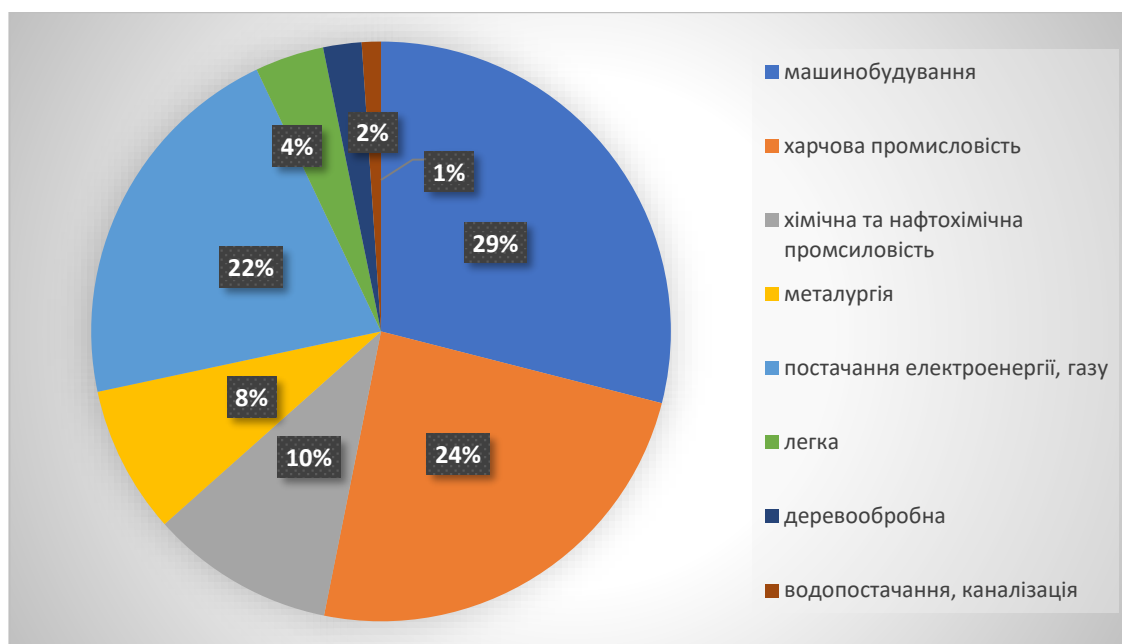


Рисунок 2.7 – Структура промисловості Сумської області, 2020 рік [35]

Специфіка Сумщини також визначається структурою її зовнішньої торгівельної діяльності. Основу товарної структури експорту області у 2020 році склали продукти рослинного походження – 146,7 млн дол. США, що складає 30,7% до загального обсягу експорту; готові харчові продукти – 101,9 млн дол. США – 21,3%; машини, обладнання, механізми, електротехнічне обладнання – 50,0 млн дол. США – 10,5%; недорогоцінні метали та вироби з них – 40,3 млн дол. США – 8,4%; полімерні матеріали, пластмаси, каучук – 37,2 дол. США – 7,8%; деревина і вироби з деревини – 24,1 млн дол. США – 5%; жири та олії тваринного або рослинного походження – 23,4 млн дол. США – 4,9%; засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 12,6 млн дол. США - 2,6%; взуття, головні убори, парасольки – 12,2 млн дол. США – 2,5%. живі тварини, продукти тваринного походження – 11,9 млн дол. США – 2,5 [35].

Основу товарної структури імпорту зовнішньої торгівлі області склали готові харчові продукти – 93,2 млн дол. США, що складає 24,5% до загального обсягу імпорту; продукція хімічної та пов’язаних з нею галузей промисловості – 54,9 млн дол. США – 14,4% машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання – 44,2 млн дол. США – 11,6%; недорогоцінні метали та вироби з них

– 40,3 млн. дол. США – 10,6%; полімерні матеріали, пластмаси та каучук – 39,0 млн дол. США – 10,2 %; засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 37,7 млн дол. США – 9,9%; текстильні матеріали та текстильні вироби – 25,9 млн дол. США – 6,8% [35].

Таким чином, можна зробити висновок, що економічні та соціальні показники Сумської області загалом демонструють позитивну тенденцію. Але в загальній структурі економічного потенціалу країни даний регіон займає незначну частку (на прикладі ВВП).

2.2 Сучасний стан та показники розвитку торгівлі в Сумській області

На першому етапі дослідження розглянемо оборот оптової торгівлі в Сумській області. Статистичні дані представлені в таблиці 2.7. У 2018 році в Україні спостерігається значне зниження обсягу оптової торгівлі – на 15,9% або на 302 851 млн грн. Сумська область також повторює цю тенденцію – зменшення в регіоні відбулось на 1 810,1 млн грн або на 10,7%. У 2019 році даний показник по Україні та досліджуваному регіону стабілізувався і показує приріст трохи більше 30% по країні та Сумській області. У 2020 році темпи зростання оптової торгівлі по Україні зменшились і склали 5,7%. У Сумському регіоні даний показник взагалі отримав негативне значення: оптова торгівля в області зменшилась на 4 428,2 млн грн або на 20,3%, що свідчить про значне перевищення загальноукраїнської тенденції.

Таблиця 2.7 – Обсяги оптового товарообороту України та Сумської області продовольчих та непродовольчих товарів, 2017-2020 рр. [31]

Рік	Україна				Сумська область			
	Оптовий товарооборот		У тому числі		Оптовий товарооборот		У тому числі	
	млн грн.	Відхил, %	Продтов ари	Непродт овари	млн грн.	Відхил, %	Продтов ари	Непродт овари
2017	1908670,6	-	314047,6	1594623,0	16952,2	-	4244,3	12707,9

Продовження табл. 2.7

2018	1605819,6	-15,9	258743,6	1347076,0	15142,1	10,7	3350,3	11791,8
2019	2322176,9	30,8	392139,9	1930037,0	21853,7	30,7	5042,1	16811,6
2020	2462558,8	5,7	437577,3	2024981,5	17425,5	-20,3	1471,1	15954,1

Для наочної демонстрації оптового товарообороту України та Сумської області продовольчих та непродовольчих товарів побудуємо рис. 2.8.

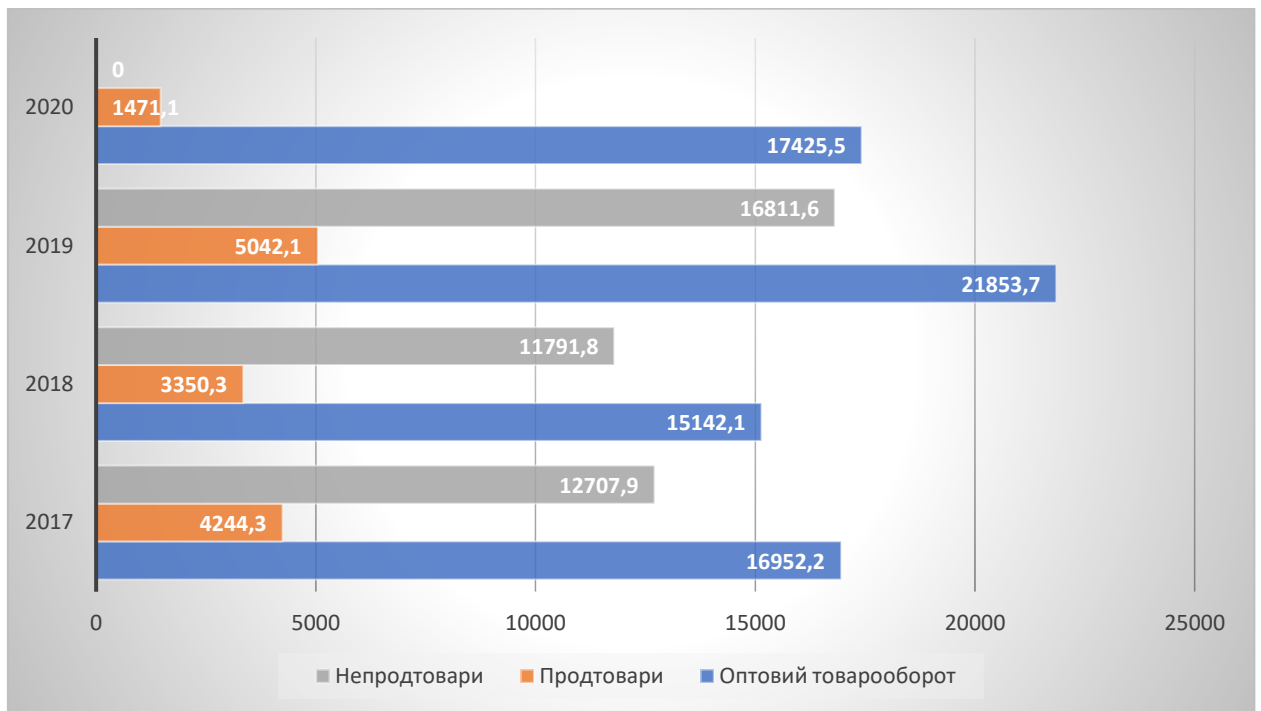


Рисунок 2.8 – Обсяги оптового товарообороту України та Сумської області продовольчих та непродовольчих товарів, 2017-2020 рр. (млн. грн) [31]

Отже, за досліджуваним регіоном відсутня єдина тенденція щодо розвитку оптового товарообороту, він змінюється кожного року з різною інтенсивністю. Найбільш різкі зміни відбулись у 2020 році саме в категорії продовольчих товарів. Дана група товарів зменшилась на 70,8% або на 3575 млн. грн. Розглянемо також частку оптової торгівлі у загальній структурі по Сумському регіону (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Структура оптової торгівлі Сумської області [31]

Рік	Сумська область		
	Оптовий товарооборот	У тому числі	
	млн грн.	Продтовари	Непродтовари
2017	16952,2	25,0	74,9

Продовження табл. 2.8

2018	15142,1	22,1	77,9
2019	21853,7	23,1	76,9
2020	17425,5	8,4	91,6

Переважну частку в загальній структурі оптової торгівлі регіону займають непродовольчі товари. Їх обсяг складає у 2017 році -74,9%, у 2018 цей показник збільшився до 77,9%, у 2019 році він зменшився на 1% і склав 76,9. Найбільший обсяг даної категорії товарів у загальній структурі регіону спостерігається у 2020 році Розглянемо також частку оптової торгівлі у загальній структурі по Україні (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Структура оптового товарообороту України та Сумської області продовольчих та непродовольчих товарів, 2017-2020 рр. [31]

Рік	Україна				Сумська область			
	Оптовий товарооборот		У тому числі		Оптовий товарооборот		У тому числі	
	млн грн.	Відхил, %	Продтов ари	Непродт овари	млн грн.	Відхил, %	Продтов ари	Непродт овари
2017	100,0	-	100,0	100,0	0,89	-	1,4	0,80
2018	100,0	-	100,0	100,0	0,90	1,1	1,3	0,90
2019	100,0	-	100,0	100,0	0,94	4,3	1,3	0,87
2020	100,0	-	100,0	100,0	0,71	-24,5	0,34	0,79

У загальній структурі оптової торгівлі України Сумська область не займає помітної ролі, оскільки загальний обсяг оптової торгівлі по регіону складає трохи менше 1%. Важливо також відмітити зниження частки продовольчих та непродовольчих товарів регіону в загальній структурі країни у 2020 році, тобто відбулось помітне зниження даного виду торгівлі.

Розглянемо оборот роздрібною торгівлі по Україні та Сумському регіоні в табл. 2.10.

Таблиця 2.10 – Обсяги обороту роздрібної торгівлі в Україні та Сумській області, 2007-2020 рр. (млн грн) [31]

Рік	Україна		Сумська область	
	Показник	Відхилення, %	Показник	Відхилення, %
2017	52871,9	-35,1	1083,7	-38,5
2018	68828,4	23,2	1445,4	25,0
2019	77018,5	10,6	1582,0	8,6
2020	120124,0	35,9	2833,0	44,2

Більш детально проаналізуємо динаміку та тенденції обороту роздрібної торгівлі в Україні та Сумській області з допомогою рис. 2.9.

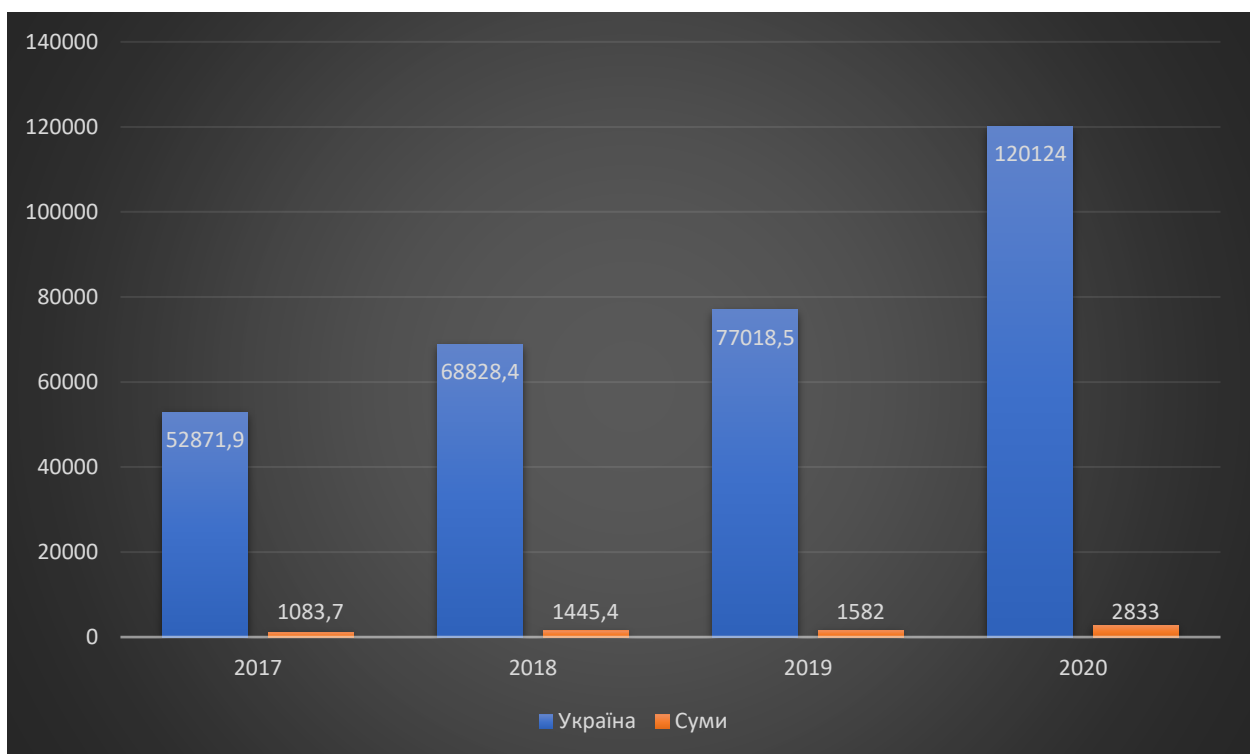


Рисунок 2.9 – Обсяги обороту роздрібної торгівлі в Україні та Сумській області, 2007-2020 рр. (млн грн)

Відсутня єдина тенденція в зміні обсягів обороту роздрібної торгівлі протягом 2007-2020 років. З 2008 року відбувається поступове зростання даного показника аж до 2016 року. Потім відбувається різке падіння у 2017 році по Україні на 28 657,5 млн грн або 35,1%. По Сумській області падіння обсягів обороту роздрібної торгівлі було більш помітним на 38,5% або на 679,3 млн. У 2018 та 2019 році спостерігається поступове нарощування позитивної динаміки

досліджуваного показника по Україні та Сумській області. У 2020 році відбулось різке збільшення обсягів обороту роздрібною торгівлі по Україні на 43 105,5 млн. або на 35,9%. За результатами обсягів обороту роздрібною торгівлі у Сумській області в 2020 році можна також констатувати збільшення даного показника 44,2% або на 1551 млн.

Розглянемо також частку обороту роздрібною торгівлі Сумської області в загальній структурі обороту роздрібною торгівлі України (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Структура обороту роздрібною торгівлі в Україні та Сумській області, 2007-2020 рр. (млн грн) [31]

Рік	Україна	Сумська область
2017	100,0	2,0
2018	100,0	2,0
2019	100,0	2,1
2020	100,0	2,4

Отже, частка обороту роздрібною торгівлі в загальній структурі країни є незначною і знаходиться в межах 1,8-2,4% від загального обсягу обороту роздрібною торгівлі в Україні у період з 2007 по 2020 роки.

Проаналізуємо обсяги роздрібною товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства у 2004-2020 роках табл. 2.12.

Таблиця 2.12 – Обсяг роздрібною товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства 2004-2020 рр. (млн грн) [31]

Рік	Україна		Сумська область		
	Показник	Відхилення, %	Показник	Відхилення, %	Частка в загальній структурі
2017	587784,5	7,0	9752,3	6,0	1,7
2018	667044,3	11,9	11522,3	15,4	1,7
2019	795204,2	16,1	13038,2	11,6	1,6
2020	874428,4	9,1	14037,6	7,1	1,6

Отже, даний показник демонструє найбільш високі показники по Україні та Сумській області протягом 2005-2008 років. У 2009 році відбулось зменшення

цього індикатора на 6,1% по Україні та на 9,3% в Сумській області. Після 2009 року відновилась позитивна тенденція росту обсягу роздрібного товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства в Україні та Сумській області.

2.3 Показники ефективності торгівельної діяльності в Сумській області

Для оцінки ефективності торгівельної діяльності в Сумській області проведемо аналіз Індексу фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі за товарними групами та обсяги експорту-імпорту товарів в досліджуваному регіоні.

Індекс фізичного обсягу – це відношення обсягу роздрібного товарообороту за звітний період звітного року до обсягу відповідного періоду попереднього року, перерахованого в порівнянних цінах з використанням індексу споживчих цін, обчисленого за індивідуальними індексами споживчих цін на товари. Проаналізуємо даний показник для Сумської області та України (табл. 2.13).

Таблиця 2.13 – Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі за товарними групами [31]

Рік	Україна			Сумська область		
	Усі товари	Продовольчі товари	Непродовольчі товари	Усі товари	Продовольчі товари	Непродовольчі товари
2017	106,0	105,5	106,4	106,8	109,9	104,8
2018	105,8	111,2	102,1	108,1	103,2	111,4
2019	111,4	105,8	115,6	105,2	103,3	106,4
2020	107,2	109,6	105,4	106,2	108,2	104,9

Відсутні значні відмінності у значенні Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі за товарними групами по Україні та Сумській області у 2019 році за усіма товарами. Даний показник склав 111,4 пункти в Україні та 105,2 по Сумській області. У 2020 році

цей індикатор по Сумському регіону знову став наближеним до середнього значення по країні. Здійснимо також аналіз динаміки Індексу фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами у Сумській області в табл. 2.14.

Таблиця 2.14 – Динаміка Індексу фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами у Сумській області [31]

Рік	Усі товари	Відхилення, %	Продовольчі товари	Відхилення, %	Непродовольчі товари	Відхилення, %
2017	106,8	-	109,9	-	104,8	-
2018	108,1	1,2	103,2	-6,5	111,4	5,9
2019	105,2	-2,7	103,3	-	106,4	-4,5
2020	106,2	0,9	108,2	4,5	104,9	-1,4

Даний показник в категорії «непродовольчих» товарів демонструє негативну тенденцію у 2019 та 2020 році. Індекс фізичного обігу продовольчих товарів показує зменшення у 2018 році на 6,5%. Розглянемо більш детально динаміку змін даного показника на рис. 2.10.

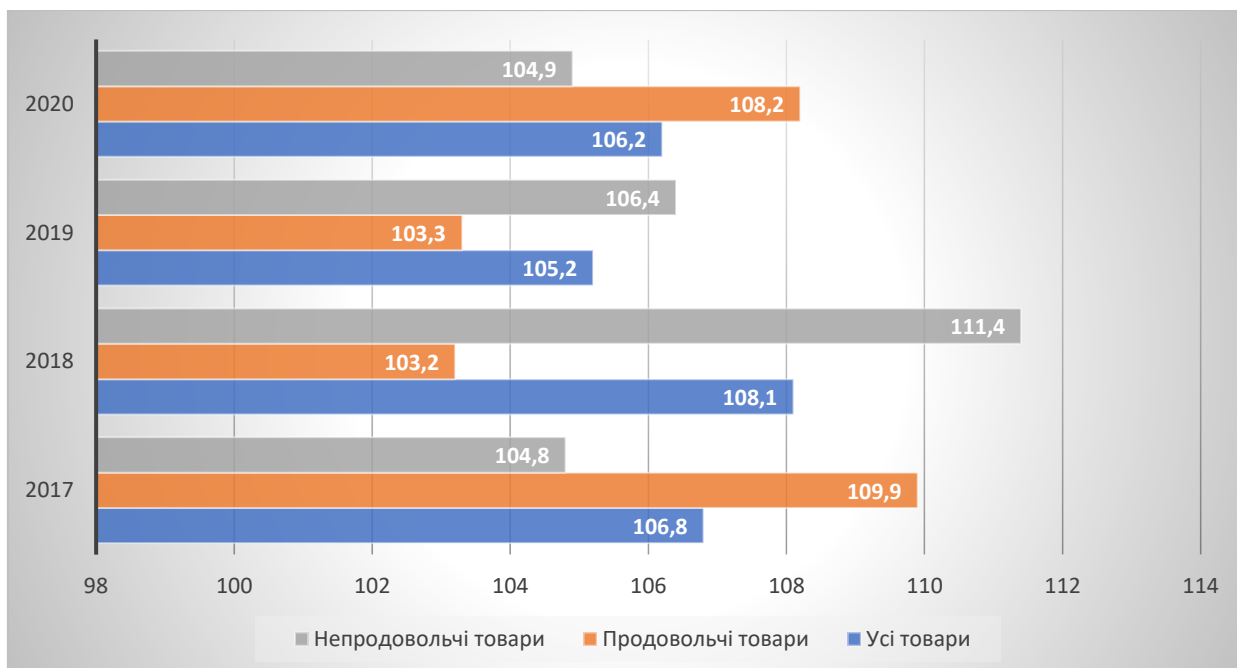


Рисунок 2.10 – Динаміка Індексу фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами у Сумській області [31]

Отже, даний показник не має чіткої тенденції, він є досить мінливим у сучасних економічних та політичних умовах, оскільки є чуттєвим до впливу багатьох зовнішніх факторів. Наступним кроком є аналіз обсягу експорту-імпорту товарів в Україні та Сумській області (табл. 2.15).

Таблиця 2.15 – Обсяги експорту-імпорту товарів [31]

Рік	Експорт		Імпорт		Сальдо
	млн. дол. США	питома вага у загальному обсязі, %	млн. дол. США	питома вага у загальному обсязі, %	
2017	67,2	1,6	55,1	1,1	12,1
2018	80,2	1,7	72,3	1,3	78,8
2019	88,3	1,8	65,7	1,1	22,7
2020	97,4	2,0	83,6	1,5	13,8

Загалом необхідно визначити, що Сумська область займає незначну частку у загальній структурі зовнішньої торгівлі України. Питома вага з експорту знаходиться в межах 1,3%-2,0%, а імпорту у межах 0,6%-1,5%.

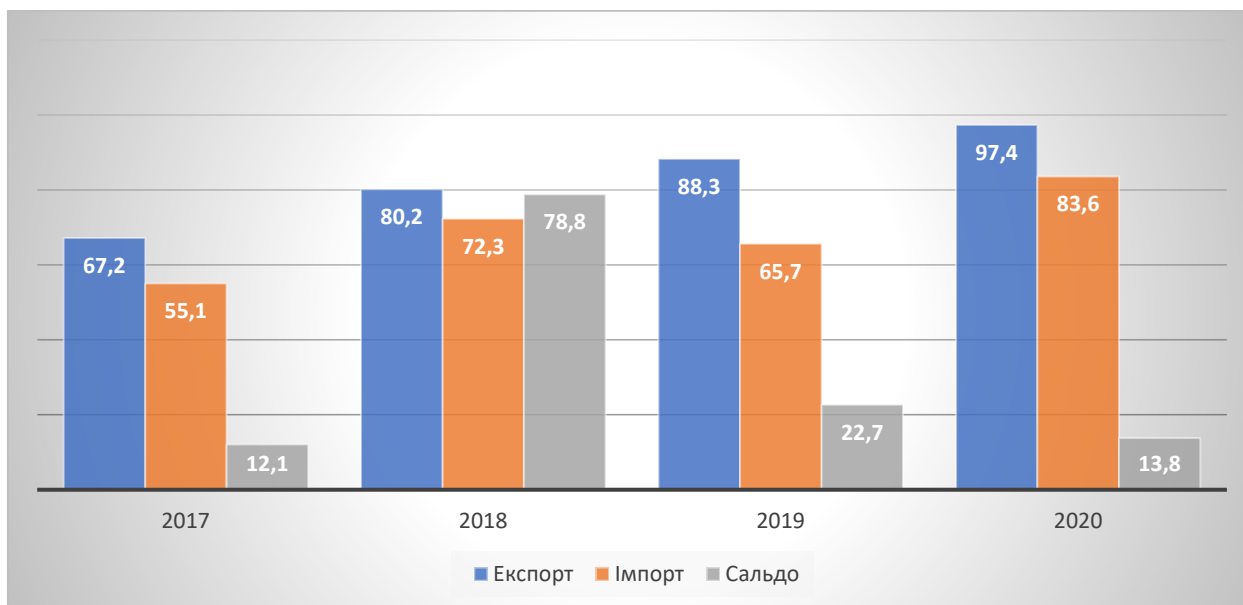


Рисунок 2.11 – Динаміка експорту-імпорту товарів в Сумській області, млн дол. США [31]

У 2011 році відбулось різке зниження обсягів експорту-імпорту товарів у Сумській області і до сьогоднішнього дня дана тенденція не відновилаь. Важливим аспектом є те, що обсяги експорту товарів перевищують обсяги імпорту. Це є свідченням активного торговельного балансу регіону, тобто

область більше виробляє та вивозить продукції за кордон для реалізації на зовнішніх ринках, ніж імпортує. Але негативним аспектом є те, що частка Сумської області у загальній структурі експортно-імпортних відносин є незначною, це означає, що даний регіон не створює значного впливу на загальнодержавному рівні.

Проведемо оцінку відносних показників ефективності торгівлі в Сумській області (табл. 2.16).

Таблиця 2.16 – Обсяг обороту оптової торгівлі на одну особу в Сумській області

Рік	Оптовий товарооборот					
	млн грн.	Відхил, %	Продтовари	Відхил, %	Непродтовари	Відхил, %
2017	15,49	-	3,87	-	11,61	-
2018	14,18	-8,46	3,14	-18,86	11,04	-4,91
2019	20,48	30,76	4,73	33,62	15,8	30,13
2020	16,59	-18,99	1,40	-70,4	15,19	-4,02

Загальні обсяги оптової торгівлі в розрахунку на одну особу демонструють зменшення у 2018 році на 8,46%, а у 2019 році навпаки відбулось збільшення на 30,76%. У 2020 році відбулось значне падіння даного показника на 18,99%. Розглянемо також обсяг роздрібного товарообороту підприємств в розрахунку на одну особу (табл. 2.17).

Таблиця 2.17 – Обсяг роздрібного товарообороту підприємств на одну особу в Сумській області 2004-2020 рр., (тис.)

Рік	Відхилення		
	Показник	Відносне, тис	Абсолютне, %
2017	8,91	0,54	6,06
2018	10,78	1,87	17,35
2019	12,23	1,45	11,86
2020	13,36	0,13	0,97

Проаналізувавши показники представлені в табл. 2.17 можна зробити висновок, що обсяги роздрібного товарообороту в розрахунку на одну особу в Сумській області постійно зростають (негативне значення даного показника

спостерігається лише у 2009 році в період економічної кризи). У 2020 році помітно сповільнились темпи росту товарообігу на одну особу через пандемію.

Підсумовуючи необхідно зробити висновок, що торгівля в Сумській області розвивається неоднорідно: є періоду значного спаду та зростання. Загалом торговельний потенціал регіону є невисоким, порівняно із загальними показниками по Україні. На це впливає низький рівень умов розвитку конкуренції в галузі, нерозвинута інфраструктура торгівлі, низький рівень підтримки малого та середнього бізнесу в державі, зниження кадрової забезпеченості внаслідок демографічної кризи, наявність на території області нечислених та віддалених населених пунктів. Для стабілізації процесу розвитку торгівлі регіон потребує розробки стратегії підтримки торговельної галузі економіки.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що торгівля є важливою частиною економіки будь-якої країни. Споконвіку торгові шляхи об'єднували міста й країни, об'єднуючи культуру, науку, прогресивні ідеї різних народів. І сьогодні успіх розвитку торговельних відносин в Україні в цілому і окремими державами зокрема безпосередньо залежить від професіоналізму кожного, хто бере участь в організації торгового процесу.

Сьогодні існує велика кількість показників для визначення ефективності розвитку регіональної торгівлі. Загалом ці показники можна розділити на п'ять груп: обсягові, результуючі, структурні, інтенсивності, ефективності та динаміки. А методика оцінки торгівлі на регіональному рівні має базуватись на проведенні постійного моніторингу загальних показників економічного розвитку регіону та показників розвитку торгівлі області.

Протягом останніх сімнадцяти років спостерігається досить стабільний розвиток валового регіонального продукту Сумщини. Найбільш різкий підйом показника можна спостерігати у 2008 році на 21,8%, у 2015 році на 269% та у 2018 році на 21,3%. Але регіон займає незначну частку в структурі загального валового регіонального продукту України. Її розмір коливається в межах 1,2%-1,8%. Але варто відмітити позитивну тенденцію до поступового збільшення частки валового продукту досліджуваного регіону в загальній структурі.

Загалом динаміку чисельності населення Сумської області можна охарактеризувати як негативну. Майже кожного року впродовж досліджуваного періоду відбувається зменшення кількості осіб, що проживають на території регіону. З 2004 року по 2005 рік переважна кількість населення проживала у міській місцевості, у 2006 році та 2007 році спостерігається зворотня тенденція – більшість населення проживали у сільській місцевості. Це було викликано міграцією населення з міста до сіл, оскільки відбулась економічна криза та серед населення панувала ідея, що легше її пережити в селищах. Після 2008 року

відбулось повернення до попереднього стану і у Сумському регіоні знову більшість населення почала проживати на території міст.

Отже, економічні та соціальні показники Сумської області загалом демонструють позитивну тенденцію. Але в загальній структурі економічного потенціалу країни даний регіон займає незначну частку (на прикладі ВВП).

У 2018 році в Україні спостерігається значне зниження обсягу оптової торгівлі – на 15,9% або на 302 851 млн грн. Сумська область також повторює цю тенденцію – зменшення в регіоні відбулось на 1 810,1 млн грн або на 10,7%. У 2019 році даний показник по Україні та досліджуваному регіону стабілізувався і показує приріст трохи більше 30% по країні та Сумській області. У 2020 році темпи зростання оптової торгівлі по Україні зменшились і склали 5,7%. У Сумському регіоні даний показник взагалі отримав негативне значення: оптова торгівля в області зменшилась на 4 428,2 млн грн або на 20,3%, що свідчить про значне перевищення загальноукраїнської тенденції.

Відсутня єдина тенденція в зміні обсягів обороту роздрібною торгівлі протягом 2007-2020 років. З 2008 року відбувається поступове зростання даного показника аж до 2016 року. Потім відбувається різке падіння у 2017 році по Україні на 28 657,5 млн грн або 35,1%. По Сумській області падіння обсягів обороту роздрібною торгівлі було більш помітним на 38,5% або на 679,3 млн. У 2018 та 2019 році спостерігається поступове нарощування позитивної динаміки досліджуваного показника по Україні та Сумській області. У 2020 році відбулось різке збільшення обсягів обороту роздрібною торгівлі по Україні на 43 105,5 млн. або на 35,9%. За результатами обсягів обороту роздрібною торгівлі у Сумській області в 2020 році можна також констатувати збільшення даного показника 44,2% або на 1551 млн.

Таким чином, торгівля в Сумській області розвивається неоднорідно: є періоду значного спаду та зростання. Загалом торговельний потенціал регіону є невисоким, порівняно із загальними показниками по Україні. Для стабілізації даного процесу регіон потребує розробки стратегії підтримки торговельної галузі економіки.

Метою стратегії розвитку торгівлі в Сумській області є створення умов для формування комфортного середовища для громадян через розвиток багатоформатної інфраструктури торгівлі за допомогою стимулювання зростання будь-яких форм підприємницької активності та збалансованого розвитку всіх торгових форматів (малий торговий бізнес, специфічні соціально орієнтовані формати, мобільна торгівля, нестационарна торгівля, ярмаркова торгівля, малий сімейний торговельний бізнес тощо).

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних завдань:

- 1) забезпечення умов розвитку конкуренції у галузі торгівлі;
- 2) створення умов розвитку багатоформатної інфраструктури торгівлі;
- 3) підтримка рівня розвитку малого та середнього бізнесу у сфері торгівлі;
- 4) підвищення рівня привабливості здійснення торговельної діяльності на території Сумській області, у тому числі в нечисленних, важкодоступних та віддалених населених пунктах Сумській області;
- 5) сприяння у підвищенні кадрової забезпеченості галузі торгівлі.

Для забезпечення зростання економіки та підприємницької активності, а також побудови прозорого торговельного бізнесу необхідно сформуванню так звану матрицю торгових форматів як модель багатоформатної торгівлі.

Під форматом торгівлі (торговим форматом) розуміється тип торгівлі, що характеризується набором однорідних способів і характеристик ведення бізнесу, видом використовуваного торгового об'єкта, і навіть орієнтованістю на певну групу споживачів.

Кожен формат торгівлі унікальний і для споживача (надає різні послуги з набору та якості, в тому числі з різноманітності асортименту, цінового рівня та супутніх послуг), і для виробника (виробникам різних обсягів та типів товарів потрібні різні формати торгівлі як канали збуту).

Кожен із форматів має свої переваги:

- великі мережеві формати – різноманітність товарів, зручність вибору;
- магазини крокової доступності – індивідуальний підхід; можливість придбати рідкісний нестандартний товар;

– ринки чи ярмарки, нестационарний, мобільний та інші малі формати торгівлі – можливість придбати найсвіжіший сезонний товар чи товар невеликих місцевих виробників;

– інтернет-магазин або віддалена торгівля – звільнення від транспортних проблем, зручність вибору товарів для споживача.

Різноманітність роздрібних форматів торгівлі дозволяє створити комфортне середовище для споживачів, можливість вибрати ті формати торгівлі, які відповідатимуть його запитам.

Побудова на території Сумської області повноцінної матриці торгових форматів з урахуванням демографічних, географічних, економічних, інфраструктурних та інших особливостей території є головний напрямок діяльності органів місцевого самоврядування муніципальних утворень.

Сформована матриця торгових форматів – це наявність на території Сумської області максимальної кількості торгових об'єктів (і мережевих, і немережевих) на конкурентних умовах як для споживача (з можливістю вибору споживачем різних торгових форматів та суб'єктів господарювання, що здійснюють роздрібну торгівлю), так і для місцевого виробника (з можливістю здійснення збуту вироблених товарів через різні формати торгівлі як канали збуту).

Матриця має бути не просто теоретичною моделлю, а стати однією із пріоритетних завдань для органів місцевого самоврядування регіону. Комфортне середовище для громадян та зростання виробництва у споживчому секторі досягається лише за наявності всіх торгових форматів у кожному місті та поселенні, насамперед малих форматів торгівлі.

Для досягнення різноманітності торгових форматів та формування конкурентного середовища важливими напрямками розвитку є:

1) розвиток механізмів саморегулювання, взаємодії саморегулювальних організацій, що об'єднують ключових представників сфер бізнесу, пов'язаних з виробництвом та реалізацією споживчих товарів, які не тільки сприяють

ослабленню адміністративного тиску на ринкові процеси, а й дозволяють більш ефективно та з меншими витратами регулювати ці процеси.

Розвиток механізмів саморегулювання насамперед важливий у великих роздрібних торгових мережевих компаніях, елементом цього процесу є впровадження сумлінних практик у відносини торгових мереж та їх постачальників (виробників).

Розвиток інститутів саморегулювання у галузі торгівлі є обов'язковим елементом розвитку економіки Сумської області, заснованої на ринкових засадах;

2) розвиток малого торгового, зокрема сімейного, бізнесу, заснованого на правах власності або довгострокової оренди стаціонарних приміщень, на спеціалізації, що дозволяє надавати ексклюзивні послуги (булочні, кондитерські, м'ясні крамниці, рибні магазини та ін.);

3) розвиток мобільної торгівлі (торгівлі через спеціалізовані автомагазини), яке передбачає розвиток суміжних галузей економіки: вітчизняної автомобільної промисловості та виробництва кузовів зі спеціалізованим торговим обладнанням, поступове створення товаровиробниками Сумської області розподільчих центрів та баз для участі у мобільній торгівлі. У свою чергу, розвиток мобільної торгівлі дає поштовх розвитку малих підприємств сервісу, супутніх послуг та виробництва. Крім того, мобільна торгівля є способом постачання мешканців віддалених та малонаселених пунктів Сумської області товарами;

4) розвиток ярмаркової торгівлі в Сумській області та максимальне спрощення всіх процедур для організації та проведення ярмарків та участі у них. Ярмарок – найпростіша та найважливіша інфраструктура для зростання підприємницької активності у дрібній торгівлі та малому та середньому виробництві. Ярмарок дозволяє максимально швидко залучити до торгівлі продукти та товари, вироблені на території Сумської області і, відповідно, дати поштовх до збільшення їх виробництва;

5) забезпечення можливості стабільного функціонування нестационарних торгових об'єктів та забезпечення гарантії прав суб'єктів господарювання. За відсутності системних порушень правил торгівлі та бажання суб'єкта господарювання продовжувати торговельну діяльність після закінчення термінів розміщення торговельного об'єкта необхідно забезпечити продовження договорів (інших дозвільних документів) без проведення конкурентних процедур. При територіальній необхідності звільнення місця розміщення торговельного об'єкта слід забезпечити надання суб'єкту господарювання альтернативних рівноцінних компенсаційних місць (реалізація принципу «змінюється місце – зберігається бізнес»). Потрібно також скорочення термінів та спрощення процедури розміщення нових торгових об'єктів для задоволення потреб як населення Сумської області у послугах торгівлі, так і суб'єктів господарювання, які бажають відкривати новий торговий бізнес або розширювати існуючий;

б) організація сучасних сільськогосподарських ринків, переважно з максимальною їхньою кроковою доступністю для населення Сумської області. Достатня кількість ринків дасть змогу легально торгувати всім охочим без винятку за прийнятну орендну плату за умови дотримання санітарних норм та інших правил. Збільшення кількості сучасних капітальних сільськогосподарських та продовольчих роздрібних ринків дасть поштовх розвитку конкуренції та сприятиме у вирішенні існуючої проблеми недоступності чи дорожнечі торгових місць;

7) розвиток віддалених форматів роздрібної торгівлі (інтернет-торгівля, торгівля за каталогами, у тому числі через пошту, та інше);

8) створення системи адресної продовольчої допомоги малозабезпеченим громадянам, яка є ефективним інструментом стимулювання споживання, розвитку роздрібної торгівлі та відповідного виробництва;

9) розробка спеціальних заходів підтримки у створенні та розвитку торгових підприємств специфічних сегментів роздрібу, що мають яскраво виражене соціальне значення, – реалізація свіжих продуктів, що швидко

псуються, фермерської продукції, друкованої продукції, народних і художніх промислів, виробів ремісництва;

10) необхідність диференціації території муніципальних утворень щодо їхньої значущості як ринків збуту;

11) збільшення доступності торгових площ та земельних ділянок для розвитку торговельних та логістичних організацій, що випереджає нарощування комунальних, генеруючих та розподільчих потужностей, розвиток сфери телекомунікацій та електронних платежів.

З метою оптимального розміщення великих торгових об'єктів, магазинів крокової доступності, супермаркетів та мінімаркетів, об'єктів дрібнороздрібної торгівлі, оптових та роздрібних ринків, побудови багатоформатної торгової інфраструктури в Сумській області необхідно проаналізувати доцільність встановлення критеріїв розміщення великих торгових об'єктів.

Для нормальної взаємодії організацій роздрібної торгівлі і виробників сільськогосподарської продукції та продуктів харчування необхідна сучасна оптова ланка, що включає поряд з оптовими торговими організаціями систему великих оптових продовольчих ринків (оптово-розподільчих, оптово-логістичних центрів або терміналів) і систему розподільчих центрів великих торгових мереж.

Оптова ланка має максимально знизити витрати як виробників, і організацій роздрібної торгівлі, і навіть скоротити терміни реалізації товарів. Як наслідок, продукти на полицях магазинів будуть свіжішими, тобто якіснішими та дешевшими.

Досвід розвитку торгівлі свідчить, що збільшення частки великих торгових мереж та великих торгових операторів негативно позначається на стані малого та середнього підприємництва, що використовує традиційні форми ведення торгової діяльності. «Перетікання» покупців у великі торгові об'єкти з автономних підприємств малих та середніх форматів часто веде до припинення діяльності останніх. Необхідно враховувати, що з економічної точки зору малі формати, як правило, з об'єктивних причин менш ефективні, ніж великі роздрібні

торгові мережеві компанії, рівень їх витрат як на оренду торгових площ, і закупівлю товарів значно вищий. Ефективність використання трудових ресурсів у великій мережній торгівлі також значно вища, ніж у об'єктів малих форматів торгівлі.

При цьому великі торгові структури не в змозі забезпечити виконання тих соціальних функцій, які традиційно притаманні об'єктам малих форматів (починаючи із задоволення повсякденних потреб громадян у безпосередній близькості від місця проживання, індивідуального підходу до покупців та закінчуючи забезпеченням самозайнятості громадян, створенням робочих місць та забезпеченням збуту продукції малих та середніх місцевих виробників).

Досвід розвитку торгівлі в нечисленних, важкодоступних та віддалених населених пунктах Сумської області ґрунтується на застосуванні різних інструментів, основним з яких є надання різних пільг суб'єктам господарювання, які здійснюють торгове обслуговування на таких територіях.

Учасниками заходів щодо підтримки ведення торгової діяльності у нечисленних, віддалених та важкодоступних населених пунктах є в основному малі підприємства та індивідуальні підприємці, для яких складність участі в адміністративних процедурах (підготовка документації, облік та звітність) з часом знижують рівень привабливості ведення торгової діяльності у нечисленних, важкодоступних та віддалених населених пунктах, незважаючи на підтримку органів влади.

Проблему нестачі кадрів та низької кваліфікації торгового персоналу, що має комплексний характер, необхідно вирішувати комплексно, використовуючи багато механізмів та інструментів, у тому числі регулярний моніторинг ринку праці в галузі, державну підтримку партнерства між освітніми організаціями та торговими компаніями, що знаходяться на території Сумської області, підвищення престижності праці та підприємництва у торгівельній галузі, сприяння розвитку соціального партнерства у галузі.

Підвищення престижності праці у торгівлі, формування у суспільстві позитивного ставлення до працівників торгівлі та підприємців забезпечуються

на корпоративному та регіональному рівні шляхом проведення різноманітних просвітницьких та мотиваційних заходів (конкурсів професійної майстерності, широкого громадського вшанування переможців таких конкурсів), а також здійснення комплексу заходів з кадрового забезпечення галузі, забезпечення умов для створення у сфері торгівлі нових робочих місць, збереження та модернізації наявних, підвищення рівня продуктивності праці та оплати праці в галузі.

З метою сприяння підвищенню престижності праці в галузі торгівлі на території Сумської області має проводитись обласний конкурс «Краща організація торгівлі Сумської області», а також застосовувати різні форми заохочення працівників галузі торгівлі, у тому числі нагородження міською та обласною адміністрацією Сумщини почесним званням «Заслужений працівник торгівлі та побутового обслуговування Сумської області».

Аналіз динаміки минулих подій і виявлення відповідних трендів дає можливість прогнозувати подальші процеси. За допомогою методу екстраполяції тренду можна сформулювати прогнозовані дані на середньострокову перспективу розвитку торгівлі в Сумській області (на прикладі роздрібного товарообороту). Передумовою використання методу екстраполяції у даному разі є сталість розвитку причинного комплексу, що формує тенденцію.

Таблиця 1 – Розрахунок плинних (ковзних) середніх та середньої абсолютної величини їх зміни (тис. грн)

Показники	2016	2017	2018	2019	2020
Всього роздрібний товарообіг Сумської області	1500,9	1083,7	1445,4	1582,0	2833,0
Плинні (ковзні) середні	$(1500,9 + 1083,7) / 2 = 1292,3$		$(1083,7+1445,4)/2= 1264,55$		
	$(1445,4+ 1582,0)/2 =1513,7$			$(1582+2833)/2=2207,5$	
					$(2833+3622)/2=3227,5$

Продовження табл. 1

Усереднена абсолютна величина зміни плинних (ковзних) середніх	$(1264,55-1292,3)+(1513,7-1264,55)+(2207,5-1513,7) + (3227,5-2207,5)/4 = 483,8$
--	---

Для прогнозування обсягу товарообороту, який можна згенерувати в Сумській області Y_t , можна скористатися лінійною функцією $Y_t = a + b \times t$, де a – теоретичний базовий рівень часового ряду, у нашому випадку він дорівнює 3227,5 тис. грн; b – усереднена абсолютна величина зміни плинних (ковзних) середніх, що дорівнює 483,8 тис. грн; t – період, на який здійснюється прогноз (1-й, 2-й, 3-й, 4-й рік відповідно). Отже, $Y_0 = 3227,5$ тис. грн. Розрахунок прогнозованих даних на період до 2023 року наведено у табл. 2.

Таблиця 2 – Розрахунок прогнозованих обсягів товарообороту в Сумській області

Рік	T	$Y_t = a + b \times t$	Y_t , тис. грн
2020	0	Теоретичний базовий рівень	3227,5
2021	1	$3227,5 + 483,8 \times 1$	3 666,3
2022	2	$3227,5 + 483,8 \times 2$	7 422,6
2023	3	$3227,5 + 483,8 \times 3$	11 133,9
2024	4	$3227,5 + 483,8 \times 4$	14 845,2

Отже, як видно з таблиці 2 прогнозується збільшення товарообороту Сумської області, що демонструє ефективність запропонованої стратегії розвитку торгівлі на Сумщині.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Савицька Н.Л. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н. Л. Савицька, І. Ю. Мелушова, А. В. Красноусов. К. С. Олініченко. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
2. Гаєвська Л. М. Підприємницька діяльність : підручник / Л. М. Гаєвська, О. І. Марченко ; Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України – Ірпінь, 2019. 500 с.
3. Підприємництво: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. Харків : УкрДУЗТ, 2018. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. 241 с.
4. Кісельов А.П. - Підручник. Основи бізнесу. URL: <https://buklib.net/books/24976/> (дата звернення 23.11.2021)
5. Пиріг, О. Підприємництво в Україні: від витоків до сьогодення: монографія. К.: УкрДрук, 2016. – 198 с.
6. Економіка торговельного підприємства: Економіка торговельного підприємства URL: <https://buklib.net/books/22298/> (дата звернення 16.11.2021)
7. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
8. Алексаха А. Г. Деякі тенденції розвитку європейської торгівлі. Історія торгівлі, податків та мита, № 1(7), 2019. С. 71-75.
9. Внутрішня торгівля України : [монографія] / [А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с.
10. Горбенко О.В. Ринок продуктової роздрібної торгівлі в Україні: формати, мережі, розвиток національний транспортний університет. Молодий вчений. 2015. № 9. Ч. 1. С. 59–66.

11. Лиса С.С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібно́ї торгівлі України. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 15. 2017. С. 254-258

12. Світовий рітейл: тенденції розвитку та конкурентні позиції / М.В. Чорна, Т.Б. Кушнір, А.М. Волосов // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2016. Вип. 1(1). С. 293–300.

13. Роскладка Н. О., Роскладка А. А., Пушкарьова А. В. Система моніторингу ключових показників ефективності діяльності підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 12.

14. Лейбови А. В. Формування та оцінка ресурсного потенціалу запорізького регіону. Інвестиції: практика та досвід № 10/2018. С. 60-67.

15. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства Актуальні проблеми економіки. 2013. № 7 (85). С. 71-76.

16. Олексюк О. І. Технологія оцінки результативності діяльності підприємства. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія : Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. Вип . 22. Т. 2. С. 169–173.

17. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства споживчої кооперації України: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2018. 205 с.

18. Економічна статистика: навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.

19. Куценко О. І. Статистика туризму: навч.-метод. посіб. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. 79 с.

20. Рарок О.В. Статистика. Конспект лекцій : навчальний посібник / Укл. Рарок О. В. – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин І. Я., 2017. 202 с.

21. Оптова торгівля в Україні : монографія / А.А. Мазаракі, Г.М. Богославець, О.М. Трубей, А.М. Носуліч ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 208 с.

22. Мазур О.Є. Методика оцінювання регіонального рівня інституціонального розвитку роздрібної торгівлі Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Том 14. Вип. 2 (30). С. 88-101.

23. Матвієнко П. Узагальнююча оцінка розвитку регіонів / П. Матвієнко // Економіка України. 2017. № 5. С. 26-35.

25. Гбур З. В. Роль моніторингу державної регіональної політики / З. В. Гбур // Упр. сучас. містом. 2016. - № 2. С. 68-71.

26. Бутко М. Державне регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів. Економіка України. 2017. № 6. С. 36-44.

27. Захарін С. В. Механізм державного регулювання / С. В. Захарін. - К. : Ін-т економіки, 2018. - 161 с.

28. Матвієнко П. Узагальнююча оцінка розвитку регіонів / П. Матвієнко // Економіка України. 2017. № 5. С. 26-35.

29. Уманець Т. В. Методологічні аспекти управління економічним розвитком регіону / Т. В. Уманець // Регіональна економіка. 2016. № 1. С. 22-35.

30. Методологія комплексної оцінки рівня соціально-економічного розвитку області та її адміністративно-територіальних одиниць : монографія / Л. М. Зайцева, В. В. Антонов, С. М. Серьогін та ін. ; за наук. та заг. ред. Л. М. Зайцевої. - Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2016. 132 с.

31. Офіційний сайт Державної служби статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 16.11.2021)

32. Юридична енциклопедія: В 6 т. /Редкол.: Ю. С. Шемшученко (голова редкол.) та ін. URL: <https://leksika.com.ua/15231210/legal/torgivlya> (дата звернення 23.11.2021)

33. Цигилик, І. І. Основи підприємництва: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 224 с

34. Офіційний сайт Сумської обласної державної адміністрації URL: <http://sm.gov.ua/uk/2012-02-03-08-02-55.html> (дата звернення 16.11.2021)

35. Офіційний сайт Департамент економічного розвитку і торгівлі URL:
<http://gue.sm.gov.ua/index.php/uk/stan-zovnishnoji-torgivli-sumskoj-i-oblasti> (дата
звернення 30.11.2021)

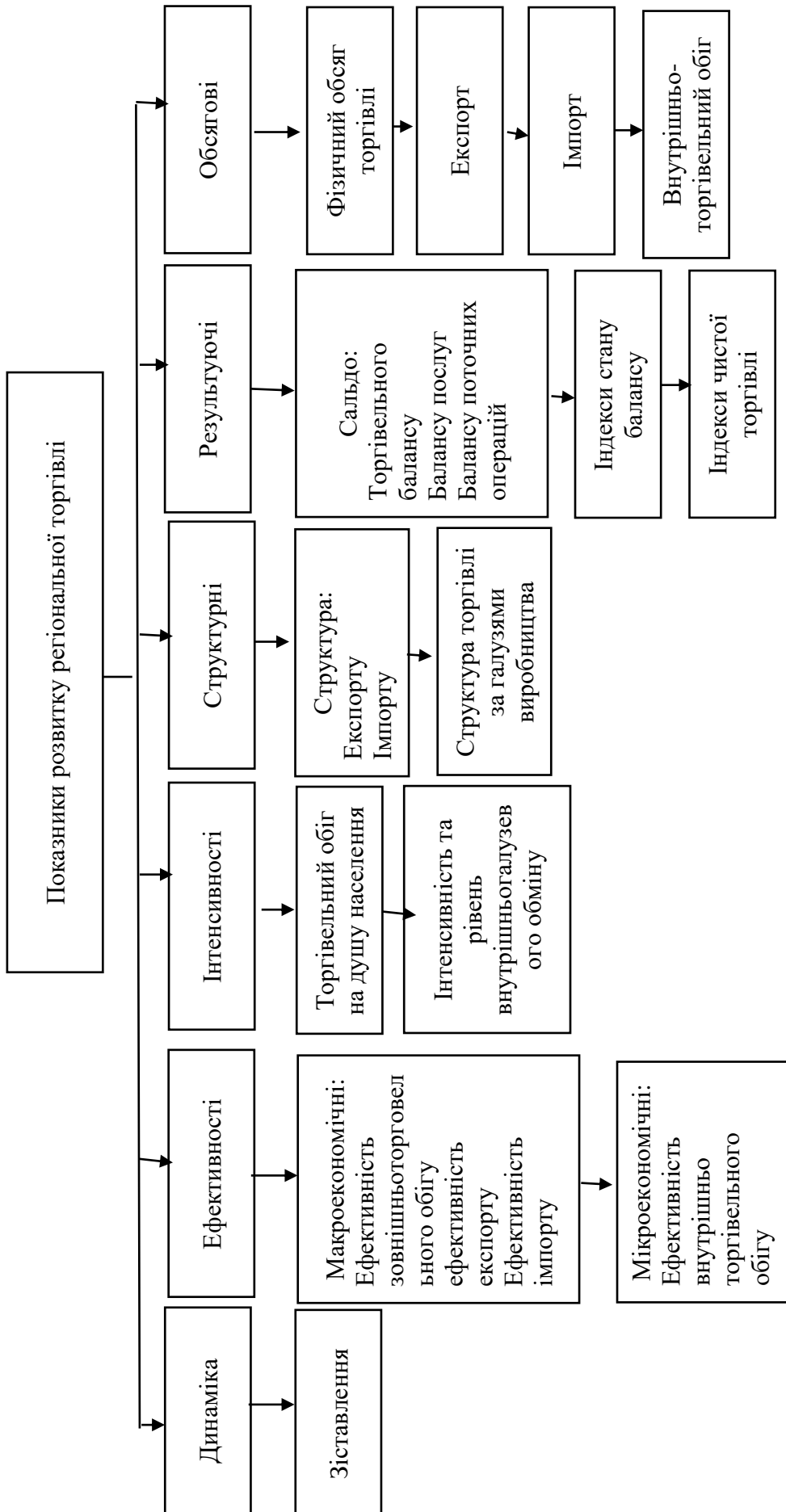


Рис. А.1 Система показників розвитку регіональної торгівлі [13]

Таблиця 1.Б – Перелік спеціальних показників для оцінювання індексу інституціонального розвитку роздрібної торгівлі

Показник	Формула розрахунку	Джерело даних
I. Субіндекс «Торговельні формати» (I_{тф})		
I.1. Частка кількості спеціалізованих магазинів у загальній кількості продовольчих магазинів	$K_1 = \frac{K_{п.спец.}}{K_{п.заг.}}$	Піщейка О.В.
I.2. Частка торговельної площі магазинів сучасних форматів (супермаркетів, універсамів та гіпермаркетів) у загальній торговельній площі продовольчих магазинів	$K_2 = \frac{S_{суп.+унів.+S_{гип.}}}{S_{заг.прод.}}$	Піщейка О.В.
I.3. Частка магазинів самообслуговування у загальній кількості магазинів (у продовольчому та непродовольчому секторах)	$K_3 = \frac{K_{сам.}}{K_{заг.}}$	Піщейка О.В.
I.4. Частка кількості кіосків у загальній кількості напівстаціонарних об'єктів	$K_4 = \frac{K_{к.}}{K_{п.о.}}$	Піщейка О.В.
I.5. Частка кількості критих та відкритих торгових місць у загальній кількості торгових місць на ринках	$K_5 = \frac{M_{відкр.}}{M_{заг.}}$	Піщейка О.В.
I.6. Співвідношення торгової площі ринків до торгової площі магазинів	$K_6 = \frac{S_{рин.}}{S_{маг.}}$	Піщейка О.В.
II. Субіндекс «Торговельна поведінка» (I_{тп})		
II.1. Частка тіньового обороту у загальному товарообороті роздрібної торгівлі (тіньовий оборот – це різниця витрат населення на придбання товарів та послуг і обороту роздрібної торгівлі)	$K_7 = \frac{В_{нас.-O_{р.т.}}}{O_{р.т.}}$	Осауленка О.Г.
II.2. Частка обороту через Інтернет у роздрібному товарообороті підприємств	$K_8 = \frac{O_{інт.}}{O_{заг.}}$	Осауленка О.Г.
II.3. Частка продажу за безготівковим розрахунком у роздрібному товарообороті підприємств	$K_9 = \frac{O_{безг.}}{O_{заг.}}$	Осауленка О.Г.
III. Субіндекс «Організаційно-правові форми господарювання» (I_{опфг})		
III.1. Частка підприємств найбільш численної ОПФГ у загальній кількості підприємств (коефіцієнт видового домінування)	$K_{10} = \frac{П_{макс.}}{П_{заг.}}$	Осауленка О.Г.
III.2. Відношення наявної кількості ОПФГ, в яких зареєстровано підприємства, до квадратного кореня з загальної кількості підприємств (коефіцієнт видового багатства)	$K_{11} = \frac{П_{наяв.}}{\sqrt{П_{заг.}}}$	Осауленка О.Г.
III.3. Частка наявної кількості ОПФГ, в яких зареєстровано підприємства, у їхній загальній потенційній кількості (коефіцієнт видової наявності)	$K_{12} = \frac{П_{наяв.}}{П_{пот.}}$	Осауленка О.Г.

III.4. Частка підприємств типу кооперативів та об'єднань у загальній кількості підприємств (коефіцієнт кооперації)	$K_{13} = \frac{П_{кооп.+об.}}{П_{заг.}}$	Осауленка О.Г.
--	---	-------------------



Рисунок В.1 – Алгоритм розрахунку індексу інституціонального розвитку роздрібної торгівлі