

3.1. ВНУТРІШНЯ ТОРГІВЛЯ

Суть торгівлі та її види, значення в житті суспільства.

Торгівля – галузь народного господарства, що забезпечує обіг товарів, просування їх із сфери виробництва до сфери споживання на основі купівлі-продажу. Торгівля як форма обігу є проміжною ланкою між виробництвом і зумовленим ним розподілом, з одного боку, і споживанням, з другого. Вона забезпечує економічні зв'язки між окремими галузями виробництва і підприємствами, між містом і селом, окремими районами (регіонами) країни та між країнами. Торгівля як форма товарного обміну є історичною категорією; вона виникла з зародженням товарного виробництва [17, с. 306].

Торгівля – це процес обміну товарами, послугами, цінностями і грошима. У широкому значенні під торгівлею розуміють вид підприємницької діяльності, пов'язаний з купівлею-продажем товарів. Законопроект “Про внутрішню торгівлю” містить таке визначення: “Торговельна діяльність – діяльність з купівлі-продажу товарів, у тому числі власного виробництва, або посередницька діяльність, у тому числі із надання агентських, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробників (постачальників) до кінцевого покупця”. Торгівля – окрема галузь національної економіки, предметом діяльності якої є посередництво у русі матеріальних благ за допомогою товарного обміну, здійснюваного шляхом укладання актів купівлі-продажу [20, с. 1355].

Торгівля виникла з появою розподілу праці як обмін надлишками продуктів та виробів, що вироблялись. Обмін спочатку носив натуральний характер; з виникненням грошей виникли передумови для встановлення товарно-грошових відносин. Синонімом терміну “торгівля” є термін “комерція”, під яким розуміють торгівлю та пов'язані з нею справи, або ж підприємницька діяльність з купівлі, продажу та обігу товарів [21, с. 327].

У торгівлі виявляються інтереси суспільства, інтереси кожної сім'ї, кожної конкретної людини. Ця галузь впливає і на організацію побуту населення, і на наявність вільного часу, і, в кінцевому підсумку, багато в чому на збереження здоров'я людей. Торгівля об'єднує кожну людину з процесом задоволення потреб і сприяє реальному здійсненню розподілу матеріальних благ. Незадовільне функціонування торгівлі підриває принципи соціальної справедливості, матеріальної захищеності населення, порушуючи процес розподілу.

Розвиток торгівлі, в першу чергу товарами вітчизняного виробництва, є визначальним напрямом політики економічного зростання як України в цілому, так і окремих її регіонів [17, с. 306-307]. Виходячи з виключного значення торгівлі в суспільстві, стає цільовою настановою проведення дослідження цієї галузі в сучасних умовах, виявлення характерних рис і тенденцій розвитку, проведення оцінок та розробки висновків.

Зовнішня торгівля – це специфічний сектор економіки окремої держави, суб'єктами якого сьогодні є підприємницькі структури, пов'язані з реалізацією товарів (послуг, ідей) на зарубіжних ринках і частини зарубіжного товару на національному ринку. Зовнішня торгівля України є об'єктом національного державного регулювання і пов'язана з торговельним балансом країни. Здійснюється вона на

основі Закону України „Про зовнішньоекономічну діяльність” [1]. Зовнішня торгівля – це торгівля будь-якої країни світу з іншими країнами товарами або послугами, що складається з оплачуваного експорту та оплачуваного імпорту [6, с. 55].

Категорія “міжнародна торгівля” за змістом ширша, ніж зовнішня торгівля, перш за все тому, що вона охоплює широке коло відносин між суб’єктами світогосподарських зв’язків, таких як інтернаціоналізація виробництва, інтенсифікація міжнародного поділу праці тощо.

Міжнародна торгівля – специфічна форма обміну продуктами праці та послугами між різними країнами світової спільноти, що пов’язаний загальною інтернаціоналізацією господарського життя, інтенсифікацією міжнародного поділу праці в умовах науково-технічної революції, або ж сукупна вартість експорту й імпорту окремих країн [20, с. 1355].

Світова торгівля – свідоме переміщення товарів та послуг від виробника до споживача за межі національних кордонів з метою отримання прибутку. Для здійснення світової торгівлі, або участі у світовій торгівлі потрібно мати свою зовнішньоекономічну інфраструктуру.

Зовнішньоекономічна інфраструктура – це сукупність інститутів, що забезпечують швидкість пересування товарів та послуг від виробника до споживача. До складу основних інфраструктурних елементів світової торгівлі належать: 1) матеріально-технічна база (склади, бази, що обладнані необхідним устаткуванням); 2) спеціалізовані підрозділи, що забезпечують допродажне та післяпродажне технічне обслуговування; 3) організації, що забезпечують проведення розрахункових операцій; 4) транспортна мережа світу; 5) інформаційне забезпечення зовнішньоторговельних зв’язків тощо.

Зовнішню і міжнародну торгівлю характеризують три важливі параметри: 1) загальний обсяг (товарообіг); 2) товарна структура; 3) географічна структура.

Обсяг світової торгівлі визначається в натуральних і вартісних показниках. Вартісні показники переважно розраховуються у національній валюті й переводяться у долари США для їх порівняння. Країни з високим рівнем інфляції розраховують експорт та імпорт одразу в доларах США. Для вартісної оцінки експорту більшість країн використовує базу цін ФОБ (FOB – Free of Board (“вільний на борту судна”), за якою продавець зобов’язаний доставити товар у порт відвантаження і завантажити його на борт судна. Для оцінки імпорту найчастіше використовується база цін СІФ (CIF – Cost, Insurance and Freight (“вартість, страхування і фрахт”); при цьому продавець за свій рахунок фрахтує судно, вантажить товар і страхує його від ризиків.

За таких умов вартість світового експорту завжди менша від вартості світового імпорту на розмір витрат для перевезення і страхування вантажів.

Фізичний обсяг світової торгівлі оцінюється у вагових одиницях (тоннах, кілограмах, фунтах) або у специфічних одиницях вимірювання (барелях, бушелях, мішках).

Зміна обсягів торгівлі характеризується динамікою зовнішньоторговельного товарообігу. Зовнішньоторговельний товарообіг країни – це сума її експорту та імпорту. Різниця між сукупним імпортом і експортом протягом певного періоду (року, кварталу тощо) становить сальдо торгового балансу [20, с. 1197]. Воно є активним (позитивним), якщо експорт за вартістю перевищує імпорт, і пасивним

(від'ємним), коли ситуація протилежна. Покривають негативне сальдо торгового балансу золотом або конвертованою валютою.

Якщо вимірювання ведеться у натуральних одиницях, динаміка зовнішньоторговельного товарообігу виражається в індексах фізичного обсягу експорту та імпорту. Ці індекси відображають тенденції в зміні обсягів реальних мас товарів.

На вартісні показники впливають ціни. Тому вартість, наприклад, експорту, може зменшитись, навіть якщо збільшуються фізичні обсяги проданих товарів, коли ціни на них знизились. І навпаки, збільшення вартісних показників зовнішньоторговельного товарообігу може відображати не фізичне збільшення торгівлі, а зростання товарних цін.

Товарна структура міжнародної торгівлі характеризує товарне наповнення експорту та імпорту.

Торгівля в умовах трансформації економіки має неабияке *соціально-економічне значення*. Вона є ефективним механізмом товарно-грошового обміну товарів і реалізації комплексу послуг, сферою створення великих обсягів товарообігу і перерозподілу грошових коштів. Реальний обіг товарів і грошей на ринках оцінити складно, адже єдиний бухгалтерський і статистичний облік обсягів ринкової реалізації не ведеться, однак за окремими товарними позиціями товарообіг на ринках становить більше половини сукупного товарообігу галузі торгівлі.

Економічне значення торгівлі полягає в тому, що вона є невід'ємною складовою системи товаропросування матеріальних благ із різних секторів виробництва до споживачів, яка рівноправно конкурує з іншими товаропровідними системами.

У сучасних умовах торгівля має також надзвичайно важливе *соціальне значення*. Воно полягає в реальній участі даної форми торгівлі в опосередкованому соціальному захисті багатьох категорій населення і формується в кількох аспектах. В умовах реального і прихованого безробіття, скорочення соціальних виплат, неритмічності у виплаті допомог і пенсій торгівля на ринках стала фактичним місцем праці великої кількості як пенсіонерів, так і працездатного населення, суттєвим джерелом додаткових стабільних доходів мешканців міст і сіл, місцем перетину інтересів селян і городян.

Торгівля, як і інші галузі економіки України, переживає соціально-економічну кризу починаючи з 1991 р. Тому, незважаючи навіть на те, що в 2005-2006 рр. намітилася позитивна динаміка в розвитку торгівлі, ці досягнення не можна порівняти з масштабом падіння обсягу її діяльності в попередні роки.

Поділяється торгівля на дві великі групи – внутрішню й зовнішню торгівлю.

Внутрішня торгівля.

Внутрішня торгівля – галузь господарства, що забезпечує економічний зв'язок між виробництвом і споживанням через купівлю та продаж товарів на внутрішньому ринку країни [6, с. 196]. Це – галузь національної економіки, що охоплює товарний оборот на митній території певної держави [20, с. 1355].

Внутрішня торгівля – це торгівля, яка ведеться виключно в межах певної країни. Важливість внутрішньої торгівлі в країні полягає в тому, що вона полегшує обмін товарів всередині країни. Роблячи це, вона також гарантує, що фактори виробництва досягають потрібних місць, щоб економіка країни могла вирости. Надаючи різні види товарів та послуг для доставки у всі частини країни, торгівля

покращує рівень життя жителів країни, а також рівень зайнятості в країні. І це сприяє зростанню галузі за рахунок забезпечення доступності сировини [17, с. 306].

Внутрішня торгівля пов'язана із повсякденним життям людей і задоволенням їхніх потреб у товарах, торгових послугах. За роботою торгівлі, найчастіше, судять про роботу уряду, про успіх соціально-економічних реформ.

Це пояснюється тим, що турбота про конкретну людину, її потреби – це початок і кінцевий шлях соціальної політики держави.

Упродовж останнього десятиліття на внутрішньому ринку України й Тернопільської області відбулися істотні зміни в системі взаємозв'язків виробництва і споживання. Нова структура динаміки розвитку виробництва продукції, зміни в структурі зайнятості і доходів населення, лібералізація внутрішнього ринку, глибокі зрушення в структурі суспільних потреб значною мірою ускладнили взаємозв'язки виробництва і споживання, які має забезпечувати внутрішня торгівля.

Суть торгівлі визначається способом виробництва. Із розвитком продуктивних сил її роль у житті суспільства зростає. Торгівля є важливою основою зміцнення державної фінансової й кредитної систем та грошового обігу [17, с. 306-307].

Торгівля є однією з провідних галузей економічної діяльності сучасної України, найрозвиненішою формою підприємництва. Сьогодні важко знайти підприємство, одним із видів статутної діяльності якого не була б торгівля товарами. Торгівля відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні населення як продовольчими, так і непродовольчими товарами.

Основна функція торгівлі – продаж (реалізація) товарів споживачам, тобто реалізація виробленої споживчої вартості (товарів). Виконання цієї функції створює економічну передумову відтворення сукупного суспільного продукту, з'єднуючи виробництво зі споживанням, а також доведення предметів споживання до споживачів.

Для забезпечення даної функції, торгівля:

1) організовує просторове пересування товарів від виробників до споживачів, здійснюючи при цьому ряд операцій з продовження процесу виробництва в сфері обігу, наприклад, транспортування, зберігання, пакетування, сортування тощо;

2) підтримує баланс між пропозицією та попитом з одночасним активним впливом на виробництво в частині обсягу та асортименту продукції, що виготовляється;

3) скорочує витрати торговельного підприємства (витрат покупців на придбання товару) шляхом удосконалення технології продаж, інформаційних послуг тощо;

4) виконує функції, що обумовлені концепцією маркетингу: розробка товару, ринкові дослідження, організація розподілу, визначення ціни, створення служб сервісу тощо.

Залежно від функцій, що їх виконує торгівля на шляху товарів від виробника до споживача, розрізняють торгівлю оптову і торгівлю роздрібну.

Оптова (інший термін – *гуртова*) *торгівля* пов'язана з купівлею товарів у виробників або дилерів у великій кількості і продаж в невеликій кількості для тих, хто може купити в роздріб. Іншими словами, оптова торгівля – діяльність із придбання і відповідного перетворення товарів для наступної їх реалізації підприємствам роздрібною торгівлі, іншим суб'єктам підприємницької діяльності.

Основне завдання оптової торгівлі є вивчення попиту населення і обґрунтування замовлень промисловості на поставку товарів, проведення ярмарків і оформлення договорів із закупівлі товарів у виробників, організація руху товарів і товароспоживання, зберігання товарних запасів, сортування і комплектування партій товарів для роздрібною торгівлі.

Основні завдання підприємств оптової торгівлі: пошук постачальників, закупках товарів, їх доставка і зберігання; формування торгового асортименту; організація збуту; маркетингові дослідження; інформаційні і консалтингові послуги.

Оптова торгівля є частиною внутрішньої торгівлі, яка охоплює продаж товарів як великими, так і малими партіями з метою їх перепродажу або виробничого споживання. Здійснюється за цінами, які нижчі від роздрібних цін, але ці ціни повинні забезпечувати нормально працюючому промисловому та торговельному підприємству відшкодування витрат, внесення платежів у бюджет і створення фондів економічного стимулювання та прибутку. Оптова торгівля стимулює збут товарів, формує їх асортимент, складає і транспортує товари. Найбільш впливовими гуртовими торговельними структурами є великі торговельні фірми, торгові дома, дистрибуторські фірми тощо.

Функції оптової торгівлі:

- 1) розміщує замовлення на великі партії товару й забезпечує концентрацію підприємницької діяльності;
- 2) створює сприятливі умови для збуту товарів, зменшує навантаження на збутову службу;
- 3) скорочує кількість покупців, зменшує витрати, пов'язані з реалізацією товарів, скорочує документообіг;
- 4) оптимізує завантаження виробничих потужностей за рахунок завчасного замовлення великих обсягів товару;
- 5) зменшує ризики й витрати, пов'язані зі збереженням готової продукції, формуючи товарні запаси у сфері обігу;
- 6) здійснює інвестиційне забезпечення процесу переміщення товарів;
- 7) поліпшує фінансове становище завдяки своєчасній оплаті замовлень; здійснює маркетингове обслуговування і надання достовірної інформації про стан ринку;
- 8) формує товарний асортимент і створює сприятливі умови для закупівлі товарів;
- 9) забезпечує терміновість та бажаний обсяг поставок;
- 10) забезпечує поповнення запасів у роздрібній торгівлі відповідно до їхніх замовлень;
- 11) надає послуги споживачам, роздрібним торговцям із зведення товарів, організації продажу, вдосконаленню торговельної діяльності;
- 12) здійснює інформаційне і консалтингове обслуговування;
- 13) здійснює фінансування клієнтів, надання їм кредитів.

Метою оптової торгівлі є збереження наявних і залучення нових клієнтів. Доцільність розвитку оптової торгівлі зумовлена тим, що завдяки виконуваним нею функціям підвищується споживча цінність товару та його привабливість.

Роздрібна (від англ. *retail*, ретейл; англ. *retailer*, ретейлер — роздрібний торговець) *торгівля* – процес обміну товарів на гроші (чи інший еквівалент вираження ціни товару) з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку; тип

торгівлі товарами, а також виконання певних послуг, спрямованих покупця, яким є кінцевий споживач, фізична чи юридична особа. Метою придбання товару у роздріб є задоволення особистих потреб покупця, членів його родини (якщо це фізична особа), або ж працівників фірми (якщо це юридична особа) за рахунок споживання купленого товару [6, с. 196].

На відміну від оптової торгівлі товар, куплений в системі роздрібною торгівлі, не підлягає подальшому перепродажу, а призначений для безпосереднього використання.

Роздрібна торгівля пов'язана з продажем товарів у невеликих кількостях для споживачів. Вона забезпечує рух товарів із сфери обігу в сферу споживання.

На практиці, однак, виробники й оптовики можуть також проводити роздрібну торгівлю товарів в обхід посередника роздрібною торгівлі, за допомогою яких вони отримують більш високий прибуток. На відміну від оптової торгівлі, товар, куплений в системі роздрібною торгівлі, не підлягає подальшому перепродажу, а призначений для безпосереднього використання.

Роздрібні торговці виконують низку функцій, які збільшують цінність надаваних ними товарів і послуг. Зазвичай це такі функції:

- 1) забезпечення певного асортименту товарів і послуг;
- 2) дроблення партій товару, що надходять у роздрібну торговельну мережу;
- 3) зберігання запасів;
- 4) забезпечення сервісу;
- 5) збільшення цінності товарів і послуг.

Види торгових підприємств.

Основними видами підприємств торгівлі є наступні.

Магазин, крамниця (останнє походить від слова “крам” – товар) – об'єкт торгівлі, розташований в окремій капітальній споруді або приміщеннях іншої капітальної споруди або тимчасової споруди некапітального типу або їх частинах з торговельними, підсобними, адміністративно-побутовими приміщеннями, а також приміщеннями для приймання, зберігання, підготовки та продажу товарів, оснащений торговим та інженерним устаткуванням, яке забезпечує здійснення торговельної діяльності. Характеристиками магазинів є площа торгової зали, кількість товарних позицій, рівень обслуговування покупців, технологія розміщення товару тощо. У магазинах, як правило, відсутнє самообслуговування, як це властиво універсамам і супермаркетам.

Бутик (фр. boutique) – невелика вузькоспеціалізована крамниця з обмеженим колом клієнтів. У бутиках, зазвичай, продається модний дорогий одяг або ювелірні вироби.

Гастрономічний бутик – невеликий магазин вишуканих делікатесів. Як правило, гастрономічний бутик розташований разом з однойменним рестораном. Також бутиком називають невелику за розмірами спеціалізовану брокерську структуру з обмеженим колом клієнтів, співробітників і послуг.

Крамниця–демонстраційний зал – підприємство, яке торгує за каталогами; підприємство роздрібною торгівлі з широкою номенклатурою дорогих ходових марочних товарів за зниженими цінами.

Крамниця товарів повсякденного попиту – невелика крамниця, розташована

поблизу житлового району, яка працює з ранку і допізна без вихідних і пропонує обмежений асортимент ходових товарів повсякденного попиту.

Загалом магазини поділяються на ринки, підприємства вуличної торгівлі, кіоск, намет, павільйон; спеціалізований магазин; магазин оптової торгівлі; універсальний магазин; продуктовий магазин із обслуговуванням продавцем через прилавок; невеликий магазин із самообслуговуванням (менше 4 кас); дискаунтер (обмежений вибір товарів, низькі ціни, переважно оптова торгівля); супермаркет, великий продуктовий магазин (від 4 до 15 кас); гіпермаркет (більше 15 кас).

Магазини, що існують у більшості країн світу, у тому числі й Україні, можна розділити на наступні типи:

1. *Спеціалізовані магазини.* Вони пропонують вузький перелік товарів з широким асортиментом у рамках даного переліку: одяг і взуття, прикраси, спортивні товари, меблі, квіти, книги тощо. Спеціалізовані магазини можна класифікувати за ступенем вузькості товарної лінії. Наприклад, магазин, що торгує одягом, є звичайним спеціалізованим магазином; що торгує чоловічим одягом – вузькоспеціалізованим, а той, що торгує лише чоловічими костюмами – суперспеціалізованим. Деякі фахівці вважають, що в майбутньому саме останні зростатимуть найшвидше завдяки перевагам, які дає вузька спеціалізація і можливість максимального задоволення потреб споживачів.

2. *Універмаги (універсальні магазини).* Пропонують декілька різновидів товарів – одяг, меблі, інші товари для дому. Кожен тип товару продається в своєму відділі, яким управляють фахівці з торгівлі (мерчандайзери). Універмаги – відносно великі підприємства, що мають нижчі (порівняно із звичайними магазинами) торгові націнки.

3. *Супермаркети.* Площа супермаркетів складає від 400 до 2,5 тисяч квадратних метрів. Вони торгують будь-якими товарами і мають у своєму розпорядженні асортимент ходових товарів загального призначення. Основна форма торгівлі в супермаркетах – самообслуговування. Головне завдання – задовольнити основні потреби людини в їжі, а також у деяких товарах і послугах для дому. Незважаючи на жорстку конкуренцію з боку інших супермагазинів і дискаунтів, саме до супермаркетів люди найчастіше ходять за покупками.

4. *Невеликі магазинчики* – невеликі торговельні заклади, торгова площа яких менша від 120 квадратних метрів. Вони розташовані поблизу житлових кварталів міст, відкриті допізна, працюють без вихідних. У них представлений обмежений асортимент товарів з високою швидкістю обороту. Невеликий асортимент примушує власників підвищувати торгівельну націнку, проте подовжений час роботи, наявність товарів повсякденного попиту і зручне розташування дозволяють задовольнити важливі потреби покупців, які готові платити за це.

5. *Магазини, які торгують за зниженими цінами (дискаунти)* – магазини, які пропонують стандартний асортимент товарів за нижчими цінами, оскільки мають можливість встановлювати меншу частку прибутку за рахунок великого обороту. До дискаунтів належать тільки магазини, що постійно торгують за зниженими цінами. Епізодичне проведення розпродажів або наявність “спеціальних” пропозицій ще не дозволяє віднести магазин до цієї категорії. Дискаунти можуть мати як широкий асортимент, так і спеціалізований (спортивні, електротехнічні, книжкові тощо).

6. *Магазини так званих “викидних цін”* – магазини, які купують і продають товари за нижчими цінами, ніж звичайні магазини. Вони мають досить широкий асортимент високоякісної продукції, придбаной за зниженими цінами у виробників або інших роздрібних торговців (звичайно це непродані залишки, надмірні товари тощо). Магазини “викидних цін” можна поділити на три групи:

1) фірмові магазини, які належать і управляються фірмами-виробниками. Як правило, в них продається надмірна або незатребувана продукція цих фірм, а також різні нестандартні товари. Такі магазини все частіше об’єднуються в торгові центри, в яких зосереджені десятки чи сотні фірмових відділень. Ціни в них інколи складають 50% від ціни в звичайних роздрібних магазинах;

2) незалежні магазини, які належать приватним підприємцям або є підрозділами великих роздрібних корпорацій. Продають обмежений асортимент фірмових продуктів харчування, побутової техніки, одягу та всього іншого із значними знижками своїм членам, які платять щорічний внесок;

3) оптові і (чи) складські клуби – торгові підприємства, які найчастіше обслуговують невеликі компанії та людей, що працюють в урядових та інших некомерційних організаціях. Оптові клуби (бази) є великими приміщеннями, що нагадують склади, з мінімальними накладними витратами і невеликим асортиментом. Низькі ціни (на 20-40% нижчі, ніж у дискаунтах) обумовлені тим, що товари отримуються на торгах, а зниження накладних витрат забезпечується мінімізацією робочої сили (в основному складські робітники). Такі клуби не займаються доставкою товарів додому і не приймають кредитні картки.

7. *Супермагазини (суперстори)* – великі магазини із торговою площею 3-5 тисяч квадратних метрів. Вони традиційно направлені на задоволення потреб людей у постійних покупках продуктів харчування й інших товарів. Такі магазини пропонують також послуги пралень, хімчисток, ремонт взуття тощо. Останніми роками спостерігається поява супермагазинів, які насправді є гігантськими спеціалізованими магазинами, так званими “вбивцями” в своїй товарній категорії (вбивця категорій – роздрібний торговець, що спеціалізується в одній категорії товарів). До супермагазинів також належать:

1) комбіновані магазини, які є варіантом супермаркету у сфері лікарських препаратів. Магазин, в якому комбінуються продуктові та лікарські відділи, в середньому розташовується на площі до 6 тисяч квадратних метрів;

2) гіпермаркети – магазини, які мають торгову площу від 10 до 25 тисяч квадратних метрів. Вони об’єднують в собі принципи супермаркету, магазину знижених цін і оптової торгівлі. Асортимент товарів, представлених в таких підприємствах роздрібною торгівлі, виходить за рамки товарів, що купуються щоденно, включає меблі, велику та дрібну побутову техніку, одяг і багато іншого. Найчастіше товар розташовується на примітивному прилавку, що вимагає мінімум зусиль з перенесення і транспортування з боку торгуючого персоналу. Покупцям, які погоджуються самостійно відвезти великі предмети з магазину, надається знижка. Перший такий гіпермаркет з’явився у Франції. Ця форма роздрібною торгівлі досить популярна в Європі.

8. *Виставкові зали* – торгові підприємства, які пропонують широкий асортимент фірмових товарів, що добре продаються, з високою марочною премією, на які, проте, встановлюються знижені ціни. До них належать ювелірні вироби, фото-

апарати, сумки, дрібна побутова техніка, іграшки, спортивні товари. Покупці вивчають зразки і замовляють виставлені або представлені в каталогах товари, а потім забирають їх у відповідному відділі магазину. Такі підприємства роздрібною торгівлі з метою підтримки низьких цін заробляють на скороченні витрат і прибутків, що дозволяє підтримувати обсяг продажів на високому рівні.

З точки зору форм власності і контролю виділяють наступні типи магазинів роздрібною торгівлі:

1. Корпоративні мережі магазинів – два або більше магазинів, які мають одного власника і єдиний централізований контролюючий орган, що здійснюють закупівлі товарів і пропонують схожий асортимент продукції. Корпоративні мережі охоплюють всі форми торгівлі, проте найчастіше вони об'єднують такі роздрібні підприємства, як універмаги і спеціалізовані магазини. Великий обсяг товарообігу дозволяє їм здійснювати закупівлі у великих обсягах і зі значними знижками. Такі компанії можуть дозволити собі найняти фахівців з ціноутворення, просування, комерційного планування, контролю над запасами, прогнозування продажів,

2. Добровільні мережі, які є групою незалежних роздрібних підприємств, організованою компанією, що займається оптовою торгівлею. Група створюється з метою збільшення обсягів закупівель і торгівлі.

3. Роздрібні кооперативи – магазини, які складаються з незалежних роздрібних торговців, що створюють центральну закупівельну організацію і спільно проводять заходи щодо стимулювання продажів.

4. Споживчі кооперативи – це фірми роздрібною торгівлі, що належать своїм покупцям. Споживчі кооперативи організуються окремими общинами або іншими групами людей, які відчують, що місцеві роздрібні торговці не обслуговують їх на належному рівні (завищені ціни, товари поганої якості). Люди на спільні гроші відкривають власний магазин, самі вибирають його керівництво і визначають політику роботи. У такому магазині можуть бути встановлені низькі або “нормальні” ціни, але в останньому випадку члени кооперативу одержують відсоток від продажів (дивіденд) залежно від того, на яку суму самі здійснюють покупки.

5. Франчайзингові організації є договірним партнерством між компанією, що надає франшизу (виробник, оптовий торговець або сервісна фірма), і тим, хто користується нею (незалежний підприємець, що набуває права володіння і використання одного або декількох об'єктів франчайзингової системи). Франчайзингові організації засновані, як правило, на якомусь унікальному товарі, послугі або методі ведення бізнесу, на торговій марці або патенті. Найбільшого поширення франчайзинг набув у сфері швидкого харчування, серед магазинів, що торгують відеопродукцією, центрів здоров'я (омолоджування), перукарень, компаній прокату автомобілів, мотелів, туристичних агентств, агентств нерухомості тощо.

6. Торговельні конгломерати. Вони є корпорацією довільної форми, яка об'єднує декілька різних форм і напрямів роздрібною торгівлі.

Торгові підприємства в залежності від характеру їх діяльності діляться на 2 види: 1) підприємства роздрібною торгівлі; 2) підприємства оптовою торгівлі.

Роздрібні торговельні підприємства класифікують за масштабом діяльності: 1) малі, на яких зайнято менше 15 працівників; 2) середні, на яких зайнято від 16 до 50 працівників; 3) великі, на яких зайнято більше 50 чоловік.

За товарною спеціалізацією розрізняють торгові підприємства вузькоспеціалізовані, спеціалізовані й універсальні.

За методом обслуговування клієнтів (споживачів) розрізняють торгові підприємства самообслуговування, підприємства з традиційним методом обслуговування та підприємства, які здійснюють реалізацію за каталогами, поштою чи за замовленнями.

За групами споживачів торгові підприємства класифікують на такі, що обслуговують групи людей, доходи яких вище прожиткового мінімуму; групи людей на рівні прожиткового мінімуму; групи людей із доходами менше прожиткового мінімуму.

Показники роботи торгівлі.

Основним показником розвитку роздрібною торгівлі є роздрібний товарообіг.

Оптовий товарооборот визначають як обсяг перепродажу підприємствами товарів без будь-яких змін (крім звичайних для торгівлі операцій) іншим підприємствам та організаціям (крім населення) для їх використання або наступного продажу як в Україні, так і на експорт. Оптовий товарооборот ураховують без податку на додану вартість й акцизу [18, с. 157].

Звичайними для торгівлі операціями є фасування, сортування, пакування, подібнення партій, розподіл, складання, перемішування тощо. Готові до реалізації товари (рухоме майно) являють собою готові товари, які виробляють без оброблення або перероблення.

До обороту роздрібною торгівлі включається роздрібний товарооборот підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі, а також розрахункові обсяги продажу споживчих товарів через торгову мережу, що належить фізичним особам-підприємцям, та на ринках [там само].

До обороту ресторанного господарства включено роздрібний товарооборот підприємств, які здійснюють діяльність з ресторанного господарства, а також з 2005 року розрахункові обсяги продажу через мережу ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям [там само].

Роздрібний товарооборот підприємств визначають як обсяг продажу споживчих товарів населенню через роздрібну торгову мережу і мережу ресторанного господарства всіма діючими підприємствами, а також промисловими, транспортними та іншими неторговими підприємствами безпосередньо населенню через касу підприємства. Крім того, до роздрібною товарообороту включають продаж через торгову мережу установам, організаціям і підприємствам продовольчих товарів для харчування обслуговуваних ними груп населення (у санаторіях, дитячих закладах, лікарнях тощо) [там само].

Особливості розвитку роздрібною торгівлі.

Загальний обсяг роздрібною торгівлі, що включає роздрібний товарооборот підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі, розрахункові дані щодо обсягів продажу товарів на ринках та підприємцями-фізичними особами за 2014 рік склав 16 737,4 млн. грн., у 2016 р. – 22 494,4 мільйони гривень, що в порівняльних цінах на 2,1% більше, ніж у 2015 р., [21, с. 13], а в 2017 р. – 11651

млн. грн., що складає лише 51,8% від рівня 2016 року [17, с. 327]. Частка Тернопільської області у обсязі роздрібної торгівлі України 2013 р. складала 10,6%, у 2015 р. – 2,0%, у 2016 р. – 1,9%, у 2017р. – 1,4% [16, с. 13; 20, с. 15; 21, с. 13].

Товарооборот ресторанного господарства у 2016 р. складав 409,7 мільйона гривень, або 1,2% від загального обсягу роздрібного товарообороту області. Роздрібний товарооборот підприємств становив у 2014 р. 6 143,2 млн. гривень, у 2015 р. – 7 354,1 млн. грн., у 2016 р. – 8052,2 млн. грн., 2017 р. – 6528,2 млн. грн.

Таблиця 1

Оборот роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, млн. грн.*

Показник діяльності	Роки							
	2000	2005	2010	2011	2013	2014	2016	2017
Оборот роздрібної торгівлі	616,3	2 698,3	9 095,6	11 545,7	13980,9	16737,4	22 494,4	11 651,0
Оборот ресторанного господарства	27,0	144,3	407,2	...	458,8	409,7
Роздрібний товарооборот підприємств	385,5	1 324,8	3 821,9	4 612,4	5 046,8	6 143,2	8 052,2	6528,2

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Упродовж 2005-2015 рр. спостерігалась тенденція до збільшення частки непродовольчих товарів у загальному обсязі роздрібного товарообороту підприємств. У 2000 році частка продовольчих товарів складала 57,5%, у 2014 році – тільки 37,7%. Щорічно частка продовольчих товарів у середньому зменшувалася на 1,4%. У 2016 рр. ця тенденція змінилася на протилежну: частка продовольчих товарів почала збільшуватися і досягла у 2015 р. 37,5%, у 2016 р. – 38,3%. У 2017 р. вона знову зменшилася до 32,1% [16, с. 13].

За період з 2000 року у структурі продажу товарів за усіма каналами реалізації відбулися значні зміни. Вони стосуються зменшення частки роздрібної торгівлі мережі підприємств-юридичних осіб від 45,3% у 2000 році до 35,4% у 2016 році і зростання частки підприємців-фізичних осіб та організованих ринків з продажу споживчих товарів – від 46,4% у 2000 році до 59,2% у 2016 році. Частка неформальних ринків фактично не змінилася і перебуває на рівні 3,0-3,2%. Дещо зменшилася у обороті частка ресторанного господарства – з 5,1% до 2,4%.

Тернопільська область посідає дуже скромне місце серед інших регіонів України за обсягами роздрібної торгівлі (таблиця 2).

Таблиця 2

Оборот роздрібної торгівлі в окремих регіонах України*, млн.грн.

	Роки				
	2005	2010	2013	2015	2016
Україна	174 367,2	541 548,4	888 773,4	1 031 679,4	1 175 319,2
Тернопільська область	2 698,3	9095,6	13 980,9	20 260,3	22 494,4
Івано-Франківська область	3 938,5	13 097,2	22 625,5	33806,4	37 657,0
Львівська область	8 795,9	25 228,2	39 237,7	57 520,2	68 369,4
Рівненська область	3 238,3	9 787,4	16 093,7	23 460,2	25 648,5
Хмельницька область	4 131,9	12 514,8	19 383,9	26 030,4	29 824,8
Чернівецька область	2 532,1	8 023,8	12 308,1	17 474,9	18 989,5

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Динаміку торгівлі у Тернопільській області та сусідніх з нею областей за останнє десятиліття показано в таблиці 3.

Таблиця 3

Індекси обороту роздрібної торгівлі в окремих регіонах України*,
у відсотках до попереднього року

Регіон	2005 рік	2010 рік	2013 рік	2015 рік	2016 рік
Україна	122,4	109,8	108,7	80,2	104,3
Тернопільська область	126,0	105,6	106,5	86,9	102,1
Івано-Франківська область	120,3	105,3	108,8	86,7	103,9
Львівська область	120,6	105,2	107,2	87,3	107,2
Рівненська область	117,0	104,9	107,8	83,7	99,9
Хмельницька область	117,0	106,6	107,0	83,5	105,8
Чернівецька область	116,5	104,9	110,9	86,3	99,8

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Роздрібний товарооборот підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства.

Загальний обсяг роздрібного товарообороту підприємств-юридичних осіб, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі, та ресторанного господарства склав у 2016 році 8 052,2 мільйона гривень, у 2017 р. – 6 528,6 мільйона гривень.

Товарооборот ресторанного господарства склав 72,6 мільйони гривень, що складає 1,2% від загального обсягу роздрібною торгівлі області.

Упродовж 2005-2015 рр. спостерігалася тенденція до збільшення частки непродовольчих товарів у загальному обсязі роздрібного товарообороту підприємств. У 2000 році частка продовольчих товарів у загальному обсязі роздрібного товарообороту підприємств складала 57,5%, а в 2014 році – 37,7%, у 2015 р. – 37,%, у 2016 р. – 38,2%. Щорічне зменшення цієї частки складало в середньому близько 1,4%. У 2017 р. ця частка зросла до 67,9%.

Таблиця 4

Обсяги роздрібною торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами*,
млн. грн.

Показник	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2015	2016	2017
Роздрібний товарооборот	385,5	1 324,8	3 821,9	5 046,8	7 354,1	8 052,2	11 775,6
Продаж продовольчих товарів	221,6 (57,5%)	608,1 (45,9%)	1 607,4 (42,1)	1 991,7 (39,5%)	2 729,8 (37,1%)	3 081,8 (38,2%)	...
Продаж непродовольчих товарів	163,9 (42,5%)	716,7 (54,1)	2 214,5 (57,9%)	3 055,1 (60,5%)	4 624,3 (62,9%)	4 970,4 (61,8%)	...

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

На долю торгових підприємств, що розміщені в міських поселеннях, припадає 7 014 млн. грн., у сільській місцевості – 1 038,2 млн. грн.

У розрахунку на одну особу у 2016 р. продано товарів на 7 579 гривні, з них у міських поселеннях – 14 760 гривень, у сільських поселеннях – 1 758 гривень. У 2013 році ці показники становили відповідно 4 693 гривні, 9 290 гривень, 1 053

гривні. У 2000 році на одну особу припало 334 гривні роздрібно-го товарообороту, у 2005 році – 1 187 гривень, у 2010 році – 3 518 гривень (таблиця 6).

Таблиця 5

Розподіл роздрібно-го товарообороту підприємств за місцем розташування, млн. грн.*

Рік	Обсяг товарообороту, млн. грн.	У тому числі:		Рік	Обсяг товарообороту, млн. грн.	У тому числі:	
		у міських поселеннях	у сільських поселеннях			у міських поселеннях	у сільських поселеннях
1995	151,9	123,5 (81,3%)	28,4 (18,7%)	2012	4890,2	4278,2 (87,5)	612,0 (12,5)
2000	358,4	304,7 (85,0%)	53,7 (15,0%)	2013	4964,2	4350,1 (87,6)	614,1 (12,4)
2005	1287,6	1150,5 (89,4%)	137,1 (10,6%)	2015	7354,1	6226,7 (84,7)	827,4 (11,3)
2010	3738,1	3269,7 (87,5%)	468,4 (12,5%)	2016	8052,2	7014,0 (87,1)	1038,2 (12,9)
2011	4612,4	3978,5 (86,3%)	633,9 (13,7%)	2017

Таблиця 6

Основні показники розвитку роздрібно-го товарообороту на одну особу*, гривень

Показник	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2015	2016	2017
Роздрібний товарооборот загалом	334	1 187	3 518	4 693	6 887	7 579	...
Оборот у міських поселеннях; у тому числі:	655	2 473	7 027	9 250	13 726	14 760	...
продовольчих товарів	377	1 135	2 956	3 666
непродовольчих товарів	278	1 338	4 071	5 624
Оборот у сільських поселеннях; у тому числі:	88	224	795	1 053	1 397	1 758	...
продовольчих товарів	51	103	334	416
непродовольчих товарів	37	121	461	637

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

У 2016 р. продаж продовольчих товарів на одного жителя області складав 2 901 гривню, непродовольчих товарів – 4 678 гривень.

На фоні загальнодержавних показників це складає: у 2000 році – 57,5%, 2005 році – 59,3%, у 2010 році – 57,5%, у 2013 році – 49,3%, у 2014 році – 56,2%, у 2015 р. – 60,5%, у 2016 р. – 58,1%. Така тенденція свідчить про значне відставання добробуту населення Тернопільської та його купівельної спроможності від середніх загальнодержавних показників та показників більшості сусідніх областей й значне подальше збільшення такого відставання (таблиця 7).

Тернопільська область відстає від сусідніх областей і за таким показником, як частка її загального товарообороту в загальнодержавному обсязі (цей показник у ній складає 1,4%, коли в Івано-Франківській – 2,1, Львівській – 6,1%, Рівненській – 1,8, Хмельницькій – 2,1, Чернівецькій – 1,5 [19, с. 26]), якісні показники роздрібно-го товарообороту та місце його розташування (таблиця 8).

В області роздрібний товарооборот підприємств розподіляється вкрай нерівномірно. На місто Тернопіль припадає 62,1% всього роздрібно-го товарообороту області (у 2014 році цей показник складав майже 69%).

Таблиця 7

Роздрібний товарооборот на одну особу в окремих регіонах України*, у гривнях

Регіон	Роки						
	2000	2005	2010	2015	2016	2016	
						продовольчими товарами	непродовольчими товарами
Україна	581	2 003	6 123	11 380	13 029	5 341	7 688
Тернопільська обл.	334	1 187	3 518	6 887	7 579	2 901	4 678
Івано-Франківська обл.	404	1124	3520	7 647	8 446	2 990	5 456
Львівська область	672	2141	5898	11 500	13 463	4 808	8 655
Рівненська область	400	1419	3810	8 112	8 477	2 990	4875
Хмельницька область	386	1306	3930	7 754	8 940	2 813	6 127
Чернівецька область	514	1578	4558	8 418	9 009	3 409	5 600

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 8

Роздрібний товарооборот підприємств за місцем розташування у 2016 році*

Регіон	Роздрібний товарооборот	Питома вага регіону у загальнодержавному обороті, %	За місцем розташування		Індекс фізичного обсягу роздрібного товаро-обороту у% до попереднього року
			міські поселення	сільські поселення	
Україна	555975,4		511462,8	44512,6	104,5
Тернопільська обл.	8052,2	1,4	7014,0	1038,2	100,4
Івано-Франківська обл.	11664,7	2,1	10466,7	1198,0	100,9
Львівська область	34118,0	6,1	33293,2	824,8	105,9
Рівненська область	9853,4	1,8	8327,2	1526,2	95,2
Хмельницька область	11530,2	2,1	10785,8	774,4	105,8
Чернівецька область	8189,0	1,5	6904,7	1284,3	98,2

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Значні обсяги припадають на Тернопільський (6,3%, у 2014 році – 4,7%), Теребовлянський (4,1%) і Борщівський (2,9%) райони, а також на міста, які виділені в категорію «міста обласного підпорядкування». Найменша частка у загальнообласному товарообороті припадає на Підгаєцький (0,6%), Козівський (0,7%), Монастирський (0,9%) і Шумський (1,0%) райони.

Найвищі показники роздрібного товарообороту у розрахунку на одну особу зафіксовано в Тернополі (22 932 грн. чи 302,5%), найменший – у Чортківському (919 грн. чи 12% від загальнообласного показника), у Бережанському (1035 грн. чи 13,7%), Козівському (1757 грн. чи 23,2%). У 2000 році ці показники становили відповідно 965 – в Тернополі та 46 гривень – у Підгаєцькому районі (таблиця 10).

Надання торгових послуг в межах області здійснюють 60 ринків, із яких 1 – продовольчий, 18 – непродовольчих, 41 – змішаний. Найбільше діючих ринків в області було у 2010 році – 69, із них 4 – продовольчі, 29 – непродовольчих і 36 – змішаних. На діючих 60 ринках обладнано 13 277 місць для торгівлі. Найвищим цей показник був у 2005 році – 15 383 місця.

Таблиця 9

Роздрібний товарооборот підприємству розрізі районів і міст обласного підпорядкування*, млн.грн

Регіон	Роки							
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Бережанський	26,2	75,9	96,2	108,0	108,2	129,2	172,6	22,1
Борщівський	41,7	96,9	122,8	126,8	132,0	155,4	203,9	234,1
Бучацький	434	79,4	84,2	87,9	97,6	124,7	148,7	161,2
Гусятинський	15,0	54,3	57,9	63,8	64,9	77,4	92,3	135,9
Заліщицький	33,9	81,5	130,4	115,4	129,3	182,7	164,9	178,9
Збаразький	17,1	79,8	105,7	110,3	103,1	128,1	125,1	139,1
Зборівський	15,9	59,7	73,9	72,3	72,7	87,4	94,6	94,0
Козівський	16,0	31,3	37,3	38,8	34,1	44,1	63,6	67,0
Кременецький	39,9	137,1	173,8	182,5	194,5	238,8	318,3	154,7
Лановецький	8,5	28,5	39,1	42,5	44,5	59,7	67,7	72,9
Монастирський	10,4	31,9	34,0	37,5	41,6	52,4	63,4	62,4
Підволочиський	21,2	39,2	44,0	47,6	46,2	67,1	82,2	91,3
Підгаєцький	4,4	17,6	22,5	24,5	24,9	32,9	48,4	67,5
Теребовлянський	46,1	134,3	161,8	160,6	178,6	231,8	330,5	329,9
Тернопільський	55,0	177,2	248,7	255,2	264,8	287,6	428,1	509,9
Чортківський	45,4	138,7	168,8	168,8	181,3	106,7	42,1	41,2
Шумський	15,5	37,2	53,0	48,5	49,8	57,9	71,8	88,9
Тернопіль	831,9	2416,6	2952,7	3199,2	3196,2	3873,2	4583,3	4999,2
Бережани	-	-	-	-	-	-	-	159,7
Кременець	-	-	-	-	-	-	-	187,0
Чортків	-	-	-	-	-	133,5	252,6	255,3
Тернопільська	1287,6	3738,1	4612,4	4890,2	4964,3	6070,6	7354,1	8052,2

Таблиця 10

Роздрібний товарооборот на одну особу в районах і містах обласного підпорядкування*, гривень

Регіон	Роки							
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	
Бережанський	168	637	1830	2641	3153	4180	1035	
Борщівський	261	591	1438	1984	2338	3016	3483	
Бучацький	100	681	1294	1564	1978	2328	2531	
Гусятинський	92	244	898	1070	1288	1518	2254	
Заліщицький	174	696	1738	2769	3890	3487	3823	
Збаразький	119	295	1377	1789	2230	2157	2411	
Зборівський	54	357	1379	1722	2090	2246	2254	
Козівський	144	411	837	910	1168	1660	1757	
Кременецький	161	596	2036	2900	3534	4626	3284	
Лановецький	91	279	961	1515	2035	2279	2461	
Монастирський	65	320	1058	1436	1832	2215	2221	
Підволочиський	224	487	919	1107	1594	1920	2149	
Підгаєцький	46	214	914	1331	1797	2576	3646	
Теребовлянський	216	696	2015	2689	3530	4985	5013	
Тернопільський	284	897	2768	4035	4343	6390	7577	
Чортківський	282	625	1933	2524	2423	930	919	
Шумський	147	444	1110	1512	1765	2131	2654	
Тернопіль	965	3858	11308	14912	17978	21025	22932	
Бережани	-	-	-	-	-	-	8107	
Кременець	-	-	-	-	-	-	8698	
Чортків	-	-	-	3112	4559	8564	8715	
Тернопільська об-	334	1187	3518	5733	5733	6887	7579	

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

В області діє 18 критих ринків, на яких обладнано 1 185 місць. Найбільшою кількістю ринків була у 2012-13 роках – 20, а кількість місць в них – відповідно 1 255 і 1 241.

В області діє 33 павільйони для здійснення роздрібно́ї торгівлі із 1 266 місця-ми. Крім того, організовано 1 957 торгових місць на відкритих та критих столах. Роздрібно́ю торгівлю на ринках здійснюють 210 магазинів, 8 065 лотків (наметів), кіосків, контейнерів. Загальна площа торгових ринків в області складає 413,3 тисяч квадратних метрів, із них безпосередньо відведено під торгівлю 256,4 тисяч квадратних метрів.

Товарна структура роздрібно́го товарообороту підприємств Тернопільської області.

Обсяг продажу продовольчих товарів у 2016 році склав 8 052,2 млн. грн., що на 1,3% менше, аніж 2015 році. У 2014 році із 2 316,0 млн. грн. зреалізованих товарів на підприємства торгової мережі припадало 2 243,4 млн. грн., підприємства мережі ресторанного господарства – 72,6 млн. грн.

У торгової мережі підприємств 29,3% обсягу продажу продовольчих товарів припадало на тютюнові вироби (у 2014 р. – 27,6%, коли обсяг продажів складав 618,3 млн. грн.), 18,8% – на алкогольні напої (у 2014 р. – 20% і обсяг продажів 448,3 млн. грн.), 7,2% – на кондитерські вироби (у 2014 р. – 8,3% із обсягом продажів 186,9 млн. грн.), 6,1% – на м'ясопродукти (у 2014 р. – 6,3% із обсягом продажів 141,3 млн. грн.), 6,7% – на молоко та молочні вироби (у 2014 р. – 5,6% із обсягом продажів 125,6 млн. грн.), 3,7% – на безалкогольні напої (у 2014 р. – 4,0% із сумою реалізації 89,7 млн. грн.), 2,6% – на борошно, хліб, хлібобулочні вироби (у 2014 р. – 2,5% і обсягом реалізації 56,1 млн. грн.), 2,6% – на свіжі плоди, ягоди, виноград, горіхи (у 2014 р. – 2,2% і обсягом продажів 1,6 млн. грн.) і 2,3% – на рибні продукти (у 2014 р. – 2,1% і обсягом продажів 51,6 млн. грн.),

Торгівля продовольчими товарами.

Торгівля продовольчими товарами рослинного походження.

У 2016 році підприємствами роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства реалізовано 1 568 тонн цукру-піску, 3 288 тонни кондитерських виробів, 82 тонни чаю, 565 тонн кухонної солі, 4 589 тонн хліба і хлібобулочних виробів, 911 тонн картоплі, 2 75 тонни свіжих овочів, 5 101 тонну свіжих плодів, ягід, винограду та горіхів, 1 094 тонни рослинних олій. Динаміку реалізації продовольчих продуктів показують таблиці 11-14. У 2016 році підприємствами роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства реалізовано 3 060 тонн м'яса і м'ясних продуктів, 598 тонн вершкового масла, 693 тонни сирів, 726 тисяч штук яєць. Динаміку реалізації продовольчих товарів тваринного походження показує таблиця 12.

У 2016 році підприємствами роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства реалізовано 161 тисячу дал горілки і лікєро-горілочаних виробів, 92 тисячі дал вина, 33 тисячі дал коньяку, 33 тисячі дал ігристих вин (у тому числі й шампанських), 1 258 тисяч дал пива, 45 тисяч дал слабоалкогольних напоїв. У перерахунку на абсолютний алкоголь на одну особу реалізовано 1,3 літра алкогольних напоїв. Динаміку реалізації даних товарів показано в таблиці 15.

Таблиця 11

Реалізація продовольчих товарів рослинного походження*, млн. грн.

Вид продукції	Роки					
	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Олії рослинні	11,0	24,8	29,4	34,6	37,4	33,7
Цукор	4,3	14,9	29,4	24,1	24,5	18,1
Вироби хлібобулочні, крім кондитер-	20,4	40,4	45,4	44,2	57,9	64,3
Кондитерські вироби і морозиво	42,8	135,1	154,7	186,9	193,9	222,1
Борошно	4,7	5,8	9,2	12,4	15,1	14,3
Крупи	4,9	19,1	28,5	35,2	43,3	40,4
Макаронні вироби	3,7	11,0	13,2	19,3	22,8	26,0
Свіжі овочі;	6,1	29,3	27,6	31,6	38,7	46,4
Свіжі плоди, ягоди, виноград, горіхи	6,8	45,9	51,5	49,2	57,1	81,4
Консерви овочеві	6,1	11,6	12,2	14,3	17,2	18,4
Консерви фруктово-ягідні	4,4	3,0	3,4	3,6	6,5	5,1
Напої алкогольні,	127,4	327,2	369,3	448,3	511,2	580,0
Напої безалкогольні,	14,2	36,9	62,5	90,4	81,7	113,3
Води мінеральні	8,6	22,3	44,6	55,9	70,6	65,4
Чай	3,1	10,6	11,6	13,4	19,2	20,5
Кава	5,6	19,6	19,6	23,9	39,4	34,4
Сіль	0,8	1,4	1,3	1,7	2,2	2,4
Тютюнові вироби	155,5	415,3	505,1	618,3	816,1	901,8
Інші продовольчі продукти	18,2	77,5	102,0	120,0	151,5	195,5

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 12

Реалізація продовольчих товарів рослинного походження через торгову мережу та мережу ресторанного господарства підприємствами*, тонн

Вид продукції	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Цукор	1719	1344	1933	5276	296	2279	1568
Кондитерські вироби	2518	3178	4523	4007	5203	3354	3288
Хлібні продукти (в перерахунку)	16293	12801	9177	8475	5157	4541	4589
Картопля	981	768	1028	1425	1508	877	911
Свіжі овочі	1152	1359	2788	3116	2582	2148	2752
Свіжі плоди, ягоди, виноград,	191	1150	3775	3377	3137	2947	5101
Чай	36	72	97	80	84	79	82
Сіль	1785	1364	850	555	649	655	565
Олії рослинні	648	1735	2171	1896	2066	1387	1094

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 13

Реалізація продовольчих товарів тваринного походження через торгову мережу та мережу ресторанного господарства підприємствами*, тонн

Вид продукції	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
М'ясо і м'ясні продукти	2087	2093	3377	4727	2646	3474	3060
Масло вершкове	411	660	458	392	466	567	598
Сир сичужний, плавлений і кисломолочний	156	1031	809	609	693	1387	1094
Яйця, тисяч штук	3140	12094	19624	16798	13156	701	726

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 14

Реалізація продовольчих товарів тваринного походження*, млн. грн.

Вид продукції	Роки					
	2005	2010	2013	2014	2015	2016
М'ясо та птиця свіжі й заморожені	22,0	47,2	91,1	78,8	103,0	102,3
М'ясо копчене, солоне та ковбасні вироби	17,3	48,3	72,8	56,9	69,6	74,8
Консерви, готові м'ясні продукти	0,9	6,5	13,3	6,3	7,9	10,7
Жири тваринні харчові, маргарин	8,7	4,5	7,1	7,6	10,2	6,2
Риба і морепродукти харчові	15,3	27,1	29,5	30,3	33,1	37,4
Консерви, готові рибні продукти	4,8	12,9	21,6	21,4	26,2	25,8
Молоко і молочні продукти	21,3	58,0	73,4	126,1	163,1	206,6
Сир сичужний, плавлений та кисло-молочний	19,2	35,8	34,8	42,2	50,1	59,5
Масло вершкове	8,1	20,1	22,9	32,0	41,8	55,5
Яйця	4,6	11,5	14,7	14,5	18,5	19,6
Всі продовольчі товари у торговій мережі	570,8	1523,6	1909,1	2243,4	2729,8	3081,8

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 15

Реалізація алкогольних, слабоалкогольних і тютюнових виробів*

Вид продукції	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Всього напоїв алкогольних, у натуральному виразі, тисяч дал	998	1794	2004	1642	2003	1542	1622
Горілка і лікєро-горілки вироби, тисяч дал	256	370	332	228	200	155	161
Вино, тисяч дал	90	193	196	142	125	106	92
Коньяк, тисяч дал	12	23	29	35	32	30	33
Вина ігристі (шампанське), тисяч дал	36	77	53	42	39	34	33
Пиво, тисяч дал	592	1099	1332	1152	1535	1166	1258
Напої слабоалкогольні, тисяч дал	12	32	62	43	72	51	45
В абсолютному алкоголі на одну особу, л	1,2	2,0	2,0	1,6	1,5	1,2	1,3
Вироби тютюнові, шт.	698,9	2107	1379	1159	1218

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Торгівля непродовольчими товарами.

Продаж непродовольчих товарів у 2016 р. склав 4970,4 млн. грн., що на 7,5% більше, ніж у 2015 році, і 29,9% більше, ніж у 2014 році (у порівняльних цінах).

За рахунок продажу світлих нафтопродуктів сформувалося 12,9% всього товарообороту (на суму 1 982,7 млн. грн.). На товари культурно-побутового і господарського призначення припадало 10,9%, будівельні та залізні вироби – 5,8%, автомобілі та автотовари – 3,8%, стиснутий та скраплений газ для автомобілів – 4,7%, медичні та фармацевтичні товари (7,5%). У значно менших обсягах реалізуються побутові електротовари та освітлювальне приладдя (2,6%), парфумерні вироби (2,1%), побутові засоби для миття, чищення та догляду (0,4%), аудіо- та відео обладнання, включаючи телекомунікаційне обладнання (1,6%), книги, газети й журнали (0,9%), меблі (0,6%), килими, покриття для стін та підлоги (0,5%). За рахунок продажу дизельного пального (газойлю) сформувалося 20,7% товарообороту непродовольчих товарів, моторного бензину – 19,1%, фармацевтичних товарів –

10,7%, будівельних та залізних виробів – 9,4%, стисненого та скрлапленого газу для автомобілів – 7,6%, автомобілів та авто товарів – 6,1%.

Структуру та динаміку реалізації основних груп непродовольчих товарів показує таблиця 16.

Таблиця 16

Реалізація непродовольчих товарів*, млн. грн.

Вид продукції	Роки					
	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Текстиль, одяг, білизна, галантерея, взуття	7,8	46,8	73,1	86,9	87,6	98,5
Парфуми	12,4	38,4	83,0	100,7	142,5	169,1
Годинники та ювелірні вироби	0,8	3,4	3,1	2,5	1,2	1,3
Книги, газети і журнали, канцтовари	25,1	52,1	66,3	67,1	71,7	72,5
Комп'ютери, аудіо- та відеообладнання	19,9	110,9	102,9	125,5	164,4	169,2
Фототовари, фото обладнання, ігри та іграшки, інші товари культопризначення	8,0	6,0	11,2	12,4	14,1	13,9
Автівки та автотовари	65,9	201,3	350,1	292,4	221,7	304,3
Спорттовари, предмети туризму	2,0	2,8	3,7	6,3	4,8	3,1
Меблі	3,7	25,3	52,9	41,5	34,0	46,0
Килими, покриття для стін і підлоги	0,0	18,2	21,7	30,0	48,6	39,6
Вироби з кераміки, скла, деревини, неелектричні побутові товари	9,6	15,9	19,6	16,2	20,7	22,9
Побутові електротовари	24,3	74,9	87,1	114,3	154,6	130,2
Будівельні товари та залізні вироби	48,5	199,0	256,6	377,1	405,5	457,1
Побутові засоби для миття, чищення	11,0	56,7	81,6	98,8	122,8	169,7
Матеріали для робіт у домашніх умовах	0,2	26,2	32,0	27,1	34,8	35,0
Фармацевтичні товари, медичні товари	98,2	242,6	295,4	340,5	474,7	605,1
Оптика	0,2	1,2	2,4	2,2	3,2	4,2
Бензин	224,1	593,3	687,6	866,9	946,0	947,5
Дизельне паливо	112,1	356,8	552,1	855,0	1157,2	1026,4
Масляні речовини	2,9	6,4	6,4	6,2	7,6	8,8
Газ стиснений і скраплений для автівок	118,8	182,2	325,1	379,4
Інші непродовольчі товари	39,9	136,3	147,5	175,4	181,5	256,6

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Торгові резерви

На складах за результатами торгівлі у 2016 році у торговій мережі та на складах підприємств роздрібною торгівлі залишалося нереалізованих товарів на суму 870,3 млн. грн., із них запаси продовольчих товарів на суму 231,7 млн. грн. (26,6%), непродовольчих – 638,6 млн. грн. (73,4%). Забезпеченість товарообороту роздрібною торгівлі товарними запасами складала 49 днів торгівлі, у тому числі продовольчими товарами – 34 дні, непродовольчими – 58 днів.

Торгові резерви продовольчих товарів.

Серед продовольчих товарів найбільші запаси у роздрібній мережі тютюнових виробів (55,1 млн. грн. або 6,3% від усіх резервів і 23,8% усіх продовольчих запасів), горілки та лікєро-горілочаних виробів (40,3 млн. грн. або 4,6% і 17,4% відповідно), вина (15,3 млн. грн. або 1,8% і 6,6%), цукру (14,9 млн. грн. або 1,7% і 6,4%), коньяку (12,5 млн. грн. або 1,4% і 6,0%), кондитерських виробів із цукру (11,3 млн. грн. або 1,3% і 4,9%), пива (8,5 млн. грн. або 1,0% і 3,0%), чаю, кави, какао, прянощів (7,2 млн. грн. або 0,8% і 3,1%), безалкогольних напоїв (7,0 млн. грн. або 0,8% і 3,0%).

Таблиця 17

Товарні запаси найважливіших продовольчих товарів у роздрібній торгівлі Тернопільської області*, у днях (станом на 1 січня 2017 року)

Вид продукції	Днів	Вид продукції	Днів	Вид продукції	Днів
Цукор	570	Масло вершкове	17	Вироби макаронні	31
Сіль	28	Олія рослинна	37	Консерви овочеві	35
М'ясо та птиця свіжі	10	Маргарин	53	Консерви фруктово-ягідні	29
М'ясо копчене, солоне і ковбасні вироби	20	Жири тваринні харчові	53	Горілка і горілчано-лікерні вироби	66
Консерви м'ясні	15	Борошно	26	Вина	92
Риба і рибопродукти	29	Крупи	30	Пиво	39
Молоко і молокопродукти	12	Сир сичужний, плавлений, кисломолочний	18	Безалкогольні напої	46

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Торгові резерви непродовольчих товарів.

Серед непродовольчих товарів найбільше нереалізованої продукції припадає на будівельні товари та залізні вироби (160,9 млн. грн. або 18,5% від усіх торгових запасів і 25,2% від запасів непродовольчих товарів), моторний бензин (55,5 млн. грн. або 6,3% і 8,7% відповідно), фармацевтичні товари (54,7 млн. грн. або 6,3% і 8,7%), побутові електроприлади і освітлюване приладдя (48,3 млн. грн. або 5,5% і 7,6%), автомобілі і автотовари (42,0 млн. грн. або 4,8% і 6,6%), дизельне паливо (40,7 млн. грн. або 4,7% і 6,4%), парфумерно-косметичні вироби (30,1 млн. грн. або 3,5% і 4,7%), матеріали та обладнання для роботи в домашніх мовах, у тому числі садово-городній інвентар (19,2 млн. грн. або 2,2 % і 3%), килимові вироби та покриття для підлоги й стін (16,8 млн. грн. або 1,9% і 2,6%), меблі (15,6 млн. грн. або 1,8% і 2,5%).

Таблиця 18

Товарні запаси найважливіших непродовольчих товарів у роздрібній торгівлі Тернопільської області*, у днях (станом на 1 січня 2017 року)

Вид продукції	Днів	Вид продукції	Днів	Вид продукції	Днів
Добрива, агрохімічна продукція	536	Спортивний та туристський інвентар	165	Будівельні та залізні вироби	126
Квіти, рослини та насіння	334	Панчішно-шкарпеткові вироби	157	Побутові електроприлади	117
Оптика	195	Канцтовари	154	Меблі	113
Матеріали та обладнання для роботи в домашніх мовах	186	Килими та покриття для підлоги й стін	144	Засоби для миття і чищення	106
Головні убори	170	Ігри та іграшки	143	Взуття	90

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Підприємства роздрібної торгівлі реалізують продовольчі товари, що на 58,5% виробляються вітчизняними промисловими підприємствами. У 2014 році цей показник складав 60%.

Серед продовольчих товарів найвища частка вітчизняних виробників продукції у реалізації яєць (100%), вершкового масла і цукру (99%), безалкогольних напоїв, тваринних (99%), тютюнових виробів, борошна, хліба і хлібобулочних виробів,

молока і молочних виробів, сирів сичужних, плавлених і кисломолочних, жирів і маргарину (98%), солі й мінеральної води (94%), круп (92%), алкогольних напоїв (91%), м'ясних консервів та готових виробів із м'яса, рослинної олії (90%), найменша – свіжих плодів, ягід, винограду та горіхів (46%), риби й морепродуктів (63%), фруктово-ягідних і овочевих консервів (70%), чаю (72%).

Серед непродовольчих товарів, що виробляються вітчизняними виробниками, найвища частка реалізації підприємствами роздрібною торгівлю книгами, газетами і журналами (95%), мастильними речовинами (76%), стисненим газом та скрапленним газом для автовок (68%), меблями і канцтоварами (61%), будівельними матеріалами та залізними виробами (58%),

тильними речовинами (65%), спортивним і туристським інвентарем та спорядженням (63%), годинниками й ювелірними виробами (63%), галантерейними та текстильними товарами (61), канцелярськими товарами (58%), текстильними товарами й галантереєю (55%), фармацевтичними товарами (51), окулярною оптикою (48%), найнижча частка – аудіо- та відео обладнанням та телекомунікаційним устаткуванням (0,1%), взуттям (2,0%), комп'ютерами, периферійним устаткуванням та програмним забезпеченням (4,8), автомобілями (8%), побутовими електроприладами та освітлювальним приладдям (8,2%), одягом (9,9%).

Мережа підприємств роздрібною торгівлю.

У 2014 році торгівлю в Тернопільській області здійснювали 289 підприємств-юридичних осіб, у 2015 р. – 266, у 2016 р. – 201.

За видами економічної діяльності 118 підприємств відносяться до роздрібною торгівлю, крім торгівлю автотранспортними засобами та мотоциклами, 12 підприємство – з оптовою та роздрібною торгівлю автотранспортними засобами й мотоциклами (та їх ремонту), 71 підприємство – до інших видів економічної діяльності.

За період 2014-2016 рр. різко скоротилася кількість торгових підприємств, що відносяться до категорії «інші види економічної діяльності».

На 1 січня 2017 року мережа роздрібною торгівлю складалася із 825 магазинів із загальною торговою площею 116,8 тис. кв. м. та 277 кіосків, палаток та автозаправних станцій. У 2014 році ці показники складали: 820 магазинів із загальною торговою площею 109,2 тис. кв. м та 247 кіосків та палаток, у 2015 р. – 860 магазинів торговою площею 112,2 тис. кв. м і 273 кіоски, палатки та автозаправні станції.

Із загальною кількості об'єктів роздрібною торгівлю підприємств 378 об'єктів (це 34,3%) локалізовано в обласному центрі. У 2014 році таких об'єктів було 318, що складало 29,8% від загальною їх кількості.

Спостерігається стійка тенденція до загальною зменшення кількості торгових одиниць, починаючи від 2000 року, коли їх кількість сягала величини 1 577. Це пояснюється концентрацією торгових закладів на одній торговельній площі.

Забезпеченість населення мережею роздрібною торгівлю підприємств у розрахунок на 10 000 осіб на кінець 2016 року складала 10 об'єктів і за останні роки практично не змінювалася (у 2015 р. – 11 об'єктів).

Забезпеченість торговою площею складала на кінець 2016 року 1 102 кв.м., що на 4,8% більше, ніж у 2015 р. У 2014 році цей показник складав 1 021 м², що на 6,4% менше, ніж у 2013 році.

У міських поселеннях ця величина складає 2105 кв. м, у сільській місцевості – 292 кв. м. У 2014 р. у міських поселеннях ця величина складає 1905 кв. м, у сільській місцевості – 313 кв. м.

На кінець 2016 року в Тернопільській області 21 підприємство торгівлі реалізувало автомобілі, мотоцикли, запасні частини та приладдя для них і здійснювало їх ремонт, із них 15 – реалізують автотранспортні засоби, 6 – торгують запасними частинами та приладдям для автотранспортних засобів, здійснюють ремонт і обслуговування мотоциклів.

Продукти харчування, напої та тютюнові вироби реалізують 62 підприємства, у тому числі 56 – спеціалізованих і 6 неспеціалізованих магазинів. Непродовольчими товарами торгують 59 підприємств, у тому числі 56 – спеціалізованих.

В Тернопільській області на кінець 2016 року працювало 1 102 об'єкти роздрібною торгівлі, які реалізували вироби у міських поселеннях (їх було 735) та в сільській місцевості (їх було 367). При цьому за два роки їх кількість у містах зросла на 77 одиниць, у селах зменшилася на 45 одиниць. Із загальної кількості об'єктів 825 одиниць – це магазини. Із них у міських поселеннях здійснювали торгівлю 514, сільських – 311. У 2014 році їх було відповідно 820, 468 і 352 магазини.

247 об'єктів відносяться до так званих напівстаціонарних, із яких 190 розміщені в міських поселеннях, 57 – у сільських.

Із загальної торгової площі (116,8 тис. кв. м) 99,6 тис. кв. м припадає на торгові об'єкти в міських поселеннях, 17,1 тис. кв. м – у сільських. У 2014 р. ці показники становили відповідно 109,2 тис. кв. м, 90,6 тис. кв. м і 18,6 тис. кв. м. Намітилася тенденція до деякого скорочення як кількості торгових закладів у сільській місцевості, так і їхньої корисної площі.

Середня площа торгових об'єктів в області складає 142 кв. м, у тому числі в містах – 194 кв. м, у селах – 55 кв. м.

На 10 тис. осіб в Тернопільській області припадає 10 одиниць мережі роздрібною торгівлі, у тому числі в міських поселеннях – 16 одиниць, у сільських – тільки 6. Цей показник у сільській місцевості також має тенденцію до зменшення. Якісні й кількісні показники торгових підприємств області та їх динаміка подані у табл. 19.

Із 825 магазинів, які здійснюють торгівлю в Тернопільській області, продовольчих 498 із торговою площею 62,0 тис. кв. м; із них супермаркетів – 16 загальною площею 14,6 тис. кв. м, гіпермаркетів – 3 з площею 12,4 тис. кв. м. Непродовольчими товарами торгує 330 магазинів загальною площею 54,8 тис. кв. м; із них магазинів самообслуговування – 303 загальною площею 77,5 тис. кв. м. Серед магазинів самообслуговування продовольчих магазинів 268 загальною площею 50,1 тис. кв. м і непродовольчих магазинів – 35 із загальною площею 27,4 тис. кв. м.

В області працює 277 напівстаціонарних об'єктів торгівлі, із яких 165 – автозаправні станції.

Спеціалізацію та структуру мережі роздрібною торгівлі показує таблиця 20.

Загальна площа торгових підприємств роздрібною торгівлі у 2016 році складала 116,8 тис. кв. м, із яких на продовольчі магазини припадало 62 тисячі кв. м, на непродовольчі – 54,8 тисяч кв. м (таблиця 21).

Серед областей Західного регіону України Тернопільська область виділяється посередніми якісними та кількісними показниками мережі роздрібною торгівлі (таблиці 22 і 23).

Таблиця 19

Мережа роздрібної торгівлі Тернопільської області*

Показник	Роки								
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість об'єктів роздрібної торгівлі, у тому числі:	2326	1495	1208	1258	1149	1114	1067	1133	1102
у міських поселеннях	1264	900	750	805	733	702	658	739	735
у сільських поселеннях	1062	595	458	453	416	412	409	394	367
Кількість магазинів, у тому числі:	1909	1128	901	937	862	826	820	860	825
у міських поселеннях	911	613	508	543	502	474	468	523	514
у сільських поселеннях	998	515	393	394	360	352	352	337	311
Торгова площа магазинів, тис. м ² , у тому числі:	137,2	91,1	121,5	125,6	119,0	117,1	109,2	112,2	116,8
у міських поселеннях	81,6	64,5	97,2	102,1	98,3	97,0	90,6	92,8	99,7
у сільських поселеннях	55,6	26,6	24,3	23,5	20,7	20,1	18,6	19,4	17,1
Забезпеченість населення об'єктами роздрібної торгівлі у розрахунку на 10 000 осіб, одиниць, у тому числі:	...	13	11	12	11	10	10	11	10
у міських поселеннях		19	16	17	15	15	14	16	16
у сільських поселеннях		9	8	7	7	7	7	7	6
Забезпеченість населення торговою площею магазинів у розрахунку на 10 000 осіб, кв. м, у тому числі:	...	820	1121	1162	1105	1091	1021	1052	1102
у міських поселеннях		1354	2047	2150	2069	2041	1905	1952	2105
у сільських поселеннях		418	400	388	344	337	313	328	292
Торгова площа у розрахунку на один магазин, кв. м, у т. ч.:	72	81	135	134	138	142	133	130	142
у міських поселеннях	89	105	191	188	196	205	194	177	194
у сільських поселеннях	56	52	62	60	58	57	53	57	55
Напівстаціонарні об'єкти торгівлі, у тому числі:	417	367	307	321	287	288	247	273	277
у міських поселеннях	353	287	242	262	231	228	190	216	221
у сільських поселеннях	64	80	65	59	56	60	57	57	56

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 20

Спеціалізація та структура мережі роздрібної торгівлі*

Показник	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Усього магазинів	1909	1128	901	826	820	860	825
Продовольчих магазинів	1389	702	553	489	495	530	498
Універсамів і супермаркетів	-	17	22	16	16	17	17
Гіпермаркетів	-	1	2	3	3	3	3
Непродовольчих магазинів	520	426	348	337	325	330	327
Універмагів	6	1	1	-	-	-	-
Магазини самообслуговування, із них:	274	97	320	334	311	312	303
продовольчих	251	91	307	304	283	281	268
непродовольчих	23	6	13	30	28	31	35
Напівстаціонарні об'єкти торгівлі, у т.ч. автозаправні станції	413	367	307	304	247	273	277
	75	134	159	160	158	159	165

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 21

Торгова площа підприємств роздрібною торговою мережі*, тисяч кв. м

Показник	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Усього магазинів	137,2	91,1	121,5	117,1	109,2	112,2	116,8
Продовольчих магазинів	95,7	66,2	72,8	65,5	58,6	61,1	62,0
Універсамів і супермаркетів	-	10,9	20,1	15,2	13,4	12,6	14,6
Гіпермаркетів	-	8,4	13,8	16,9	12,4	12,4	12,4
Непродовольчих магазинів	41,5	24,9	48,7	51,6	50,6	51,1	54,8
Універмагів	3,9	3,4	3,9	-	-	-	-
Магазини самообслуговування, із них:	20,3	21,8	76,0	81,7	73,3	74,3	77,5
продовольчих	16,4	20,0	60,0	56,3	48,1	49,5	50,1
непродовольчих	3,9	1,8	16,0	25,4	25,2	24,8	27,4

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 22

Забезпеченість населення мережею роздрібною торгівлі окремих регіонів України*, на 10 000 осіб

Регіон	Об'єктами торгівлі		З них			
	2013 р.	2016 р.	у міських поселеннях		у сільських поселеннях	
			2013 р.	2016 р.	2013 р.	2016 р.
Україна	13	12	15	13	9	8
Тернопільська область	10	10	15	16	7	6
Івано-Франківська область	11	10	18	17	6	5
Львівська область	15	15	20	21	7	6
Рівненська область	13	13	15	16	10	10
Хмельницька область	14	14	16	18	10	9
Чернівецька область	10	10	16	16	5	5

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Таблиця 23

Забезпеченість населення магазинами та їх торговою площею в окремих регіонах України у 2013 р. і 2016 році*, на 10 000 осіб

Регіон	Забезпеченість магазинами у 2013р/2016 р.			Забезпеченість торговою площею, кв. м		
	усього	у міськ. посел.	у сільськ. посел.	усього	у міських поселеннях	у сільських поселеннях.
Україна	13/9	13/10	8/6	2077/1808	2366/2374	593/533
Тернопільська область	8/8	10/11	6/5	1091/1102	2041/2105	337/292
Івано-Франківська область	9/8	14/14	5/3	1300/1216	2619/2460	296/212
Львівська область	11/12	14/17	7/6	1715/1842	2581/2804	367/340
Рівненська область	11/10	12/13	9/8	1700/1542	2861/2595	639/590
Хмельницька область	11/11	12/14	9/8	1733/1687	2595/2568	644/541
Чернівецька область	8/7	13/13	3/3	1281/1309	2751/2847	184/145

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Об'єкти роздрібної торгової мережі розташовані в межах Тернопільської області вкрай нерівномірно. Найбільша їх кількість припадає на міські поселення, зокрема на Тернопіль (378 або 34% від загальнообласного показника), Чортків (49 і 4,5%), Тернопільський (63 і 5,7%), Теребовлянський (58 і 5,3%), Підволочиський (53 і 4,8%). Натомість, найменша їх кількість у Монастириському (13 або 1,2%), Підгаєцькому (15 і 1,3%), Бережанському (21 і 1,9%), Зборівському і Козівському (по 25 і 2,3%). У порівнянні із 2014 роком кількість підприємств мережі зросла у Борщівському (на 8), Гусятинському (на 3), Заліщицькому (на 7), Підволочиському (на 3) та в Тернополі (на 60), зменшилася – у Бучацькому (на 3), Збаразькому (на 2), Козівському (на 8), Зборівському (на 4), Кременецькому районі і в місті Кременці (на 5), Теребовлянському (на 7), Чорткові і Чортківському районі (на 17), Шумському (на 6) районах.

Кількість напівстаціонарних торгових об'єктів в області зросла на 30 одиниць, у тому числі найбільше в Тернополі (на 26), Борщівському (на 4), Зборівському (на 2), Підволочиському (на 4), Тернопільському (на 2), а зменшилася в Бучацькому, Гусятинському, Збаразькому (на 2), Теребовлянському (на 3).

Кількість магазинів роздрібної торгівлі зросла на 5 одиниць, у тому числі Борщівському (на 4), Гусятинському (на 5), Заліщицькому (на 6), Тернополі (на 34), але зменшилася в Чорткові і Чортківському районі, у Бережанах і Бережанському районі (на 3), Зборівському районі (на 6), Козівському районі (на 8), Кременці і Кременецькому районі (на 5), Підгаєцькому і Тернопільському районах (на 2), Шумському районі (на 7).

В області діють 165 автозаправних станцій, у тому числі й автомобільних газонаповнювальних компресорних станцій. Найбільше їх у Тернополі (35) і Тернопільському районі (25), найменше – у Шумському, Лановецькому, Заліщицькому і Чортківському районах (по 3), Лановецькому, Монастириському й Підгаєцькому районах і містах Бережани й Кременець (по 4).

В області діє 215 аптек і аптечних кіосків загальною площею 8 386 кв. м. Вони є в усіх районах, окрім Підгаєцького. Найбільше аптек у Тернополі (77), Заліщицькому і Теребовлянському районах (по 16), Чорткові (15), Борщівському (13) і Бучацькому (12) районах.

Динаміку аптек та їх торгову площу подано у таблиці 24.

Таблиця 24

Кількість аптек та їхня торгова площа*

Показник	Роки						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Кількість аптек і аптечних кіосків	275	294	237	212	210	216	215
Торгова площа аптек і аптечних кіосків, кв. м	8650	8805	7895	7059	7658	7805	8386

Найбільшими підприємствами, які здійснювали діяльність з роздрібною торгівлі на території Тернопільської області, за обсягами товарообороту є ПАТ “Укрнафта” (Тернопіль), ТОВ “Торгівельно-виробнича компанія “Львів-Холод” (Львів), ТОВ “Рома” (Чернівці), ТОВ “Торгова компанія “Мегаполіс-Україна” (Тернопіль), ТОВ “Фоззі-Фуд” (Вишневе, Києво-Святошинський район), ТОВ “Епіцентр К” (Тернопіль), ТОВ “Торгова група “Арс-Кераміка” (Тернопіль), ТОВ “Торгова ме-

режа “Барвінок” (Львів), ТОВ “САВ Дистриб’юшн” (Київ), ТОВ “Новус Україна” (Київ), ПП “ОККО-Нафтопродукт” (Львів), ТОВ “Країна ідей” (Харків), ТОВ “ВОГ Рітейл” (Луцьк), ТОВ “Торговий Дім “Маркет плюс” (Мукачеве), ТОВ “Продлюкс плюс” (Тернопіль), ТОВ “Квартал 5” (Тернопіль), ТОВ “Стрейт Ойл” (Обухів Київської області), ТОВ “Зебріна” (Тернопіль), філія “Тернопіль-молоко” ПАТ “Тернопільський молокозавод” (село Біла Тернопільського району).

Найбільшими супермаркетами з торговою площею від 400 до 2500 м² в Тернопільській області є ТОВ “Прогрес” (Тернопіль), ТОВ “Продлюкс плюс” (Тернопіль), ТОВ “Рома” (Чернівці; мережа маркетів “Тайстра”), ТОВ “Фоззі-Фуд” (Вишневе, мережа “Сільпо”), ТОВ “Пакко Холдинг” (Луцьк), ТОВ “Торгова мережа “Барвінок” (Львів), ДП “Рітейл Вест” (Ірпінь, мережа “Фуршет”), ТОВ “Агро Р” (Рівне).

Найбільшими гіпермаркетами з торговою площею понад 2500 м² є ТОВ “Фоззі-Фуд” (мережа “Сільпо”) і ТОВ “Новус Україна”.

Найбільшими непродовольчими магазинами Тернопільської області є ТОВ “Торгова група “Арс-Кераміка” та ТОВ “Епіцентр К” (Тернопіль).

Найбільшими ринками Тернопільської області за торговою площею є ТОВ “Тернопільський міський ринок ЛТД”, ТОВ “Тернопільський речовий ринок”, ТОВ “Простір” (Тернопіль), ТОВ “Галицька лізингова компанія” (Тернопіль), ПАТ “Меркурій” (Бережани), підприємство споживчої кооперації “СП Кременецька міжрайбаза” (Кременець), мале підприємство “Міський виробничо-торговий центр” (Борщів), об’єднання “Ринок” Збарзького районного споживчого товариства (Збараж), підприємство споживчої кооперації “Почаївський ринок” Почаївського споживчого товариства (Почаїв), підприємство споживчої кооперації – госпрозрахункове підприємство “Ринок” Лановецького райСТ (Ланівці), ПП “Щедрий край” (Монастирська), ТОВ “Шумськ-Інвест” (Шумськ), ПП “Перхалюк Н. Я.” (Теребовля), ПП “Козак Є. А.” (Гусятин).

За кількістю місць на ринках найбільшими торговими підприємствами є ПАТ “Котломонтаж” (Тернопіль), ТОВ “Тернопільський міський ринок ЛТД” (Тернопіль), ТОВ “Тернопільський речовий ринок” (Тернопіль), ТОВ “Простір” (Тернопіль), ПАТ “Меркурій” (Бережани), підприємство споживчої кооперації “СП Кременецька міжрайбаза” (Кременець), Заліщицьке райСТ, об’єднання “Ринок” Збарзького райСТ, підприємство споживчої кооперації “Почаївський ринок” Почаївського споживчого товариства (Почаїв), підприємство споживчої кооперації – госпрозрахункове підприємство “Ринок” Лановецького райСТ (Ланівці).

Особливості розвитку оптової торгівлі в Тернопільській області.

Для забезпечення споживачів продукцією упродовж 2016 року в області діяло 348 підприємств, основним або переважаючим видом економічної діяльності яких була оптова торгівля. Оптовий товарооборот (без податку на додану вартість і акцизу) цих підприємств за указаний рік становив 9 593,2 млн. грн., що в 3,2 рази менше, ніж у 2015 році. 2014 році таких підприємств було 464, а оптовий товарооборот складав 22 884,6 млн. грн., що переважало рівень 2013 року на 3 267,5 млн. грн., або на 16,7% [19, с. 71].

У 2016 році оптовий товарооборот у середньому на одне підприємство становив 27 566,7 тис. грн. У 2014 році цей показник становив 49 320,2 тис. грн. проти 31237,4 тис. грн. у 2013 році.

Найбільші обсяги оптового товарообороту у 2016 році припадали на одне підприємстві в Чортківському і Збаразькому районах, найменші – у Кременецькому і Козівському районах. Основна частина оптового товарообороту припадала на підприємства міста Тернополя – близько 71% (проти 90% у 2014 р.).

Таблиця 25

Помісячна динаміка оптового товарообороту*, млн. грн.

Рік	Місяці											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
2015	2151,7	2099,7	2850,1	2606,2	2513,6	2584,3	2760,6	2352,2	2805,0	2681,7	2319,7	2712,0
2016	280,2	535,8	831,4	785,9	607,7	586,8	691,3	895,8	776,8	688,3	617,3	3082,8

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Аналіз підприємств оптової торгівлі свідчить про те, що на 44,2% підприємств припадає 99,8% оптового товарообороту області (у 2013 році на 40,9% підприємств припадало 99,7%). Усього у 2014 році було зафіксовано 32 підприємства, у яких річний оптовий товарооборот становив від 25 до 500 млн. грн. і більше, 36 підприємств із оборотом від 10 до 25 млн. грн., 137 підприємств із оборотом від 1 до 10 млн. грн. Решта підприємств (всього 259 одиниць) мали незначні обсяги оптового товарообороту. Динаміку оптового товарообороту в окремих регіонах України ілюструє таблиця 26.

Частка Тернопільської області у загальному оптовому товарообороті України до 2015 р. неспинно зростала, хоча й повільно: у 2005 році вона становила 0,2%, у 2010 – 0,5%, у 2013 – 1,8%, у 2014 – 2,3%, у 2015 р. – 2,4%. Очевидно, за 2014-2015 рр. цьому сприяла відсутність статистичних даних на Автономну Республіку Крим. У 2016 р. ця частка впала до 0,6%.

Таблиця 26

Динаміка оптового товарообороту у деяких регіонах України* (млн.грн.)

Регіон	Роки					
	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Україна	511150,0	1048574,8	1074753,2	987957,0	1244220,8	1555965,7
Тернопільська область	1546,6	4944,0	19617,1	22884,6	30458,6	9593,2
Івано-Франківська область	4895,5	8716,3	10558,7	6770,0	9244,6	11412,5
Львівська область	16387,5	23915,6	39196,3	41679,6	36354,2	37894,5
Рівненська область	5667,5	3732,7	4307,1	4448,8	6231,1	7617,7
Хмельницька область	7955,9	5009,4	6416,0	4939,9	6876,3	10395,3
Чернівецька область	2013,8	2529,6	3061,0	2751,0	3690,8	4552,5

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

У структурі оптового товарообороту на продовольчі товари припадає 10,4%, на непродовольчі – 89,6% (у 2014 р. відповідно 78,8% і 21,2%). На підприємства міста Тернополя припадало 41,4% товарообороту продовольчих продуктів і 74,4% непродовольчих (у 2014 р. – відповідно 98,6% і 59,4%).

У 2016 р. в області діяло 348 підприємств, які здійснювали оптову торгівлю. Найбільша їх кількість – у Тернополі й Тернопільському районі (235 і 48 відповідно). 9 підприємств у Тербовлянському районі, 8 – у Гусятинському, 7 – у Збаразькому, по 6 – у Підволочиському і Борщівському.

У розрахунку на одне підприємство оптової торгівлі товарооборот складав 27566,7 тисяч гривень (у 2014 році – 49320,2 тисяч гривень).

Таблиця 27

Кількість підприємств оптової торгівлі та динаміка товарних запасів у розрахунку на одне підприємство у районах і містах обласного підпорядкування*

Регіон	Кількість підприємств у році				Товарні запаси на кінець поточного року, млн. грн.			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Бережанський	11	3	3	-	9,2	4,5	4,6	-
Борщівський	18	10	11	6	161,5	133,4	336,6	729,9
Бучацький	6	7	2	3	3,0	1,7	6,0	283,3
Гусятинський	9	8	9	8	12845,6	7390,8	261,0	187,1
Заліщицький	4	1	1	...	834,3
Збаразький	13	5	6	7	361,9	3929,1	2773,7	6251,3
Зборівський	7	5	5	6	165,6	179,1	208,6	287,7
Козівський	8	3	4	3	276,1	718,3	856,1	875,7
Кременецький	12	7	5	...	2099,5	3267,6	3505,6	...
Лановецький	6	4	3	3	43,8	1074,1	2445,8	3670,8
Монастирський	2	1	-	-	-	-
Підволочиський	7	7	9	6	175,0	51,4	253,3	630,0
Підгаєцький	2	1	1
Теребовлянський	13	10	11	9	512,8	844,6	1567,6	6526,5
Тернопільський	75	56	53	48	946,4	1821,0	2939,1	3370,9
Чортківський	6	1	1	...	1112,3
Шумський	2	-	-	-	-	-
м. Тернопіль	420	330	274	235	4429,4	5334,8	5718,3	5846,4
м. Бережани	-	-	...	3	-	-	...	4,6
м. Кременець	-	-	...	3	-	-	...	2521,8
м. Чортків	7	5	566,0	1226,2	299,6	...
Усього по області	628	464	402	348	3353,7	4299,2	4479,1	4847,1

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Таблиця 28

Динаміка оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі у районах і містах обласного підпорядкування*

Регіон	Оптовий товарооборот у розрахунку на одне підприємство, тис. грн.				Оборот продовольчих товарів, млн. грн.		Оборот непродовольчих товарів, млн. грн.	
	2013	2014	2015	2016	2013	2016	2013	2016
Бережанський	443,6	253,8	18,5	-	0,2	-	4,7	-
Борщівський	4228,8	1423,1	1230,4	2950,5	59,2	11,6	16,9	6,1
Бучацький	13,3	14,1	25,1	5643,3	-	-	0,1	16,9
Гусятинський	75713,9	123511,1	9752,0	6241,7	49,1	19,4	632,3	30,5
Заліщицький	5559,4	-	...	22,2	...
Збаразький	13504,0	22716,9	47118,4	66400,7	54,0	4,3	121,6	460,5
Зборівський	4499,0	4221,5	5006,9	5276,4	4,1	3,5	27,4	28,2
Козівський	2548,8	4020,1	3066,8	1729,0	-	-	20,4	5,2
Кременецький	14093,7	4908,0	10810,6	...	-	...	169,1	...
Лановецький	3121,4	7350,5	11128,7	22267,6	13,9	14,3	4,9	52,5
Монастирський	-	-	...	-	...	-
Підволочиський	4077,7	5265,2	5626,2	10201,6	0,1	0,0	28,4	61,2
Підгаєцький
Теребовлянський	4579,8	5796,6	17182,3	44787,8	44,8	388,7	14,7	14,4
Тернопільський	5711,4	12571,2	23250,9	28346,3	24,1	138,8	404,3	1221,8
Чортківський	50206,3	171,6	...	129,6	...
Шумський	...	-	-	-	...	-	...	-
м. Тернопіль	41849,2	62639,8	102954,7	28962,7	15475,0	413,1	2101,7	6393,1
м. Бережани	-	-	...	-	-	-	-	-
м. Кременець	-	-	...	6390,1	-	-	-	19,2
м. Чортків	1930,7	2599,3	4879,4	...	10,5	...	3,0	...
Усього по області	31237,4	49320,2	75767,7	27566,7	15906,9	...	3710,2	8596,4

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Оптовий продаж товарів українського виробництва.

Частина оптової торгівлі товарами українського виробництва склала 52,5% загального обсягу продажу, що у натуральних одиницях складає 5036,5 млн. грн. В оптовому продажі продовольчих товарів частка товарів вітчизняного виробництва становила 60,4%, у продажі непродовольчих товарів – 51,6%. У 2015 р. ці показники ставили відповідно 97,2% і 37,1% [19, с 79].

Оптовий продаж молочних продуктів, масла, сирів, яєць олії та харчових жирів, алкогольних дистильованих напоїв, вин зі свіжого винограду, вермуту, пива, хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів, цукру, какао, рису, борошна, макаронних виробів, харчової солі, перероблених фруктів і овочів, картоплі повністю складався із товарів вітчизняного виробництва.

Вище середнього по області показника ця частка була по таких видах товарів, як мінеральні води та безалкогольні напої, фруктові й овочеві соки (99,8%), шоколад та вироби цукрові кондитерські (99,6%), м'ясо і м'ясні вироби (91,6%), кава (89,9%), свіжі фрукти й овочі (81,3%). Водночас, 92,6% реалізованих оптовими підприємствами риби, ракоподібних та молюсків, 46,3% прянощів і приправ (крім солі) – імпортні.

В торгівлі непродовольчими товарами за рахунок вітчизняних виробників в Тернопільській області сформований оптовий ринок пшениці, кукурудзи, ячменю, жита та вівса, насіння гірчиці, ріпаку, кользи, кунжуту, соняшника, паливного мазуту, лісоматеріалів, санітарно-технічних виробів, виробів з азбестоцементу, цементу, виробів з асфальту або подібних матеріалів, шпалер, покриття для підлоги (крім килимів), відходів та брухту. В той же час, практично всі види з кераміки, скла, деревини, спортивні товари, офісні меблі, машини та устаткування, скраплені пропан і бутан, папір і картон були завезені з-за меж України.

Обсяги, структура та динаміка оптової торгівлі виробами українського виробництва показані в таблиці 29.

Таблиця 29

Обсяги, структура та динаміка оптової торгівлі вітчизняного виробництва*, млн. грн.

Вид продукції	Роки			
	2013	2014	2015	2016
Увесь товарооборот	16 981,7	19 9369,6	26 137,5	5 036,5
Продовольчі товари	15 532,8	17 727,4	23 994,5	602,1
Непродовольчі товари	14 488,7	22 362,2	2 143,0	4434,4

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

У 2015 р. найбільшу частку у оптовій торгівлі продовольчими товарами вітчизняного виробництва посідали тютюнові вироби (у 2015 р. – 23 506,4 млн. грн.), яйця (71,3 млн. грн.), цукор (63,8 млн. грн.), молочні продукти, масло і сири (59,9 млн. грн.), мінеральні води, безалкогольні напої та овочеві й фруктові соки (45,3 млн. грн.), олія та харчові жири (35,8 млн. грн.), м'ясо і м'ясопродукти (23,1 млн. грн.).

Серед непродовольчих товарів у оптовій торгівлі найбільша частка пшениці, кукурудзи, ячменю, будівельних матеріалів (таблиця 31).

Таблиця 30

Обсяги та динаміка оптової торгівлі найважливішими продовольчими товарами вітчизняного виробництва*, млн. грн.

Вид продукції	Роки			
	2013	2014	2015	2016
М'ясо і м'ясопродукти	23,2	29,5	23,1	18,8
Молочні продукти	30,0	75,6	59,9	66,9
Маргарин і харчові жири	2,1	4,1	7,4	7,3
Олія	207,2	230,1	28,4	22,2
Алкогольні напої дистильовані	44,4	0,9	-	3,7
Пиво	34,6	48,1	41,0	18,2
Соки, води	34,6	26,4	45,3	50,5
Тютюнові вироби	14 872,1	17 274,6	23 506,4	-
Хлібобулочні та кондитерські борошняні вироби	-	-	4,3	5,7
Цукор	61,8	119,8	63,8	115,2
Кондитерські вироби і шоколад	20,5	18,2	21,9	31,4
Кава	15,3	15,8	21,1	19,7
Чай	4,6	4,5	6,2	6,6
Риба і рибопродукти	9,0	11,0	16,0	26,5
Борошно	5,1	0,6	2,0	2,3
Крупи	3,0	2,1	1,8	1,1
Макаронні вироби, локшина	10,8	1,3	7,9	7,1
Фрукти та овочі свіжі	-	0,5	9,7	19,7
Фрукти та овочі перероблені	2,4	0,3	1,5	0,4

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Таблиця 31

Обсяги та динаміка оптової торгівлі найважливішими непродовольчими товарами вітчизняного виробництва*, млн. грн.

Вид продукції	Роки			
	2013	2014	2015	2016
Автомобілі різних марок	4,3	0,9	-	-
Деталі до автотранспортних засобів	15,5	9,3	12,9	25,9
Пшениця	199,9	476,7	355,3	975,1
Кукурудза	311,9	476,9	234,6	266,8
Ячмінь	59	42,1	85,2	132,8
Соняшник	140,4	114,7	74,1	108,9
Готові корми для тварин	3,0	5,7	23,5	38,5
Парфуми та косметика	22,8	2,9	2,8	4,1
Миючі засоби	10,3	2,9	1,3	0,2
Фармацевтичні та медичні вироби	8,0	-	1,6	1,3
Бензин моторний	21,5	8,8	17,7	22,5
Металеві вироби	32,7	32,4	26,9	65,9
Фарби і лаки	19,2	11,2	20,3	31,5
Цемент	49,0	67,4	57,5	54,3
Добрива, агрохімічна продукція	91,9	77,4	136,8	132,4
Пластмаси та гума у первинних формах	1,3	-	28,2	-
Меблі	2,0	1,5	2,6	3,0
Відходи та брухт	-	-	107,7	1,1

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Структура оптового товарообороту.

Структура оптового товарообороту за останні роки зазнала істотних змін. Зменшилася частка продовольчих товарів і збільшилася частка непродовольчих.

Провідне місце у структурі оптового товарообороту займають непродовольчі товари. Їх обсяг становив 8 596,4 млн. грн., або 89,6% від усього оптового товарообороту області.

У структурі оптового товарообороту непродовольчих товарів основну частину займає оптова торгівля добривами, агрохімічною продукцією (1265,7 млн. грн., або 14,7% від загального продажу непродовольчих товарів), пшеницею 9975,1 млн. грн., або 11,3%), газойлем чи дизельним паливом (780,3 млн. грн., або 9,1%), кукурудзою (266,8 млн. грн., або 3,1%), промисловою хімічною продукцією (242,9 млн. грн., або 2,8%), будівельними матеріалами (208,2 млн. грн., або 2,4%) [19, с. 87].

Продовольчих товарів у 2016 р. оптовими підприємствами було реалізовано на суму 996,8 млн. грн., або 10,4% від усього оптового товарообороту області. У товарній структурі оптового товарообороту продовольчих товарів основну частину займає оптова торгівля рибою, рибоподібними та молюсками (360,6 млн. грн., або 36,2% від загального обсягу продажу продовольчих товарів), цукром (115,3 млн. грн., або 11,6%), яйцями (82,5 млн. грн., або 8,3%), молочними продуктами, маслом і сирами (66,9 млн. грн., або 6,7%), мінеральними водами, безалкогольними напоями та фруктовими і овочевими соками (50,6 млн. грн., або 5,1%), шоколадом і кондитерськими цукровими виробами (321,5 млн. грн., або 3,2%).

На кінець 2016 року товарні запаси на підприємствах оптової торгівлі становили 1686,8 млн. грн. проти 1800,6 млн. грн. на кінець 2015 року.

У структурі товарних запасів непродовольчі товари займали 91% (1535,2 млн. грн.), продовольчі – 9% (151,6 млн. грн.).

Таблиця 32

Співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів у загальному товарообороті оптової торгівлі*, у %

Товари	Роки								
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
продовольчі	45,3	34,8	46,8	74,6	79,2	81,1	78,8	89,6	10,4
непродовольчі	54,7	65,2	53,2	25,4	20,8	18,9	21,2	10,4	89,6

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

У 2016 р. найбільшу частку у оптовій торгівлі продовольчими товарами посідали риба і морепродукти (360,6 млн. грн.), цукор (115,3 млн. грн.), яйця (82,5 млн. грн.), молочні продукти, масло і сири (66,9 млн. грн.), мінеральні води, безалкогольні напої та овочеві й фруктові соки (50,6 млн. грн.), олія та харчові жири (29,5 млн. грн.), кава (22,0 млн. грн.) м'ясо і м'ясопродукти (20,6 млн. грн.), сіль (18,5 млн. грн.).

Серед непродовольчих товарів у оптовій торгівлі найбільша частка пшениці, кукурудзи, ячменю, будівельних матеріалів (таблиця 31).

Таблиця 33

Обсяги та динаміка оптової торгівлі найважливішими продовольчими товарами у 2011-2016 рр.*, млн. грн.

Вид продукції	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
М'ясо і м'ясопродукти	24,2	19,0	23,2	32,6	40,2	20,6
Молочні продукти	36,0	43,4	76,2	76,2	59,9	66,9
Маргарин і харчові жири	14,2	3,3	2,6	4,1	7,4	7,3
Олія	196,0	37,3	212,1	23,1	39,4	29,5
Алкогольні напої дистильовані	85,6	52,2	44,7	0,9	-	3,7
Пиво	32,6	32,9	35,4	49,2	41,0	18,2
Соки, води	128,3	75,3	35,3	26,4	45,3	50,6
Тютюнові вироби	7679,0	14343,0	15022,4	17 449,1	23 743,8	-
Хлібобулочні та кондитерські борошняні вироби	-	-	-	-	4,3	5,7
Цукор	55,1	315,7	65,4	120,3	63,8	115,2
Кондитерські вироби і шоколад	109,3	67,7	20,5	18,2	22,1	31,4
Кава	29,9	28,0	15,8	16,0	27,1	19,7
Чай	7,3	7,9	6,5	8,1	10,6	6,6
Риба і рибопродукти	29,6	27,5	25,1	29,3	397,1	26,5
Борошно	10,3	3,1	5,1	0,6	2,0	2,3
Крупи	6,4	2,9	3,0	3,1	2,3	1,4
Макаронні вироби, локшина	16,1	15,1	10,8	1,3	7,9	7,1
Фрукти та овочі свіжі	-	-	-	7,4	25,4	19,7
Фрукти та овочі перероблені	3,1	0,5	2,4	0,3	1,5	24,2

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Таблиця 33

Обсяги та динаміка оптової торгівлі найважливішими непродовольчими товарами*, млн. грн.

Вид продукції	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Автомобілі різних марок	20,5	54,7	84,0	43,7	104,8	168,1
Деталі до автотранспортних засобів	53,7	70,6	67,6	55,1	84,4	122,0
Пшениця	49,3	615,1	199,9	476,9	355,3	975,1
Кукурудза	61,8	103,6	435,9	822,4	234,6	266,8
Ячмінь	5,4	19,8	5,9	42,4	85,2	132,8
Соняшник	67,6	262,0	165,3	150,7	75,1	108,9
Готові корми для тварин	1,5	2,5	3,6	7,4	30,8	39,3
Парфуми та косметика	138,2	144,9	130,6	141,8	166,8	8,2
Миючі засоби	48,4	12,4	32,4	11,8	5,7	21,1
Фармацевтичні та медичні вироби	100,3	84,7	70,6	59,4	64,5	-
Бензин моторний	96,8	101,2	81,5	77,4	107,8	132,1
Металеві вироби	272,2	313,7	32,8	34,24	33,6	87,6
Фарби і лаки	37,3	39,8	25,1	18,1	24,2	34,7
Цемент	50,4	43,0	63,9	67,4	74,1	78,6
Добрива, агрохімічна продукція	176,1	590,5	567,2	1088,9	1131,8	1265,7
Пластмаси та гума у первинних формах	1,8	1,8	2,3	3,3	28,2	-
Меблі	2,0	1,2	2,9	1,4	2,6	3,3
Відходи та брухт				-	108,4	1,1

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Товарні запаси підприємств оптової торгівлі.

На кінець 2016 року на складах підприємств оптової торгівлі зберігалося ви-робів на суму 1686,8 млн. грн., що на 6,3% менше, ніж у 2015 р. [19, с. 93-99].

Таблиця 34

Динаміка товарних запасів підприємств оптової торгівлі*, у днях

Показник	Роки										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Всього	29	37	58	40	35	40	38	29	39	31	21
Продовольчих товарів	24	31	23	32	31	37	36	24	32	24	13
Непродовольчих товарів	27	35	46	44	37	43	42	47	66	58	58

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Найбільшими торгові запаси оптової торгівлі на кінець 2016 року серед продовольчих товарів стосувалися риби та рибоподібних, моллюсків і ракоподібних (1 248,2 тонн на суму 51,7 млн. грн.), цукру (4389,9 тонн і 49 млн. грн.), какао (140 кг і 8,3 млн. грн.), прянощів і приправ (27,8 тонн і 6,6 млн. грн.), молочних продуктів. Масла і сирів (125,4 тонни і 6,2 млн. грн.), мінеральних вод і соків (на суму 5,7 млн. грн.). Із непродовольчих товарів найбільші запаси стосувалися пшениці (59 531 тонна на суму 179,8 млн. грн.), добрив та агрохімічної продукції (9160 тонн на суму 155,9 млн. грн.), ячменю (23136 тонн і 67,6 млн. грн.), будівельних матеріалів (59,1 млн. грн.), живих тварин (51,9 млн. грн.), металевих виробів (45,5 млн. грн.), автотранспортних засобів (41,5 млн. грн.).

Найбільшими підприємствами Тернопільської області у сфері оптової торгівлі є ТОВ “Натурпродукт-Вега” – спільне українсько-німецьке підприємство – ексклюзивний дистриб’ютор високоякісних лікарських препаратів, засобів по догляду за зубами і яснами, косметики на основі натуральної сировини, предметів санітарії, гігієни і біологічно активних добавок природного походження, вітамінів здійснює оптову торгівлю непродовольчими й фармацевтичними товарами (Тернопіль); ТОВ “Магістр-Д” (село Плотича Тернопільського району) здійснює оптову торгівлю несільськогосподарськими проміжними продуктами та паливом, а також розд-рібну торгівлю пальним); ТОВ “Галич Агро-Стек” (Тернопіль) здійснює оптову торгівлю пестицидами, агрохімікатами, мінеральними добривами, насінням; ПП “Захід-агроінвест” здійснює оптову торгівлю зерном, насінням та кормами для тварин; ТОВ “Компанія Лан” (Тернопіль) – провідна компанія у сфері продажу кормо- й зернозбиральних комбайнів CLAAS, ремонту й обслуговування іншої сільськогосподарської техніки (грунтообробної техніки LEMKEN, AMAZONE, BEDNAR, SCHMOTZER, OPALL-AGRI, самохідних та причіпних оприскувачів HOUSEHAM), реалізації запчастин; а також доїльних залів, систем і засобів гігієни тварин; ТОВ “Агро-Престиж” (Тернопіль) реалізує хімічні продукти; ТОВ “Скі-фія” проводить закупівлю всіх зернових і зернобобових (соя, кукурудза, пшениця, ріпак, ячмінь) та формує партії для реалізації за межами України; ТОВ “Бондіолі і Павезі Україна” торгує сільськогосподарською технікою (компоненти передачі руху, гідравлічні компоненти, електронні компоненти, механічні компоненти, на-соси, дозатори, фільтри, комплектуючі для оприскувачів); ТОВ “Трейд-Агрохім” (село Острів) торгує мінеральними та мікродобривами; ПП “Дружба-Нафтопро-дукт” здійснює оптову торгівлю твердим, рідким та газоподібним паливом та поді-бними продуктами.

Інвестиції в торгівлю. Розвиток торгівлі.

У 2016 році на розвиток оптової та роздрібною торгівлі, а також на ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів спрямовано 182,76 млн. грн., що складає 3,7% від загального обсягу інвестицій у господарський комплекс області. Порівняно з попередніми роками цей показник складав: 4,0% – у 2012 році, 3,9% – у 2013 році, 3,3% – у 2014р. 5,1% – у 2015 р. У порівнянні з попередніми роками для динаміки характерне скорочення обсягу капітальних інвестицій. Якщо у 2011 році ріст інвестувань склав понад 230%, то у 2012 році воно скоротилося на 24,7%, у 2013 році – на 26,7%, у 2014 році – на 28,5%, у 2016 р. – 8,6% [18, с. 150-151; 19, с. 127-131].

Частка прямих іноземних інвестицій, вкладених у оптову й роздрібну торгівлю на кінець 2016 року склала 0,6% від загальнообласного обсягу інвестицій. Це – 283,3 тисяч доларів. На кінець 2013 року цей показник складав 4,386 млн. доларів, або 6,2% від всіх іноземних інвестицій, у 2014 р. – 1,729 мільйон доларів (3,1%), у 2015 р. – 1,533 мільйони доларів (3,1%). Прямі інвестиції в область надходили з 14 країн світу. До найбільших країн-інвесторів торгівлі належать Кіпр (65,2% загального обсягу інвестицій), Австрія (5,0%), Німеччина (4,3%).

Таблиця 35

Структура капітальних інвестицій у оптову торгівлю Тернопільської області*, %

Вид економічної діяльності	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами й мотоциклами та їх ремонт	4,3	2,8	5,4	5,3	5,4	5,4	5,2
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами і мотоциклами	70,3	40,2	87,3	89,4	83,2	85,0	83,8
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами і мотоциклами	25,4	57,0	7,3	5,3	11,4	9,6	11,0

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Таблиця 36

Обсяги капітальних інвестицій за видом економічної діяльності “Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів”*, млн. грн. у фактичних цінах

Види торгівлі	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Оптова й роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – усього	74940	145419	134174	116901	85133	193965	182760
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	3243	4156	7206	6049	4613	10471	9478
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	52692	58393	117214	104584	70817	164898	153182
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	19005	82870	9754	6268	9703	19596	20100

*) За даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Індекси капітальних інвестицій в Тернопільській показують всеукраїнську тенденцію до їх зменшення, особливо в період з 2010 р. по 2013 р. 2015 рік відзначається деяким покращенням інвестиційного “клімату”, однак, у 2016 році помітно послаблення інвестування в оптову торгівлю.

Таблиця 37

**Індекси капітальних вкладень в оптову й роздрібну торгівлю, ремонт
автотранспортних засобів та мотоциклів*,
у відсотках до попереднього календарного року**

Вид торгівлі, в яку спрямовуються капітальні вкладення	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	231,8	75,3	73,3	71,5	169,5	108,6
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	139,0	135,8	61,4	74,9	153,2	48,5
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	104,3	144,8	111,3	69,2	177,5	79,7
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	537,7	40,7	14,2	98,5	108,1	581,0

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

У загальному обсязі капітальних вкладень у економіку Тернопільської області на оптову й роздрібну торгівлю припадало від 3,7% у 2016 році до 5,8% у 2011 році. Цей показник також має тенденцію до загального зменшення.

Тенденцію динаміки прямих іноземних інвестицій показує таблиця 38.

Таблиця 38

**Динаміка прямих іноземних інвестицій в оптову й роздрібну торгівлю та
ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів***

На кінець року						
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області	Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області	Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області	Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області	Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області	Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області	Усього, тис. \$ США / % до заг. обсягу в області
1884,3 / 3,2	2788,3 / 4,5	3390,5 / 5,3	4266,3 / 6,2	2025,8 / 3,6	303,7 / 0,6	283,3 / 0,6

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

У 2016 року в експлуатацію було прийнято нові торгові об'єкти загальною площею 7295 кв. м та складів загальною кубатурою 18,8 тисяч куб. м.

Таблиця 39

Здача в експлуатацію об'єктів торгівлі*

Вид діяльності	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Здано в експлуатацію будівель торгових центрів кв. м	2619	566	12058	-	456	241	-
Здано в експлуатацію будівель магазинів та універмагів, кв. м	8302	13240	25349	18985	19524	16850	5147
Здано в експлуатацію критих ринків, павільйонів, залів для ярмарків, кв. м	789	8603	1965	2664	7667	7332	2148
Здано в експлуатацію складських приміщень (загально-товарних, оптових), тис. куб. м	17,5	157,0	58,3	54,1	83,5	47,4	18,8

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Фінансова діяльність підприємств оптової торгівлі.

У 2016 році сальдо оптового товарообороту складало -752234,8 тисяч гривень, що на 284805,9 тисяч гривень менше, ніж у 2015 р. [19, с. 117-123].

Таблиця 40

Результати фінансової діяльності підприємств роздрібно й оптової торгівлі*, млн. грн.

Вид діяльності	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-155,8	153,0	451,6	643,4	-1079,4	-1037,0	-752,2
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	-0,9	0,1	-2,8	-3,9	-13,1	3,0	23,5
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	-97,4	187,3	549,2	777,5	-923,4	-980,2	-772,4
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	-57,5	-34,5	-98,9	-130,1	-143,9	-59,9	-3,4

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

У 2016 році 20,3% підприємств оптової і роздрібно торгівлі завершили календарний рік із збитками. У 2010 р. цей показник склав 38,8%.

Таблиця 41

Прибутки (збитки) торгових підприємств Тернопільської області*

Тип підприємств і фінансові показники	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Підприємства, які отримали прибуток: у відсотках до загальної кількості / фінансовий результат, млн. грн.	61,2	66,1	68,1	66,2	68,0	81,7	79,7
Підприємства, які отримали збитки: у відсотках до загальної кількості / фінансовий результат, млн. грн.	101,9	279,0	708,1	1307,5	1649,3	1730,7	345,4
	38,8	33,9	31,9	33,8	32,0	18,3	20,3
	257,7	126,0	256,5	664,1	2728,7	2767,7	1097,6

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

В межах області фінансові показники розподіляються вкрай нерівномірно. Найбільші прибутки отримали підприємства оптової торгівлі Тернопільського району, найменші – міста Тернополя й Гусятинського району (таблиця 42).

Таблиця 42

Фінансові показники підприємств оптової торгівлі в районах і містах обласного підпорядкування Тернопільської області у 2016 р.*

Регіон	Сальдо (фінансовий результат), тисяч гривень	підприємства, які отримали прибуток		Підприємства, які отримали збитки	
		у відсотках від загальної кількості	сума прибутку, тисяч гривень	у відсотках від загальної кількості	сума збитків, тисяч гривень
1	2	3	4	5	6
Бережанський	-	-	-	-	-
Борщівський	1864,4
Бучацький	398,4	81,8	419,2	18,2	20,8
Гусятинський	-741764,0	61,5	5961,1	38,5	747725,1
Заліщицький	702,9	80,0	1488,4	20,0	785,5
Збаразький	7521,9	85,7	8250,7	14,3	728,8
Зборівський	635,8	75,0	672,6	25,0	36,8

Продовження таблиці 42

1	2	3	4	5	6
Козівський	18,3
Кременецький	1016,1	100,0	1016,1	-	-
Лановецький	6011,7
Монастирський	-30,1
Підволочиський	3039,9
Підгасцький	94,4	100,0	94,4	-	-
Теребовлянський	4350,0	78,6	5061,1	21,4	711,1
Тернопільський	69656,0	86,7	71382,0	13,3	1726,0
Чортківський	2661,6	100,0	2661,6	-	-
Шумський	210,1
м. Тернопіль	-113632,1	77,0	230808,5	23,0	344440,6
м. Бережани	134,4	80,0	349,0	20,0	214,6
м. Кременець	3794,3	81,8	3895,6	18,2	101,3
м. Чортків	1081,2	81,8	1146,8	18,2	65,6
Усього по області	-752234,8	79,7	345398,4	20,3	1097633,2

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Рівень рентабельності підприємств торгівлі Тернопільської області подано в таблицях 43 і 44.

Таблиця 43

Рівень рентабельності (збитковості) підприємств торгівлі*, у відсотках

Вид діяльності	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усього	-6,8	32,0	17,9	78,0	-3,4	41,4	13,4
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	8,8	14,3	7,2	4,5	13,9	16,3	71,4
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	-8,1	36,6	18,6	88,8	-4,0	44,5	11,8
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	-6,4	12,4	2,4	-3,0	7,8	9,8	11,3

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Таблиця 44

Рентабельність операційної діяльності підприємств торгівлі Тернопільської області*, тисяч гривень

Регіон	Результат від операційної діяльності	Витрати операційної діяльності	Рівень рентабельності (збитковості), %
1	2	3	4
Бережанський	-	-	-
Борщівський	2275,4	5468,9	41,6
Бучацький	352,0	3797,6	9,3
Гусятинський	-80915,5	95070,3	-85,1
Заліщицький	704,3	3682,1	19,1
Збараський	11842,1	29162,6	40,6
Зборівський	715,6	3983,0	18,0
Козівський	338,2	649,5	52,1
Кременецький	2116,6	2924,0	72,4
Лановецький	6507,7	9805,0	66,4

1	2	3	4
Монастирський	-30,1	594,7	-5,1
Підволочиський	3295,5	7199,7	45,8
Підгаєцький	123,4	662,0	18,6
Теребовлянський	9862,6	20099,2	49,1
Тернопільський	72471,6	170133,7	42,6
Чортківський	3155,6	15917,0	19,8
Шумський	211,1	1240,5	17,0
м. Тернопіль	164718,0	1133189,6	14,5
м. Бережани	180,5	1708,4	10,6
м. Кременець	3893,1	5252,8	74,1
м. Чортків	1078,4	5538,5	19,5
Усього по області	202896,1	1516079,1	13,4

*) За даними Головного управління статистики в Тернопільській області

Проблеми, завдання розвитку і розміщення торгівлі в Тернопільській області.

Складність та важливість такого явища як внутрішня торгівля, вимагає розробки науково-обґрунтованих підходів до можливостей удосконалення внутрішньої торгівлі в Україні. Одним з головних моментів в такому процесі є забезпечення правової бази внутрішньої торгівлі. З цією метою розроблено закон “Про внутрішню торгівлю” (2011 р.).

Даний законопроект має важливе значення для життя суспільства, оскільки внутрішня торгівля може впливати на політичну дестабілізацію суспільного ладу в країні. Певний вплив на розлад економічної і політичної системи колишнього Радянського Союзу відіграли проблеми “талонної” і “дефіцитної форм торгівлі”.

В Україні останнім часом спостерігаються деякі небезпечні симптоми внутрішньої торгівлі. Тут мається на увазі процес накопичення взаємного “невдоволення” між суб’єктами, які здійснюють торгівлю діяльністю, і державними органами. Перші невдоволені тенденцією до суворішого обліку торгової діяльності (наприклад, пропозицією встановлювати на ринках касові апарати). Державні органи, зокрема податкова адміністрація, не можуть знайти реальних засобів для забезпечення податкової дисципліни, оскільки багато продавців взагалі не сплачують податків або сплачують не в повному обсязі, приховуючи дійсний товарообіг.

Основними проблемами внутрішньої торгівлі в Тернопільській області є:

- 1) низька конкурентоспроможність продукції, яка виробляється на підприємствах обробної промисловості області;
- 2) відсутність дієвих механізмів захисту внутрішніх ринків та вітчизняних товаровиробників, що породжує проблеми із збутом продукції підприємств легкої, радіотехнічної, світлотехнічної та електронної промисловості, які визначають спеціалізацію області в загальнодержавному поділі праці;
- 3) низький рівень активності підприємств у просуванні продукції на внутрішні та зовнішні ринки, веденні інвестиційної діяльності;
- 4) виготовлення продукції на давальницьких умовах, насамперед у швейному виробництві;
- 5) висока частка сировинної та низькотехнологічної продукції, порівняно невисокий рівень глибокої переробки вихідної сировини, і звідси – низька конкурен-

тоспроможність виробів;

5) несформований прозорий ринок багатьох продуктів у державі, неліцензована торгівля, нестабільна цінова політика при формуванні цін на сировину і готову продукцію;

6) значна залежність виробництв, які є практичними монополістами на внутрішньому ринку продукції і виробниками продукції на експорт, від кон'юктури ринку;

7) недостатньо високий рівень технологій на підприємствах (особливо молокопереробних та м'ясопереробних), що значно знижує показники якості продукції, а також їх наближення до вимог СОТ;

8) відсутність регіональної та державної політика із гарантованого забезпечення населення окремими видами продовольства;

9) низька купівельна спроможність населення, що призводить до вимушеного вивозу за межі регіону (60 % твердих жирних сирів, масла, ковбасних виробів);

10) несформований регіональний ринок сільськогосподарської продукції;

11) слабка матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств, що зумовлює високу трудомісткість і собівартість виробництва тваринницької продукції;

12) відсутність підприємств для переробки побутових та промислових відходів;

13) невирішена проблема зберігання побутових і промислових відходів;

14) повільний ріст виробництва конкурентоспроможної експортної продукції області через її невідповідність міжнародним стандартам;

15) нестабільний попит на сільськогосподарську продукцію та продукти її переробки;

16) перебування підприємств цукрової, молокопереробної, м'ясної та інших галузей у приватній власності, що затрудняє вплив державних місцевих органів на роботу та розвиток підприємств.

Основні заходи щодо вирішення проблем у сфері торгівлі та послуг:

1) розширення мережі торгових підприємств типу "маркет", "супермаркет", "універсам", забезпечення якісного торговельного обслуговування населення;

2) надання населенню області широкого спектру високоякісних побутових послуг, наближення їх до місць проживання та трудової діяльності;

3) скорочення тіньового сектору у сфері торговельного та побутового обслуговування населення;

4) сприяння концентрації виробництва продукції тваринництва в особистих селянських господарствах шляхом формування кооперативних об'єднань з метою одержання в них високоякісної сировини та безпечної для здоров'я людини тваринницької продукції, розширення заготівельної інфраструктури, значне підвищення товарності продукції тваринництва;

5) активізації і розширенню підлягає приміська сільськогосподарська зона навколо обласних центрів і промвузлів, що збільшить виробництво овочів, молока, м'яса.

В даний час найбільша потреба існує в запровадженні нових технологій, сучасних методів управління, налагодженні і розвитку інфраструктури, застосуванні знань і досвіду розвитку ринкової економіки.

Література:

1. [Закон України про зовнішньоекономічну діяльність](#). Верховна Рада УРСР. Закон від 16.04.1991 № 959-ХІІ. Редакція від 07.08.2011.
2. Бершн, Б. Розничная торговля: стратегический подход: Пер. с англ. / Б. Бершн, Д. Зване. – М.: Изд. Дом «Вильяме», 2003. – 1184 с.
3. Бланк, И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. – К.: УФИМБ, 1997. – 408 с.
4. Бурмистров, В. Г. Организация торговли непродовольственными товарами / В. Г. Бурмистров. – М. Экономика, 1988. – 304 с.
5. Виноградова, С. И. Организация и технология торговли: Учебник / С. И. Виноградова. – М.: Высшая школа, 1998. – 224 с.
6. Внутрішня торгівля / Географічна енциклопедія України: В 3-х томах / Ред.-кол.: [О. М. Маринич (відповід. ред.) та ін.] – К.: «Українська Радянська Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1989. – Т. 1: А – Ж. – 416 с.
7. Гіл, Чарльз В. П. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. / Чарльз В. П. Гіл. – К.: Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2001. – С. 32-167.
8. Даненбург, В. Основы оптовой торговли. Практический курс / В. Даненбург, Р. Монкриф, В. Тейлор. – СПб. «Нева-Ладога-Онега», 1993. – 212 с.
9. Зовнішня торгівля / Географічна енциклопедія України: В 3-х томах / Ред.-кол.: [...О. М. Маринич (відповід. ред.) та ін.] – К.: «Українська Радянська Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1990. – Т. 2: З – О. – 480 с.
10. Кириченко, О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Вид. 2-ге, доп. / О. Кириченко, І. Кавас, А. Ятченко, – К.: «Фінансист», 2000.
11. Крилова, Н. В. Міжнародна торгівля: Навч. Посіб. / Н. В. Крилова. – К.: Знання, 2008. – 365 с.
12. Мережа роздрібною торгівлі на 1 січня 2015 року: Статистичний бюлетень / Відповід. за випуск Н. В. Куніц. – Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2015. – 112 с.
13. Наявність та використання торгової мережі на ринках області в 2014 році: статистичний бюлетень / Відпов. за випуск Н. В. Куніц. – Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2015. – 20 с.
14. Павленко, І. І. Міжнародна торгівля та інвестиції. Навч. посіб. / І. І. Павленко, О. В. Варяниченко, Н. А. Навроцька. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 256 с.
15. Підприємства, що займаються роздрібною торгівлею: Статистичний бюлетень / Відпов. за випуск Н. В. Куніц. – Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2015. – 42 с.
16. ТОВ “СЕ Борднетце-Україна” / Тернопільський Енциклопедичний Словник. – Тернопіль: ВАТ ТВПК «Збруч», 2008. – Т. 4. А-Я. – 788 с.
17. Торгівля / Українська Радянська Енциклопедія. Видання друге. – К. Головна редакція Української Радянської енциклопедії. – Том 11. Стодола – фітотерапія. – 606 с.
18. Торгівля Тернопільської області у 2014 році: Статистичний збірник / За редакцією Н. С. Дідуник; Відпов. за випуск Н. В. Куніц. – Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2015. – 162 с.
19. Торгівля Тернопільської області у 2016 році: Статистичний збірник / За редакцією Н. С. Дідуник; Відпов. за випуск Н. В. Куніц. – Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2017. – 139 с.
20. Універсальний словник-енциклопедія / Голов. ред. ради чл.-кор. НАНУ М. Попович. – К.: «Три-на», 1999. – 1551 с.
21. Яковлев, Ю. П. Міжнародна торгівля. Практикум / Ю. П. Яковлев. – К.: Кондор, 2008. – 380 с.
22. Яковлева, А. М. Сучасний тлумачний словник української мови / А. М. Яковлева, Т. М. Афонська. – Харків: ТОРСІНГ ПЛЮС, 2012. – 672 с.