

Рівне, як магнітом, притягує торгівлю

Наше місто з давніх-давен вважається торговим. Як свідчать архівні джерела, на початку XX століття гендлем займався мало не кожен другий його мешканець. На традиційні ярмарки, що відбувалися з 1930 року упродовж майже десятиліття, у Рівне на Великі торги Волинські з'їжджався торговий люд з усієї Європи. Як нині виглядає місто на торговій карті України, про це розмова журналіста «7 днів» напередодні професійного свята з начальником міського управління торгівлі, громадського харчування та побутового обслуговування Ігорем ОСТАПЕНКОМ.

– Ігорю Миколайовичу, як можна охарактеризувати торгіву галузь Рівного? За якими критеріями її оцінюють?

– Усе, як кажуть, пізнається у порівнянні. А мені, зважаючи на те, що у торгівлі працюючі немало-небагато 38 років, а з 2003 року

– начальником управління торгівлі, громадського харчування і побутового обслуговування, є що і з чим порівняти. Отож, без найменшого лукавства, можу сміливо твердити, що Рівне на сьогодні є одним із найкращих міст в Україні за розвитком сфери торгівлі. І на це є свої «залізні» аргументи. По-перше, у нас досі спостерігається тенденція збільшення кількості як закладів торгівлі, так і громадського харчування. Відтак на сьогодні в місті маємо 1349 магазинів з реалізації продовольчих і непродовольчих товарів, 571 заклад ресторанного господарства і 19 ринків. Як результат, майже вдвічі перевищуємо норматив торговельної площі магазинів на 1000 мешканців у цілому по Україні. Тобто при затвердженій нормі 499 квадратних метрів на тисячу мешканців у нас



фактично – 979 квадратів. Подібна ситуація й із закладами ресторанного господарства (мається на увазі забезпеченість місцями): при нормативі 45 у нас – 88.

– Але кількість – це ще не якість...

– А це вже наступний фактор, який видно неозброєним оком. Зрештою, мабуть, кожен рівнянин помітив, як за останні роки змі-

нився вигляд торгових закладів, кафе, ресторанів. Очевидними є й зростання асортименту продуктів і товарів, розширення спектру послуг, однозначно поліпшилася культура обслуговування (хоча, звісно, не обходиться й без винятків). Іншими словами, заклади торгівлі та ресторанного господарства, конкуруючі за споживача, намагаються взяти добротністю, вишуканістю та самобутністю. Не останнє місце тут відіграє і дизайн – як зовнішній, так і внутрішній. Відтак мешканці міста мають нині широкі можливості. Як кажуть, «до вибору, до кольору». Тут тобто й великі супермаркети, як-от «Епіцентр», «АТБ», «Арсен», «Фреш», торгово-розважальні центри «Злата Плаза», «Арена», «Чайка» та інші. У місті наявна велика мережа спеціалізованих магазинів, закладів громадського харчування з національними кухнями.

– А є в Рівному те, чого в інших немає?

– Щось абсолютно оригінальне, то важко сказати. А от підземний торговий центр «Центральний» у Рівному – один із двох в Україні. Подібний є хіба що в Києві. Свого часу у нас були чи не найбільші у

державі автомобільний та оптовий ринки. Та, на жаль, з різних причин вони припинили своє існування.

Зрештою, життя на місці не стоїть, тож все може змінитися. І обов'язково. Не сьогодні, то завтра зміниться. Люди старшого віку, напевно, ще пам'ятають фактично порожні прилавки магазинів періоду перебудови та глобальних економічних криз. Та все перемінилось до невпізнання. Зникли такі поняття, як дефіцит, товар по блату. Натомість полиці магазинів почали гнутися від кількості та асортименту товарів. Кожен власник, щоб привабити покупця, намагається зробити свій заклад кращим – вдосконалює дизайн, дбає про високу культуру обслуговування, формує свою цінову політику. Якщо раніше в місті і десятка ресторанів не нараховувалося, та й ті мали суто свою спеціалізацію, то нині в Рівному понад 570 закладів громадського харчування. Не кажу вже про меню страв, назви яких раніше більшість і не чула.

Словом, за Рівним давно тримається репутація торгового міста. Певен, що воно й далі впевнено триматиме своєю марку.

Розмову вів Василь GERUS