

ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ М. ЧЕРНІВЦІВ ЯК МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО ЦЕНТРУ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто проблеми розробки перспективних напрямів розвитку ринку торгівлі регіону, реалізація яких сприятиме підвищенню ефективності діяльності та рівня сервісу підприємств торговельної сфери, інвестиційній привабливості для внутрішніх та іноземних інвесторів, створенню динамічно зростаючої та конкурентоспроможної галузі, яка стимулюватиме розвиток економіки міста та зайнятість населення.

В статье рассмотрены проблемы разработки перспективных направлений развития рынка торговли региона, реализация которых будет способствовать повышению эффективности деятельности и уровня сервиса предприятий торговой сферы, инвестиционной привлекательности для внутренних и иностранных инвесторов, созданию динамично растущей и конкурентоспособной отрасли, стимулировать развитие экономики города и занятость населения.

The paper considers the problem of developing promising directions development of the trade in the region, the implementation of which will increase performance and service level trade enterprises areas of investment attractiveness for foreign and domestic investors, creating a dynamically growing and competitive industry to encourage the development of local economy and employment population.

Ключові слова: регіон, торгівля, зайнятість, торговельна сфера, ринок, підприємницька діяльність, інвестори.

На сьогодні значну роль у формуванні економічного потенціалу держави, забезпеченні ефективного функціонування системи обігу споживчих товарів займає сфера торгівлі як важлива складова внутрішнього ринку. Торгівля України у величезних масштабах опосередковує економічний оборот понад 1,2 трлн. грн. суспільного продукту, формує до 14% внутрішнього валового продукту країни, забезпечує трудову зайнятість майже 5 млн. осіб, реалізує приблизно 80% доходів населення, сприяє найбільш тісному економічному зв'язку всіх регіонів країни. Практика і наукові дослідження показують те, що організація сучасної торговельної діяльності підприємств потребує відпрацювання і створення системи економічної стабільності, яка б урахувала ті негативи, що може спричинити кожна сторона або економічна дія щодо торговельного підприємства.

Наукові аспекти розвитку ринку торгівлі регіону як складової національного ринку досліджені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед них: Г.Андрощук, О.Архипов, О.Барановський, Н.Болва, Н.Власова, В.Геєць, О.Грунін, Г.Дарнопих, В.Захарченко, Є.Іванов, В.Картавцев, О.Новікова, Г.Пастернак-Таранушенко, Л.Омелянович, В.Сенчагов, Н.Сергієнко та ін. Із зарубіжних вчених, погляди яких вивчалися в процесі дослідження, слід відзначити В.Ойкена, І.Шумперта, Я.Корнаї.

Вивчення теоретичної спадщини дозволило зробити висновок про те, що більшість вчених свої дослідження присвячували або аналітичному огляду негативів, що відбиваються на економічній безпеці, або прогностичним підходам до зміни внутрішнього і зовнішнього середовища підприємств. Крім цього, приділяється увага проблемам побудови ризик-менеджменту підприємств, у тому числі торговельних, хоча апробація цієї системи і її діагностика саме з позиції економічної стабільності не проводилась. Наголосимо і на тому, що до цих пір

відсутня методологія визначення чинників забезпечення економічної стабільності підприємств торгівлі, а також правова база регулювання цих питань і загалом концепція економічної стабільності торговельного підприємства. Доцільність дослідження визначається також необхідністю пошуку нових форм і методів забезпечення економічного захисту торговельних підприємств.

Основними цілями статті є розробка комплексу аналітичних та організаційних заходів, спрямованих на покращення якості надання торговельних послуг, раціональне та ефективне використання матеріально-технічної бази підприємств, підвищення кваліфікації персоналу торгової сфери, створення сприятливих умов для залучення інвестицій та подальшого розвитку галузі, враховуючи сучасні тенденції та світовий досвід ринку торгівлі.

Перебування Буковини у складі різних держав позначилось на його історичному розвитку та створило підвалини підприємництва, а знаходження Чернівців на перехресті найкоротшого і найбезпечнішого шляху між Півднем і Північчю Східної Європи, який обминає Карпати, обумовили сталу тенденцію транзиту через його територію. Так, з середини XIV ст. Чернівці тривалий час залишалися великим митним пунктом на важливому торговельному шляху зі Львова до Сучави. А вже з середини XIX ст. Чернівці стали важливою прикордонною вузловою станцією, коли залізниця з'єднала центр Галичини – Львів з румунським містом Ясси. Потяги везли на північ і південь, Схід і Захід ліс, цукор, худобу, вовну, сіль. В місті були відкриті товарна біржа, палата торгівлі і ремесел, поштамт, телеграф, Буковинський ощадний та філії іноземних банків. В Чернівці прийшов європейський капітал, розпочалось будівництво європейського міста, в економіці якого найважливішою дохідною частиною стає торгівля. Протягом майже двох століть торговельна галузь суттєво впливає на розвиток економіки міста. Тут створюються робочі місця, будуються магазини та склади, відкриваються середні та вищі заклади з підготовки працівників торговельної і споріднених з нею галузей, розвиваються міжнародні стосунки та здійснюються імпортно-експортні операції, створюються транспортні коридори та налагоджуються зовнішньоекономічні зв'язки на рівні міст, громад і підприємців.

У наш час Чернівці розвиваються як потужне торгове місто. Тенденції розвитку та основні показники ринку торгівлі свідчать, що торгівля у XXI столітті залишається у місті однією з пріоритетних сфер економіки. На початок 2012 р. із 9636 зареєстрованих суб'єктів господарювання 2139 (22%) підприємств функціонували в сфері торгівлі ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку. Варто також зауважити, що ця сфера діяльності стала найбільш привабливою для працевлаштування незайнятих трудовою діяльністю громадян, адже 49% від загальної кількості новостворених робочих місць у 2011 році створені саме тут. Разом з промисловістю й транспортом внутрішня торгівля визначає масштаби та темпи економічного зростання. Чернівці займають одне з провідних місць в Україні за наявністю торгових площ на 1 тис. жителів. Попит чернівчан та гостей міста у товарах і продуктах харчування задовольняють 19 торгових центрів і супермаркетів, понад 1500 об'єктів роздрібно торгівлі, більше 600 підприємств ресторанного господарства, 26 ринків

міста, з яких «Калинівський ринок» – один з найбільших в Україні, середньоденна кількість відвідувачів якого складає до 30 тис. осіб.

Торговельна діяльність суттєво впливає на розвиток економіки й міста Чернівці, адже 22% зареєстрованих суб'єктів господарювання зайняті в сфері торгівлі та послуг, цими підприємствами створюється 17% внутрішнього валового продукту, в них зайнято 25% працездатного населення, а надходження у бюджет щорічно складають приблизно 160 млн. грн. У 2011 р. забезпеченість на 10 тис. населення міста торговою площею склала 3229 м². Середній розмір торгового комплексу в Чернівцях становить 12-18 тис.м². Лідером у цій сфері є ТРК «Боянівка» з торговою площею 30 тис.м². Середні орендні ставки на торгівельну галерею площею 100 м² знаходяться в діапазоні від 10 до 20 дол. США за 1 м² у місяць, в залежності від місця розташування, формату та орендного складу. При цьому, у всіх торгових центрах, за винятком ТРК «Панорама Чернівці», вільні площі практично відсутні, що говорить про високу потребу в якісних торгових приміщеннях.

Аналіз даних роздрібного та оптового товарообороту за останні роки свідчить про позитивну його динаміку. Обсяги торговельної діяльності по Чернівцях за 5 років зросли в 3,3 рази. Щорічний приріст складав від 6 до 30%, і тільки у 2009 році (світова економічна криза) було незначне зниження обсягів продажу товарів підприємствами роздрібною торгівлею міста. Особливо стрімке зростання обсягу роздрібного товарообороту відбулось у 2007 р. – 50%. У 2011 р. обсяг товарообороту підприємств, які здійснюють у місті діяльність з роздрібною торгівлею, склав 3,2 млрд. грн. або з приростом 17% (у 2010 р. – 12%). В 2011 р. роздрібний товарооборот підприємств м. Чернівці становив більше, ніж 35% загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності міста. Основна торгова мережа та, відповідно, обсяги реалізації споживчих товарів, зосереджені в Чернівцях, їх питома вага складає в середньому 66-70% товарообороту підприємств області.

Подальший соціально-економічний розвиток м. Чернівці взагалі та його перспективи як центру міжрегіональної торгівлі передбачає оцінку конкурентної ситуації на «ринку сусідніх міст», в перелік яких для Чернівців, згідно з підходом Державного комітету статистики України, входять наступні обласні центри: м. Вінниця, м. Івано-Франківськ, м. Львів, м. Рівне, м. Тернопіль, м. Ужгород, м. Хмельницький. Основними критеріями економічної активності міст є показники обсягів товарообороту та послуг, що реалізуються для населення. Тут лідируючу позицію займає Львів як місто з найбільшим і різноманітним асортиментом товарів та послуг. Решта міст-конкурентів, в т. ч. Чернівці, для забезпечення чіткого позиціонування у даному напрямі, мають досліджувати структуру товарообороту і орієнтуватись на нішову стратегію спеціалізації як з продажу товарів, так і видів послуг.

Аналіз продажу товарів на 1 мешканця, що яскраво характеризує стан торгівлі території, в 2009-2010 роках в Чернівцях був меншим, ніж в Ужгороді (16840 грн.), Львові (12055 грн.), Тернополі (11308 грн.) та Хмельницькому (11614 грн.). Однак уже в 2011 р. за цим показником торгівля міста відставала

тільки від Львова та Ужгорода. Обсяги підприємств роздрібної торгівлі на 1 чернівчанина досягнули 12776 грн. (2009 р. – 9840 грн., 2010 р. – 10964 грн.), що майже вдвічі перевищує середній показник по області та Україні. На початок 2012 р. торгівлю товарами народного споживання в місті здійснювало близько 250 об'єктів оптової торгівлі та 1516 об'єктів роздрібної торгівлі різних форм власності (загальною площею понад 310 тис.м²), з них 605 – це об'єкти, в яких здійснюється продаж продовольчих товарів, 756 – непродовольчих, 155 – змішаних. У структурі роздрібного товарообороту торгової мережі переважав продаж непродовольчих товарів – 60%, а саме: автомобілів та автотоварів – 14%, бензину моторного – 13%, дизельного пального – 12%, фармацевтичних товарів – 10%, матеріалів будівельних – 9%, електропобутових приладів – 6%. У структурі роздрібного товарообороту з продажу продовольчих товарів, частка якого склала 38%, чільне місце, як і в попередні роки, займають тютюнові вироби – 30%, та алкогольні напої – 16%. Також досить великою в обсязі продажу продовольчих товарів є питома вага м'яса та продуктів м'ясних – 11%, виробів кондитерських – 7%, молокопродуктів та рибопродуктів – понад 3%, плоди, ягоди, горіхи – 3%, напоїв безалкогольних – 3%. Аналіз приросту обсягів товарообороту по роках показує, що у 2005-2007 роках відбулось різке збільшення продажу товарів, що пояснюється відкриттям великих торговельних центрів нових форматів торгівлі (супермаркетів, гіпермаркетів та торговельно-відпочинкових центрів). Спалах активності торгових центрів у Чернівцях відбувся з кількох основних причин, а саме:

- перенасиченість ними у столиці та містах-мільйонниках;
- відносно висока якість життя в Чернівцях: за цим показником місто займало п'яте місце в Україні, насамперед завдяки «заробітчанським» грошам;
- незаповненість ринку великих торгових центрів порівняно з іншими містами.

Відкриття таких супермаркетів, як «Майдан», «Караван», «Велика кишеня», «Фокстрот», «Епіцентр», «Сільпо», «МЕТРО», «DEPO't», «Боянівка» та інших сприяв збільшенню обсягів продажу продовольчих товарів, будівельних матеріалів, меблів, електропобутових приладів, комп'ютерної та відеотехніки. Адже зі збільшенням доходів населення та будівельним «бумом» у Чернівцях попит на ці товари також піднявся. Чернівецькі підрозділи цих супермаркетів посідали перші позиції з продажу серед усіх регіонів. Серед діючих торгових центрів найбільш відвідуваними, згідно з загальноміським опитуванням, є: ТЦ «Майдан» (його відвідували хоча б один раз за останні півроку 52% опитаних), ТРЦ «Панорама Чернівці» (49%), ТРЦ «DEPO't» (36% відвідуваності). Серед розваг найбільш користуються попитом дитячі розважальні центри, боулінг, кінотеатр, більярд, наявність яких в торгових центрах забезпечує високу відвідуваність та час перебування. Слід також відзначити, що при відкритті нових великих торгових центрів, в останні роки також значними темпами удосконалюється матеріально-технічна база та розвиваються фірмові магазини і бутіки, що знаходяться в історичному центрі міста. Адже для задоволення щоденних потреб мешканців та гостей міста наявність таких об'єктів є неодмінною складовою комфортного життя та перебування в Чернівцях. Суттєвий вплив на

позиціонування Чернівців як торгового міста надає активізація ярмаркової діяльності. Так, Петрівський ярмарок, який відомий ще з 18 століття як найбільша торговиця регіону, в останні роки отримав статус міжнародного. Кількість його учасників досягла 1000, а відвідувачів та покупців – понад 100 тисяч за 2 дні. Відомими стали Чернівці на міжнародному ринку торгівлі завдяки розвитку весільної моди, адже сукні, пошиті майстринями регіону, продаються в містах Росії, Білорусі, Польщі, Німеччини. Крім того, при проведенні загальноміських заходів, для створення святкової атмосфери і зручностей для відвідувачів, залучаються підприємства з продажу сувенірів та виробів народних майстрів, продуктів харчування та ресторанного господарства тощо. З кожним роком зростає кількість учасників з сусідніх областей, а також Румунії та Білорусії. На сьогодні в Чернівцях розроблено 12 проектів будівництва нових торгових центрів із залученням іноземних інвестицій. Однак нестабільна економічна ситуація стримує їх подальшу реалізацію і навіть при сприятливому збігу обставин і відкриттю ТЦ «Фуршет GLA» на 18900 м² не викличе значних змін на ринку торгівлі міста. В той же час, цей період є найбільш сприятливим для девелопменту нових торгових центрів, оскільки дозволяє зайняти вигідні конкурентні позиції на ринку, при умові наявності вдало розташованої близько до центру ділянки та професійної концепції з високотребуваними складовими.

Значне місце у задоволенні потреб населення у товарах і послугах, створенні робочих місць і працевлаштуванні мешканців, а також у формуванні дохідної частини міського бюджету, належить ринкам. Станом на 1 січня 2012 р. мережа ринкового господарства Чернівців складається з 27 ринків і мікроринків, з яких 16 продовольчих, 6 непродовольчих, 3 змішаних і 2 квіткових. Загальна площа ринків міста складає 520 тис. м², з якої під торгівлю відведено 217 тис. м². З функціонуючих у місті ринків 25 є приватними, а 2 засновані на власності територіальної громади міста Чернівці (КП МТК «Калинівський ринок», МКП «Газкомплектприлад»). Найбільшим ринком у місті є комунальне підприємство «Міський торговий комплекс «Калинівський ринок»», що входить до п'ятірки найбільших речових ринків України. Ринок займає площу більше 35 га. На ринку налічується понад 10 тис. торгових місць, за останні 5 років у розвиток ринку вкладено немало коштів, близько 20 млн. грн., що значно покращило умови роботи на ринку. Вже багато років поспіль це підприємство є найбільшим платником податків на Буковині. В 2008 р. сплачено податків і зборів у бюджеті всіх рівнів – майже 27 млн. грн., 2009 р. – 31 млн. грн., 2010 р. – 38 млн. грн. У 2011 р. було відмінено ринковий збір, питома вага якого в загальній сумі сплачених податків складала приблизно 50%, але, незважаючи на це, підприємством було сплачено майже 29 млн. грн. Окрім цього, варто зазначити, що з 2011 р. КП МТК «Калинівський ринок» здійснює відрахування коштів у соціально-економічний фонд розвитку міста (майже 15 млн. грн.), що стає суттєвою допомогою у вирішенні окремих соціальних питань територіальної громади міста. Подальший розвиток та удосконалення діяльності МКП «Калинівський ринок» є не тільки запорукою комплексного торговельного обслуговування населення регіону та працевлаштування майже 30 тисяч

чернівчан, а й підґрунтям для його використання як одного з провідних об'єктів міста Чернівці як центру міжрегіональної торгівлі.

Ринкам і мікроринкам «Центральний», «Садгірський», «Верхній», «Головний», «Нива», «Нива-2», «Нижній», «Буковинський», «Фортуна», «Буковина-Авто», «Газкомплектприлад», «Карпати», «Господар», «Формаркет», КП МТК «Калинівський ринок» і квітковому мікроринку «Орхідея» надано статус постійно діючих, на яких здійснюється капітальне будівництво і реконструкція споруд. Інші ринки віднесено до тимчасово діючих. На ринках і мікроринках облаштовано майже 16 тис. торговельних місць, обладнано 15 м'ясних, 11 молочних, 7 продовольчих і рибних павільйонів загального користування на 497 місць, відведено 555 місць для реалізації сільгосппродукції її безпосередніми виробниками і 378 місць – для малозахищених верств населення. Однак середньоденна завантаженість торговельних місць загального користування становить 70-80%, а єдиним повністю завантаженим ринком в місті залишається лише ринок «Центральний».

З метою покращення цінової ситуації та запобігання необґрунтованому зростанню цін на соціально-значущі продовольчі товари, в останні роки активізовано ярмаркову діяльність з продажу сільгосппродукції та продовольчих товарів. Проблемним питанням для міста лишається стихійна торгівля, тобто торгівля у невизначених місцях (приринкові території, біля скверів, на тротуарах).

Підсумовуючи наведений аналіз стану та тенденцій ринку торгівлі міста Чернівці, слід зауважити, що комфортність міста для споживачів визначається показниками середовищного та просторового розвитку міста. Сьогодні тільки за показником розміру якісної торговельної інфраструктури м. Чернівці відповідає середньоєвропейським показникам. Показники забезпечення житлом, інфраструктури гостинності, конгресно-виставкової діяльності, громадського харчування далекі від показників Європи, що ставить під сумнів комфортність життя населення, умов перебування відвідувачів, туристів, знижує оцінки іноземних інвесторів. З іншого боку, саме ці сфери формують перспективні ніші для підприємницької діяльності та інвестування.

Стрімкий розвиток мережевих форматів, що спостерігається в Чернівцях, несе в собі позитивні моменти, пов'язані із забезпеченням платоспроможних потреб населення, зростанням роздрібного товарообороту, створенням робочих місць для жителів міста, відрахуваннями до міського бюджету, участь в спонсорських та добровільних проектах міської ради. При цьому є і низка негативних чинників, що формують загрози для міської економіки: консолідація основної маси пропозиції товарів в обмеженій кількості збутових центрів, що є загрозою для продовольчої безпеки міста; прямий вплив на збут, цінову політику та політику просування виробників; робота ритейлу з обмеженою кількістю постачальників (переважно іноземних) і, як результат, низький рівень представленості продукції місцевого виробництва; практика нерівноправної взаємодії постачальників з ритейлерами, які можуть бути визнані дискримінаційними або невігдними; уніфікація смаків, зміна естетичних, побутових та кулінарних традицій через приблизно однаковий асортимент продукції практично в усіх країнах; конкуренція для місцевих

роздрібних підприємств; низький рівень співпраці з дрібними виробниками. І тут суттєву роль відіграє партнерство освітніх закладів, яке визначається можливостями вищих навчальних закладів як суб'єкта регіонального ринку освітніх послуг «працювати на випередження міського та регіонального ринку праці», пропонуючи йому відкриття нових спеціальностей не тоді, коли виникла необхідність у фахівцях (короткострокові курси підвищення кваліфікації), а враховуючи «освітній лаг» підготовки спеціаліста.

Окремою проблемою є кадрове забезпечення міських та бізнесових стратегій розвитку. Адже при відкритті торговельних мережевих центрів відчувається нестача фахівців. І якщо власники цих закладів навчають персонал специфічним прийомам, які використовуються саме в цій торговельній мережі – корпоративні стандарти мерчандайзингу, обслуговування тощо, то основам професії – вміння працювати з касовим апаратом, сканерами, пакувальними машинами, різальними пристроями, основи товарознавства, основи бухгалтерії, охорони праці, культури обслуговування тощо, необхідно закладати через систему професійної освіти. Схожа проблема із кадровим забезпеченням закладів розважальної індустрії, ресторанного бізнесу.

Таким чином, місто Чернівці має значний торговий потенціал для подальшого економічного розвитку. При цьому, модель розвитку Чернівців як центру міжрегіональної торгівлі потребує розробки та впровадження муніципальної концепції, в якій будуть враховані зміни зовнішнього середовища, а також процеси, які зароджуються, протікають та розвиваються у внутрішньому міському середовищі, для ефективного використання всіх його можливостей. Проведений аналіз наявного потенціалу, визначення основних проблем і тенденцій у сфері торгівлі в місті Чернівцях, виокремлюють наступні пріоритетні напрями, ефективний розвиток яких дозволить перетворити Чернівці в міжрегіональний центр торгівлі:

- торговельна діяльність має велике значення в економічному розвитку міста, тому що більше 20% робочих місць створено в цій сфері і загальний обсяг роздрібного та оптового товарообігу становить понад 7 млрд. грн.;
- місто має гарний потенціал подальшого розвитку, позиціонуючи себе як центр міжрегіональної торгівлі. З метою подальшого розвитку міста як міжрегіонального торгового центру міській владі необхідно зробити певні кроки, щоб забезпечити довгостроковий розвиток цього потенціалу.

Беручи до уваги наведені вище результати аналізу для «Проекту сприяння економічному розвитку та зайнятості», рекомендується реалізувати наступні кроки:

- створити робочу групу під керівництвом економічного відділу міської адміністрації;
- організувати семінар з обговорення результатів наведеного вище аналізу про розвиток торгівлі і для підготовки SWOT-аналізу щодо розвитку міста як центру міжрегіональної торгівлі;
- організувати громадські слухання з обговорення стану розвитку торгівлі в місті та можливих напрямків його реорганізації;

- підготувати проект Концепції розвитку міста Чернівці як центру міжрегіональної торгівлі, включаючи дорожню карту щодо необхідних подальших кроків з реалізації Концепції;
- організувати семінар з участю українських та закордонних експертів (з Німеччини);
- розроблену Концепцію розвитку міста Чернівці як центру міжрегіональної торгівлі передати на затвердження в органи влади.

Список використаних джерел:

1. Говорушко Т. Економічна безпека України // Економіка. Фінанси. Право. -2000. -№ 12. - С. 3-5
2. Данільян О. Національна безпека України: Структура та напрямки реалізації: Навчальний посібник/ О.Г. Данільян, О.П. Дзьобань, М.І. Панов,. -Харків: Фоліо, 2002. - 284 с.
3. Ковальчук Т. Економічна політика: Із досвіду професійного аналітика/ Трохим Ковальчук;; Авт.передм. В. П. Горбулін. -К.: Знання, 2004. - 638 с.
4. Кравченко С. Основні напрямки забезпечення економічної стабільності регіону // Економіка. Фінанси. Право. -2002. -№ 12. - С. 6-10
5. Мазуренко В.І. Питання розробки концепції національної економічної політики України // Вісник Київського університету імені Т.Шевченка. -2008. -Вип. 8: Міжнародні відносини. - С. 52-58
6. Мочерний С. Економічна безпека в контексті державного суверенітету України // Економіка України. -2008. -№ 4. - С. 4-12
7. Мусіна Л. Економічні важелі забезпечення національної політики // Україна-НАТО. -2006. -№ 5. - С. 14-20
8. Таранушенко Р. Економічна стабільність підприємств торговельної сфери // Розбудова держави. - 2008. -№ 9-10. - С. 12-15.