15-ЛЕТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ГОРОДЕ МОСКВЕ

МИНИСТР ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ, РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И УСЛУГ ГОРОДА МОСКВЫ
Владимир Иванович Малышков

Развитие потребительского рынка и услуг города начиная с 1998 года успешно осуществляется через реализацию *среднесрочных городских программ, которые принимаются Правительством Москвы.* В августе 2006 года Правительством Москвы принята очередная, *четвертая* Программа развития потребительского рынка и услуг города на 2007–2009 годы, предусматривающая основные направления развития розничной и оптовой торговли, общественного питания и бытовых услуг в городе.

Проделанная работа в рамках реализации предшествующих программ позволила создать хорошую платформу для дальнейшего более качественного обслуживания москвичей и гостей столицы.

Сегодня потребительский рынок Москвы – это более 38 тыс. стационарных предприятий потребительского рынка и услуг, из них более 20 тыс. в розничной торговле (более 7 млн. кв. м торговых площадей), 9,4 тыс. предприятий питания, более 9,0 тыс. предприятий бытового обслуживания населения и более 19 тыс. объектов мелкорозничной сети, 94 рынка.

Только за последние пять лет в Москве введено в строй почти 12,5 тыс. предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания и свыше 11,5 тыс. реконструировано.

В 2007 году ожидается *ввести в строй более 2,5 тыс. предприятий отрасли и реконструировать около 660.* По нашей оценке, обеспеченность сетью на 1000 жителей столицы к концу 2007 года составит: в розничной торговле 677 кв. м торговой площади (на начало 2003 года – 453 кв. м); в бытовом обслуживании – 6,5 рабочего места (на начало 2003 года – 5 рабочих мест).

Что касается *общественного питания,* то значительно выросло количество ресторанов, кафе, предприятий быстрого питания. Обеспеченность этой сетью в 2007 достигнет более 34 посадочных мест на 1000 жителей.

В последние годы *активно развиваются сети крупных* торговых многофункциональных центров как в центральной части города, так и за ее пределами.

Таблица 1

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И УСЛУГ ГОРОДА МОСКВЫ В 1992–2007 ГОДАХ

№ п/п	Основные показатели	1992–2002	2003 – ожидаемое в 2007	Всего за 15 лет
1.	Открытие новых предприятий потребительского рынка и услуг (всего), ед.	15934	12409	28343
2.	Реконструкция предприятий потребительского рынка и услуг (всего), ед.	8000	3680	11680
3.	Количество предприятий потребительского рынка и услуг (всего), ед.	26489 (по состоянию на 01.01.2003)	38898 (ожидаемое по состоянию на 01.01.2008)	38898 (ожидаемое по состоянию на 01.01.2008)

№ п/п	Показатели эффективности развития потребительского рынка и услуг	По состоянию на 01.01. 2003	По состоянию на 01.01. 2008 (ожидаем.)
1.	Наличие торговых площадей в стационарных предприятиях торговли, тыс. кв. м	4692	7069
2.	Наличие посадочных мест на предприятиях общественного питания, пос. м.	628,7	745,5/356,7 (в т.ч. общ./сети.)
3.	Наличие рабочих мест на предприятиях бытового обслуживания, раб. мест	55433	67990
4.	Обеспеченность предприятиями потребительского рынка и услуг:		
	– торговля (кв. м торговой площади на 1 тыс. жителей)		453 7 6
	– общественное питание (пос. мест на 1 тыс. жителей)	61	71,4/34,2*
	– бытовое обслуживание (раб. мест на 1 тыс. жителей)	5	6,5

	2004–2006	(ожидаемое) 2007
Создание новых рабочих мест , ед.	95550	42758

* До 2006 года обеспеченность предприятиями общественного питания считалась по всей сети.

Только за последние пять лет в Москве введены в строй порядка 100 высококлассных крупных многофункциональных объектов. Среди них такие, как «Европейский» – 180 тыс. кв. м, «Город» площадью 134 тыс. кв. м, «Рамстор Капитолий» – 114 тыс. кв. м, «Щука» – 105 тыс. кв. м, «Ритэйл Парк» – 47,5 тыс. кв. м, «Глобал-Сити» – 53 тыс. кв. м и многие другие. В этих предприятиях население наряду с возможностью приобретения разнообразных товаров и услуг, в том числе известных зарубежных торговых марок, имеет возможность проводить свой досуг с учетом имеющихся запросов и интересов. К их услугам предоставлены: многозальные кинотеатры, катки, разнообразная индустрия развлечений и др.

До конца 2007 года в городе откроются такие крупные объекты, как:

– в *ЦАО* на третьем транспортном кольце на ул. Верхняя Красносельская – торговый центр «Тройка», в котором размещены гипермаркет «Ашан», «Леруа Мерлен» (товары для дома и сада), «Декатлон» (французские спортивные товары по демократичным ценам);

– в *ЗАО* на Кутузовском проспекте торгово-развлекательный центр премиум-класса «Времена года».

Особое внимание в городе уделяется комплексному решению проблем обслуживания населения по месту жительства.

Таблица 2

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК МОСКВЫ В ЦИФРАХ

Показатели	Факт 9 мес. 2007	Ожидаемое в 2007
Работают в отрасли	около 1,5 млн. человек	
из них молодых людей в возрасте до 28 лет	30%	
Предприятий потребительского рынка и услуг (стационарных), всего	38,6 тыс.	38,9 тыс.
в том числе:		
торговли	20,3 тыс.	20,4 тыс.
общественного питания	9,3 тыс.	9,4 тыс.
бытового обслуживания	9,0 тыс.	9,1 тыс.
Объектов мелкорозничной торговли (всего)	более 19,0 тыс.	(сокращен. на 20,6%)
Рынков	94 * (на 20.11.2007)	87 (ожид.)
Ввод предприятий ПРиУ (всего)	2283	2602
в том числе:		
торговли	937	1085
общественное питание	429	461
бытовое обслуживание	917	1056
Реконструкция и модернизация предприятий ПРиУ (всего)	615	656
в том числе:		
торговли	288	306
общественного питания	164	172
бытового обслуживания	163	176
Создание новых рабочих мест (всего)	37995	42758
в том числе:		
в торговле	20888	23933
в общественном питании	6821	7787
в бытовом обслуживании	10286	11038
Товарооборот через все каналы реализации	более 1,5 трлн. руб.	
Доля налоговых платежей	22,6%	

Таблица 3

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА (33 НАИМЕНОВАНИЯ)

	Стоимость потребительской корзины	Темп роста к уровню сентября т.г.	Темп роста к уровню 2006
г. Москва	1968 руб. 09 коп.	3,2%	11,2%
Россия	1706 руб. 30 коп.	4,0%	15,8%

Обеспеченность предприятиями ПРиУ (на 1 тыс. жителей)	Торговля (кв.м)	Общественное питание (пос.мест)	Бытовое обслуживание (раб. мест)
Градостроительный норматив	670,0	60,0	11,0
Факт на 01.01.2007	603	31,5	5,7
Задание на 2007	643,3	37,5	6,7
Факт за 9 мес. 2007	663,8	33,8	6,4
Ожидаемое в 2007	676,9	34,2	6,5

* Рынки: универсальные – 49, специализированные (всего) – 45, в том числе: строительные –7, продовольственные – 4, непродовольственные – 14, сельскохозяйственные – 19, авторынок – 1

Одним из форматов в розничной торговле является создание сети уникальных магазинов заказов *«Утконос»* на базе современных автоматизированных технологий, не имеющих аналогов в зарубежной практике. Реализация этого проекта позволяет частично решить проблему обеспечения горожан товарами повседневного спроса непосредственно в местах проживания населения по ценам на 10–15% ниже среднегородских в ассортименте, соответствующем гипермаркету.

В настоящее время в городе функционирует около 180 магазинов заказов «Утконос», а к концу 2009 года их будет введено около 400.

В соответствии с Городской целевой социальной программой по развитию сети предприятий потребительского рынка и услуг шаговой (пешеходной) доступности открыто или реконструировано с увеличением торговых площадей более 5 тыс. предприятий общей площадью 1,2 млн. кв. м.

Основными *приоритетными направлениями развития потребительского рынка и услуг на перспективный период являются:*

I. Повышение территориальной и ценовой доступности товаров и услуг:

– достижение европейского уровня обеспеченности жителей города предприятиями торговли, общественного питания и *особо уделив внимание развитию бытового обслуживания;*

– при строительстве в городе жилья обеспечение комплекса мер по рациональному размещению предприятий потребительского рынка и услуг;

– завершение работы по созданию системы товаропроводящей сети и оптовой торговли;

– завершение реализации мер по обеспечению доступа и передвижения инвалидов и других маломобильных граждан в предприятиях потребительского рынка и услуг.

II. Развитие отраслей и инфраструктуры потребительского рынка:

– завершение реализации мероприятий по ликвидации сети рынков и преобразованию их в современные торговые предприятия при сохранении определенного количества сельхозрынков;

– максимальное сокращение мелкорозничной сети при сохранении социально значимых объектов (продажа печатной продукции, мороженого, проездных и театральных билетов, а также объектов, оказывающих бытовые услуги, и т.д.);

– завершение комплекса мер по организации горячего питания по месту работы и учебы;

– обеспечение развития сети предприятий комплексного обслуживания населения в пределах шаговой доступности, с широким выбором услуг по типу «мультисервис», в том числе бытового обслуживания в районах массовой жилой застройки, в домах и микрорайонах для молодых семей, общежитиях, институтах и др.

В целом реализация программных мероприятий в сфере потребительского рынка и услуг города Москвы *позволит к 2010 году:*

– оптимизировать систему товародвижения, продолжить поступательное движение интеграции оптовой и розничной торговли, межрегиональных и международных связей;

– улучшить качество, культуру обслуживания и предоставление разнообразных товаров и услуг, в первую очередь социально незащищенным слоям населения;

– обеспечить прирост физического объема розничного товарооборота, общественного питания, бытового обслуживания на 4,0–4,5% в год.

– обеспечить прирост сети: в розничной торговле в объеме 2,3 млн. кв. м торговых площадей, в общественном питании – 44,4 тыс. посадочных мест, в бытовом обслуживании – 21,8 тыс. рабочих мест.

Довести к 2010 году обеспеченность сетью на 1000 жителей:

– в торговле до 806 кв. м торговых площадей (2007 год – 677 кв. м);

– в общественном питании до 40 посадочных мест (2007 год – 34,2 посадочного места);

– в бытовом обслуживании – почти до 8 рабочих мест (2007 год – 6,5 рабочего места).

Как показывает анализ тенденций развития потребительского рынка столичного мегаполиса, налицо все предпосылки для сохранения высоких темпов роста объемных показателей, создания условий для удовлетворения потребности различных социальных слоев населения в товарах и услугах.