

КОНЦЕПЦИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
РЫНКА И УСЛУГ ГОРОДА МОСКВЫ
ДО 2006 ГОДА

Выполнили:

Петров Р.А.

Миролаев А.А



Общие положения

- Выполнены главные системные задачи - сформирована рыночная инфраструктура отрасли, созданы организационные, экономические и правовые условия для дальнейшего развития потребительского рынка на базе частной предпринимательской инициативы.



Основные показатели развития потребительского рынка и услуг

- частного предпринимательства -98%
- государственном секторе осталось только 78 предприятий
- обеспеченность населения торговыми площадями в расчете на 1000 жителей составляет 453 кв. метра
- В городе сформирована крупнейшая в России региональная система торгового и бытового обслуживания, которая включает 31,1 тыс. предприятий
- Удельный вес Москвы в объемных показателях розничного товарооборота России составляет (по данным за 2002 год) 28%,



Цели

- Целью развития потребительского рынка и услуг города Москвы является наиболее полное удовлетворение спроса жителей города Москвы на потребительские товары, торговые и бытовые услуги и услуги общественного питания в широком ассортименте, по доступным ценам при гарантированном качестве и безопасности.
- Социальная политика Правительства Москвы в сфере потребительского рынка реализуется через создание благоприятного предпринимательского климата, решение вопросов продовольственной безопасности региона, защиту продовольственного рынка от некачественной, фальсифицированной продукции и целый ряд других функций.




Задачи

- Главная задача рассматриваемого периода состоит в усилении социальной направленности развития потребительского рынка.

Приоритеты развития потребительского рынка и услуг

- Эта задача может быть решена через реализацию следующих приоритетных направлений развития потребительского рынка города до 2006 года:
- - развитие сети предприятий потребительского рынка и услуг, крупного, среднего и малого бизнеса
- дальнейшее расширение ассортимента товаров и услуг потребительского назначения
- развитие сети социальных магазинов
- организация питания школьников и учащихся других учебных заведений за счет средств городского бюджета
- предоставление на льготной основе услуг бань и других льготных бытовых услуг
- создание сети магазинов по реализации социально значимых товаров первой необходимости в зонах пешеходной доступности
- участие в реализации программы развития оптовой торговли




Усиление социальной направленности в развитии потребительского рынка и услуг

- Социальная карта москвича
- Сохранение профиля социально значимых объектов потребительского рынка и услуг, развитие сети и технологий
- Товародвижение и продовольственная безопасность
- Защита прав потребителей и контроль за качеством и безопасностью товаров и услуг




Социальная карта москвича

- Основными направлениями по дальнейшему внедрению "социальной карты москвича" являются:
- 1. Определение источников финансирования для организации работы по внедрению "социальной карты москвича" на предприятиях потребительского рынка, на первом этапе - 400 млн. руб., в дальнейшем - 1,1 млрд. руб. ежегодно.
- 2. Организация работы по развитию сети предприятий потребительского рынка, обслуживающих держателей "социальной карты москвича" на взаимовыгодных условиях, не возлагая на них дополнительную нагрузку.




Сохранение профиля социально значимых объектов потребительского рынка и услуг, развитие сети и технологий

- Основные направления решения вопросов сохранения профиля, развития сети и технологий в сфере потребительского рынка:
- 1. Восполнение сети предприятий потребительского рынка, в том числе путем внедрения новых форм обслуживания населения (продажа товаров по предварительным заказам, с доставкой и т.д.).
- 2. Организация контроля за сохранением профиля предприятий, арендуемых помещения у города.
- 3. Внесение изменений в федеральное законодательство в части возможности сохранения профиля социально значимых предприятий потребительского рынка и преимущественного права выкупа объектов у собственника.



Товародвижение и продовольственная безопасность

- Вопросы развития сети и технологий в сфере потребительского рынка и услуг должны решаться через:
 - - преодоление отставания от столиц высокоразвитых стран в обеспеченности населения торговыми площадями, особенно крупными;
 - - реформирование структуры розничной торговли с целью улучшения ее качественного состава за счет повышения доли современных форматов магазинов (супер- и гипермаркетов, дискаунтов, торговых центров, магазинов-складов "Кэш энд Кэрри", мини-магазинов "Корнер шоп");
 - - повышение степени концентрации торговли на основе ускоренного развития розничных сетей;
 - - создание эффективной конкурентной среды для предотвращения монополизации кем-либо отдельных секторов товарных рынков;
 - - активизацию роли торговых структур в реализации социальной политики Правительства Москвы в сфере потребительского рынка;
 - - рационализацию системы товародвижения розницы на основе развития системы оптовой торговли в городе и сокращения неоправданного числа посредников;
 - - дальнейшую работу по размещению объектов мелкорозничной сети на территории города на принципах дополнения (а не замены) стационарной торговли товарами первой необходимости, не требующими особых условий хранения и реализации.



Защита прав потребителей и контроль за качеством и безопасностью товаров и услуг

- В Москве были созданы и за истекший период показали свою эффективность системы сертификации услуг общественного питания (введена с 1995 года) и услуг торговли (с 1998 года).

Таким образом, вопросы защиты прав потребителей и контроля за качеством товаров и услуг необходимо решать по следующим направлениям:

1. Обеспечивать сохранение и дальнейшее развитие систем добровольной сертификации услуг торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения.
2. Совершенствовать систему организации и координации контрольной деятельности в сфере потребительского рынка, повышать эффективность мероприятий по контролю при их одновременном сокращении.
3. Реализовывать комплекс мер по защите прав потребителей, сохранять и развивать региональную систему контроля качества и товародвижения алкогольной продукции в новых условиях.