



Торговля. Общественное питание. Бытовое обслуживание

Начиная с 1991 г. *торговая сеть* Омска, как и практически всех городов страны, испытывала колоссальный товарный дефицит продовольственных и промышленных товаров широкого потребления. В это время, наряду с государственными магазинами, торговавшими по фиксированным ценам, начали появляться коммерческие, в которых были товары, в том числе традиционно дефицитные, но по ценам в три-пять раз выше государственных. Девальвация рубля 1992 г., введение политики свободного курса цен и указ президента РФ «О свободе торговли» вместе с сокращением объемов производства и массовыми увольнениями работающих привели к резкому сокращению покупательской способности населения.

В связи с разгосударствлением всей системы торгового обслуживания в Омске были ликвидированы городское и областное управления торговли. Все торги, магазины, торговые базы и другие предприятия системы были приватизированы и начали работать самостоятельно. Естественно, что многие из них, не имея опыта работы в новых условиях, быстро обанкротились, некоторые перепрофилировались, налаженная система нормированного обеспечения торговыми площадями по видам товаров перестала существовать. Потребительский рынок товаров и услуг вышел на саморегулирование в зависимости от потребительского спроса.



Торговый зал кафе «Парус» на территории Первомайского рынка.
Фотография 1993 г. из фондов МИСО

В этот период индивидуальные предприниматели и различные торговые фирмы начали массовые поставки импортных товаров широкого ассортимента. Город открылся огромным количеством киосков, в которых совершенно бесконтрольно продавалась продукция, в том числе и самого низкого качества, особенно спиртные напитки, что приводило к многочисленным случаям отравления людей, нередко с летальным исходом. Все этажи



Современный торгово-офисный комплекс «Герцен-Plaza» (ул. Герцена, 34). Из фондов МИСО
Ранее здесь располагались цеха завода им. Н. Г. Козицкого



НА ВСЕ ВКУСЫ



Отдел по продаже овощей и фруктов в круглосуточном супермаркете ТК «Алладин» (проспект Мира, 100)



Образцы мебели для спален. Магазин «1000 мелочей» ЗАО «Торговая фирма «Хозмебельстройторг»» (ул. Ленина, 53)



Праздничное оформление входа в бутик парфюмерии «Иль де Ботэ» в комплексе «Герцен-Plaza»

Фотографии из фондов МИСО

рекреационных зон концертно-спортивного комплекса «Иртыш», залы для пассажиров речного вокзала, аэровокзала местных линий, фойе Дома политического просвещения, помещения в других общественных зданиях были превращены в торговые площади. На стадионе «Трудовые резервы» на берегу Оми был организован оптовый рынок по реализации овощей и фруктов, которыми торговали прямо с фур, прибывавших из бывших среднеазиатских республик.

В городе возникли многочисленные криминальные группировки, которые «обложили данью» все торговые точки, поделили зоны влияния, устраивали криминальные «разборки», поджигали киоски «строптивых» владельцев. Нередки были человеческие жертвы. Этот период получил в народе название «лихих девяностых».

В условиях стабилизации, которая наступила в начале XXI в., с целью наведения порядка администрация города принимала многочисленные решения, регламентировавшие деятельность предпринимателей, но они оказывались малоэффективными – бороться со стихийно возникавшими торговыми точками и мини-рынками было очень сложно. Для решения этих проблем были созданы крупные торговые оптово-розничные рынки – «Торговый город», «Южный строительный рынок», а под торговлю промышленными товарами были выделены значительные площади на Ленинском, Левобережном рынках и в Советском округе. Это позволило убрать с улиц, особенно из центральной части города, многочисленные киоски. В настоящее время их осталось немного, в основном на остановках общественного транспорта, и их формы соответствуют архитектурному стилю улиц. Создание крупных торговых комплексов позволило наладить систематический контроль за соблюдением правил торговли и качеством реализуемых товаров.

После 2000 г. Омск начал привлекать многочисленных представителей зарубежных, московских и Санкт-Петербургских сетей, которые осваивали крупные города России. В связи со стабилизацией в экономическом секторе сфера потребительского рынка и услуг стала развиваться более динамично. Об этом свидетельствуют следующие показатели: в 2004 г. годовой объем розничного товарооборота составлял уже около 60 млрд руб. и ежегодно увеличивался в среднем на 20 %, превысив в 2008 г. сумму в 130 млрд руб. Этому росту способствовало то, что сетевые структуры стабилизировали цены, расширили ассортимент и значительно улучшили качество обслуживания покупателей. В 2006 г. в городе, преимущественно на его периферии, были возведены крупные торговые комплексы «Metro Cash&Carry», «Бауцентр», «Лента», «О`Кей», «Икеа», «Триумф», «Маяк», «Алпи», «Континент-2», «Континент-3», «Герцен-Plaza», «АТ-Маркет». Многие из них кроме широкого ассортимента товаров



смогли предложить и большой набор разнообразных развлечений как для детей, так и для взрослых. Характерный пример – открытый в 2009 г. семейный торговый комплекс «Мега» общей площадью около 130 тыс. кв. м, в котором располагаются магазин «Икеа», продуктовый гипермаркет «Ашан», магазин формата «Сделай сам», гипермаркет электроники и бытовой техники, а также более 150 небольших магазинов одежды, обуви и аксессуаров. Здесь имеется ресторан, крытый ледовый каток, представлены разнообразные виды развлечений и услуг. Это дает возможность сочетать шопинг мирового уровня с различными формами отдыха.

В 2009 г. продолжилось строительство ряда торгово-развлекательных комплексов («Main Lang», «Пятый Кристалл», «Рубин»), торгово-офисных («КиТ-Интерьер», «Северное сияние»), мультиформатного комплекса «Миллениум-3». Все это соответствует интересам потребителей, так как значительно повышает культуру обслуживания и создает условия для удовлетворения запросов населения. Растет и показатель обеспеченности населения торговыми площадями (более 300 кв. м на 1 тыс. чел.), который приближается к среднероссийским (350 кв. м). Причем переходят на европейские стандарты не только в супер- и гипермаркетах, но и в небольших торговых комплексах, так как это становится необходимым условием выживания в условиях рыночной конкуренции.

Кроме предприятий розничной торговли продолжают работать и рынки. Рыночная торговля также претерпевает значительные изменения в сторону улучшения организации и культуры обслуживания. В городе 19 рынков, тор-



«Ярмарка ремесел» в Выставочном сквере. День города – 2001.
Из фондов МИСО

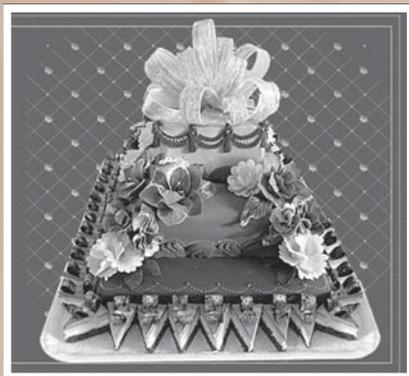
говля в которых постепенно будет перенесена в капитальные здания. Продолжается проведение на рынках города «губернаторских ярмарок», сезонных ярмарок «Весенний сад» и «Золотая осень», а на празднике города «Ярмарки ремесел».

Для удобства садоводов количество мест для сезонной мелкорозничной торговли на городских рынках доведено до 1 200. Получила развитие система современных складских комплексов («ПродоСибирь», ООО «Торговый дом



Социальный рынок Левобережья
(микрорайон № 12).
Из фондов МИСО.

В крупных микрорайонах города открыты центры продажи товаров повседневного спроса, доступных омичам разных социальных слоев и возрастов



Сладкое чудо – продукция кондитеров ООО «Производственно-коммерческая фирма «Омь и К»». Из архива фирмы



Ресторан «Дагомыс» (Космический проспект, 56). Из фондов МИСО. Открыт в 1996 г. В меню представлены блюда русской и кавказской кухни



Банкетный зал ресторана «Мимино» (ул. Ленина, 22)*. Открыт в 2004 г. Предлагает прежде всего блюда грузинской кухни

Шкуренко» и др.), что позволило значительно улучшить сохранность продовольственной продукции на пути от производителей сырья и полуфабрикатов до потребителей.

В соответствии с планом горадминистрации обеспечения населения безопасными продуктами проводится работа по ликвидации стихийных рынков, активизации деятельности обществ защиты прав потребителей и координации деятельности органов контроля и надзора. На 11 розничных рынках для контроля за качеством реализуемых продуктов питания оборудованы аттестованные лаборатории ветеринарно-санитарной экспертизы. Администрация города, учитывая запросы населения по повышению качества товаров и услуг, планомерно занимается расширением сети как крупных предприятий торговли, так и небольших удобных магазинов в формате шаговой доступности для реализации товаров повседневного спроса, а также расширением ассортимента продовольственной продукции путем создания условий для привлечения местных товаропроизводителей продуктов питания и товаров легкой промышленности.

Сейчас в структуре розничного товарооборота пищевая продукция местных товаропроизводителей составляет около 70 %. Ежедневно местные товаропроизводители поставляют в торговую сеть более 60 т молока, 50 т кисломолочной продукции, около 200 т хлебобулочных изделий, более 30 т колбасных и мясных изделий.

В целом за период с 2000-го по 2009 г. в магазинах и на рынках города заметно повысилась культура обслуживания, расширился ассортимент и улучшилась организация обслуживания покупателей.

Общественное питание. После ликвидации областного управления общественного питания и разгосударствления предприятий общепита в 1991–1992 гг. отпала необходимость в расширении сети общепита на заводах и фабриках, стройках, в автотранспортных предприятиях. Многие столовые закрылись, так как на предприятиях в связи с отсутствием заказов резко сократилось количество работающих, а оставшиеся не посещали столовые из-за крайне высоких цен.

В настоящее время система общепита в городе отсутствует, организацией питания занимаются индивидуальные предприниматели, общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества, главной целью которых является получение прибыли, хотя уровень культуры обслуживания значительно вырос.

Количество столовых в общедоступной сети сократилось, но резко выросло количество кафе и ресторанов, точек горячего питания, буфетов, которых в настоящее время без школьных столовых насчитывается более 500, это в основном открытая сеть. В последние годы появляются и сети столовых: «Вилка – ложка», «100 поваров», «Настоящая столовая», «Комбинат общественного питания».



Для привлечения посетителей владельцы ресторанов разрабатывают оригинальные и разнообразные интерьеры. Красивые оформления входных порталов, названия этих заведений также самые разные и чаще всего никак не связанные с их функциями, но находящие отражение в интерьерах. Например, «Талисман», «Елки-палки», «Дикая жизнь», «Камелот», «Робинзон» и т. д.

Очень много появилось ресторанов с национальными кухнями: китайской («Золотой дракон»), итальянской («Иль Патио», «Палермо»), грузинской («Тамада», «Мимино»), армянской («Арарат»), японской («Планта Суши», «Токио», «Фудзи»), русской (ресторан «Шалыпин»), восточной (кафе «Азия»), кавказской (ресторан «Дагомыс»).

Предприятия общепита в Омске открывают не только местные предприниматели, но и предприниматели из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, а также ряда других городов.

Вопросы общественного питания находятся под контролем департамента экономической политики администрации Омска, Федеральной службы Роспотребнадзора и многочисленных обществ защиты прав потребителей. Кроме того, создана ассоциация омских кулинаров, а также центр сертификации и экспертизы «Омск-тест». В мероприятиях городской администрации по поддержке и развитию малого предпринимательства нашло отражение и сфера организации общественного питания.

В Омске проводятся ежегодные конкурсы и чемпионаты по кулинарии и сервису «Омское гостеприимство». Предприятия общественного питания участвуют в городских конкурсах «Лучшее малое предприятие», «Лучший предприниматель» в соответствующих номинациях.

Стремление выйти на уровень европейских стандартов по качеству и безопасности продуктов вынуждает руководителей предприятий общепита заниматься проведением сертификации и стандартизации, подготовкой кадров, хотя в этих направлениях деятельности еще много проблем. По данным центра «Омск-тест», около 70 % обслуживающего персонала этих предприятий, особенно небольших, не знают стандартов вообще или имеют о них слабое представление.

В вопросах подготовки кадров для предприятий общественного питания намечается положительная тенденция: кадры среднего звена (повара, кондитеры, технологи) готовятся в четырех учреждениях среднего профессионального образования города; в двух высших учебных заведениях обучаются специалисты высокой квалификации.

Уровень обслуживания в кафе, столовых и ресторанах в настоящее время гораздо выше, чем был до 1991 г., значительно расширился ассортимент предлагаемых блюд. Это обусловлено прежде всего создавшейся конкуренцией. Если до 1991 г. в городе насчитывалось около

двух десятков ресторанов, то сейчас в Омске имеется 240 столовых и закусочных, более 380 ресторанов и кафе. Кроме того, существуют сети столовых и ресторанов быстрого обслуживания (фаст-фуд): «Ростикс», «Курочка рядом» (чисто омское предприятие). Ежегодно сеть предприятий общественного питания увеличивается на 20–25 %, и естественно, что в этих условиях выживает тот, кто умеет соблюдать принцип наилучшего сочетания цены и качества.

В целом сфера общественного питания города является сегодня одной из самых динамично развивающихся отраслей потребительского рынка. Об этом свидетельствует не только количественный рост предприятий и посадочных мест в них, но и рост денежного оборота. Если в 2005 г. зарегистрированный оборот предприятий общественного питания составлял 3 596,5 млн руб., то в 2008 г. – 7 070 млн руб., т. е. он вырос почти в два раза.

Бытовое обслуживание. В начале 1990-х гг. областное управление бытового обслуживания было реорганизовано и лишилось своих управленческих функций, все производственные управления были расформированы, и образовалось огромное количество обществ с ограниченной ответственностью, открытых и закрытых акционерных обществ на базе ателье, мастерских и других предприятий сферы бытового обслуживания. Многие из них быстро закрылись, так как не имели опыта работы в новых условиях, да и потребность в бытовых услугах резко упала из-за снижения уровня платежеспособности населения.

За 1992–2000 гг. почти в два раза снизился количественный показатель бытовых услуг. Максимум снижения пришелся на 1995–1997 гг. В 2000 г. число предприятий бытового обслуживания сократилось в 1,6 раза по сравнению с 1993 г., а количество работающих на этих предприятиях уменьшилось почти в два раза.

В связи с ликвидацией отраслевого министерства в объеме услуг населению стали считать и другие виды услуг, изменился классификатор, что затрудняет проведение объективного анализа. Кроме того, инфляционные процессы и свободные цены не позволяют учесть количественный показатель услуг. Анализ ситуации показывает, что количественный и объемный рост бытовых услуг начался в 2000 г. и ежегодно составлял от 5 до 10 %, кроме 2008 г., когда роста не было. В 2007 г. в городе было оказано на 30 165 руб. платных услуг в расчете на одного жителя, из них бытовые услуги занимают лишь 11 %. Среди бытовых услуг наиболее значимыми в последние годы являются услуги по ремонту и строительству жилья и других объектов, на втором месте по ремонту и техническому обслуживанию автомобилей – 42,1 %, парикмахерские – 8,3 % и швейные – 12,4 % услуги. В настоящее время в городе насчитывается около 800 предприятий, оказывающих бытовые и косметологические услуги.