



ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Белгород

«07» _____ ИЮЛЯ _____ 2015г.

№ 264-ПП

Об утверждении Стратегии развития торговли в Белгородской области на 2015-2016 годы и период до 2020 года

В целях создания благоприятных условий для развития торговой деятельности на территории Белгородской области, обеспечения доступности товаров для населения и повышения качества услуг, предоставляемых хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, формирования конкурентной среды, во исполнение Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», распоряжения Правительства Российской Федерации от 6 сентября 2011 года № 1540-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа до 2020 года», приказа Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 25 декабря 2014 года № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года» Правительство Белгородской области **п о с т а н о в л я е т**:

1. Утвердить Стратегию развития торговли в Белгородской области на 2015-2016 годы и период до 2020 года (далее – Стратегия, прилагается).

2. Департаменту экономического развития Белгородской области (Абрамов О.В.) осуществлять координацию деятельности органов исполнительной власти, государственных органов области, администраций муниципальных районов и городских округов и других участников Стратегии по исполнению мероприятий, реализуемых в рамках Стратегии.

3. Рекомендовать:

3.1. Отраслевым департаментам Белгородской области, территориальным органам федеральных органов исполнительной власти Белгородской области, общественным организациям, образовательным учреждениям Белгородской области, осуществляющим деятельность в области профессионального образования в сфере торговли, принять участие в мероприятиях, реализуемых в рамках Стратегии.

3.2. Администрациям муниципальных районов и городских округов Белгородской области:

- в установленном законодательством порядке принять участие в мероприятиях, реализуемых в рамках Стратегии;

- разработать и утвердить в установленном законодательством порядке Программы развития торговли муниципальных районов и городских округов Белгородской области на 2015-2016 годы и период до 2020 года.

3.3. Департамент агропромышленного комплекса (Алейник С.Н.), внутренней и кадровой политики (Сергачёв В.А.) Белгородской области, администрациям муниципальных районов и городских округов Белгородской области ежегодно до 10 февраля года, следующего за отчетным, представлять в департамент экономического развития Белгородской области отчеты о выполнении мероприятий, реализуемых в рамках Стратегии.

4. Департаменту внутренней и кадровой политики Белгородской области (Сергачёв В.А.) обеспечить опубликование настоящего постановления в средствах массовой информации Белгородской области.

5. Контроль за исполнением постановления возложить на департамент экономического развития Белгородской области (Абрамов О.В.).

Информацию о ходе исполнения постановления представлять ежегодно к 1 марта начиная с 2016 года, об исполнении – к 1 марта 2020 года.

6. Настоящее постановление вступает в силу со дня официального опубликования.

Губернатор
Белгородской области



Е. Савченко

Утверждена
постановлением Правительства
Белгородской области
от 07 ИЮЛЯ 2015 г.
№ 264-ПП

Стратегия развития торговли в Белгородской области
на 2015-2016 годы и период до 2020 года

**Паспорт
Стратегии развития торговли в Белгородской области
на 2015-2016 годы и период до 2020 года**

Наименование Стратегии	– «Стратегия развития торговли в Белгородской области на 2015-2016 годы и период до 2020 года» (далее – Стратегия)
Основание для разработки Стратегии	– Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»; – приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 25 декабря 2014 года № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года»
Государственный заказчик Стратегии	– Правительство Белгородской области
Представитель государственного заказчика (координатор) Стратегии	– департамент экономического развития Белгородской области
Руководитель Стратегии	– Абрамов Олег Васильевич – заместитель Губернатора Белгородской области
Разработчик Стратегии	– департамент экономического развития Белгородской области
Исполнители Стратегии	– департамент экономического развития Белгородской области; – департамент агропромышленного комплекса Белгородской области; – департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области; – администрации муниципальных районов и городских округов Белгородской области (по согласованию)

Участники Стратегии
(по согласованию)

- Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Белгородской области (по согласованию);
- Управление Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору по Белгородской области (по согласованию);
- Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по Белгородской области (по согласованию);
- управление ветеринарии Белгородской области;
- территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области (по согласованию);
- Белгородская таможня (по согласованию);
- Белгородская торгово-промышленная палата (по согласованию);
- Белгородская территориальная организация профсоюза работников торговли общественного питания, потребительской кооперации и предпринимательства Российской Федерации «Торговое Единство» (по согласованию);
- образовательные учреждения Белгородской области, осуществляющие деятельность в области профессионального образования в сфере торговли (по согласованию);
- общественные организации (по согласованию);
- хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сфере розничной торговли на территории Белгородской области

Цель Стратегии

– развитие торговой деятельности для обеспечения удовлетворенности всех участников сферы торговли (производителей, субъектов торговли и потребителей) посредством поддержки областных товаропроизводителей, обеспечения доступности товаров и удовлетворения спроса на товары для населения области, формирования комфортной конкурентной среды для субъектов торговой деятельности, развития всех форм торговли и стимулирования предпринимательской активности

Задачи Стратегии

– создание благоприятных условий для развития всех форм торговли, в том числе малого торгового бизнеса и нестационарной торговли;

– обеспечение сбалансированного размещения на территории области инфраструктуры торговли;

– создание комфортной потребительской среды;

– повышение качества и культуры обслуживания населения области в сфере торговли;

– повышение экономической (ценовой) доступности товаров для населения области, в том числе посредством оказания адресной помощи;

– обеспечение условий для наличия на потребительском рынке области продукции отечественного производства, в том числе областных производителей;

– создание условий для увеличения количества хозяйствующих субъектов, занятых в сфере торговли;

– создание естественных условий для развития свободной конкуренции и повышения уровня предпринимательской активности;

– обеспечение насыщения потребительского рынка области

качественной и безопасной продукцией;

– организация взаимодействия между всеми хозяйствующими субъектами – участниками сферы торговли;

– информационно-аналитическое обеспечение в области торговой деятельности

Сроки реализации
Стратегии

2015-2016 годы и период до 2020 года

Целевые показатели и
показатели социально-
экономической эффективности
реализации Стратегии

1. Оборот розничной торговли,
млн рублей:

в 2014 г. – 253 669,7 млн рублей;

в 2020 г. – 457 000,0 млн рублей;

1.1. Оборот розничной торговли на
душу населения, тыс. рублей:

в 2014 г. – 163,8 тыс. рублей;

в 2020 г. – 291,0 тыс. рублей;

1.2. Удельный вес розничной торговли
пищевыми продуктами в структуре
оборота розничной торговли,
процентов:

в 2014 г. – 40,5 процента;

в 2020 г. – 37,0 процентов;

1.3. Удельный вес оборота розничных
торговых сетей в обороте розничной
торговли, процентов:

в 2014 г. – 22,8 процента;

в 2020 г. – 34,4 процента;

2. Площадь торговых объектов всех
форм розничной торговли, кроме
розничных рынков и ярмарок,
проводимых на постоянной основе,
кв. м:

в 2014 г. – 1 065 800,0 кв. м;

в 2020 г. – 1 575 800,0 кв. м;

2.1. Обеспеченность населения
площадью торговых объектов всех

форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, на 1 тыс. жителей, кв. м:

в 2014 г. – 688,5 кв. м;

в 2020 г. – 1 003,0 кв. м;

2.2. Количество торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, единиц:

в 2014 г. – 10 573 единицы;

в 2020 г. – 13 323 единицы;

3. Количество розничных рынков, единиц:

в 2014 г. – 8 единиц;

в 2020 г. – 9 единиц;

3.1. Количество торговых мест на розничных рынках, единиц:

в 2014 г. – 713 единиц;

в 2020 г. – 780 единиц;

3.2. Количество ярмарок, проводимых на постоянной основе, единиц:

в 2014 г. – 49 единиц;

в 2020 г. – 53 единицы;

3.3. Количество торговых мест на ярмарках, проводимых на постоянной основе, единиц:

в 2014 г. – 13 051 единица;

в 2020 г. – 14 344 единицы

Система организации
контроля за исполнением
Стратегии

– общее руководство и контроль за ходом реализации Стратегии осуществляет государственный заказчик Стратегии – Правительство Белгородской области. От имени государственного заказчика Стратегии оперативную работу по организации управления Стратегией и контролю за ходом ее реализации осуществляет

координатор Стратегии – департамент
экономического развития
Белгородской области.

Оперативное управление осуществляется
в соответствии с мероприятиями
Стратегии, определяющими сроки,
исполнителей и участников реализации
мероприятий.

1. Введение

Потребительский рынок является сферой непосредственного экономического воздействия на человека и фактором политической стабильности в обществе. Поэтому любые экономические и политические трудности наиболее быстро и остро отражаются на состоянии потребительского рынка. Сбалансированность потребительского рынка по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров является не только необходимой составляющей эффективно работающей экономики, но и основой оценки качества жизни населения. Развитие потребительского рынка оказывает сильнейшее влияние на производство и потребление товаров, работ и услуг в области, инновационное воздействие на экономику.

Специфические свойства товаров и услуг, реализуемых на потребительском рынке, обуславливают высокую степень его локализации, тесную взаимосвязь с конкретной территорией и ее населением. Потребительский рынок представляет собой открытую систему, которая реагирует как на внутреннюю, так и внешнюю экономическую, социальную и политическую ситуацию, зависит от межрегиональных товаропотоков, миграции рабочей силы, движения денег и капиталов.

Потребительский рынок – это сложная система институтов в сфере обращения, характеризующаяся большим числом взаимосвязей. Однако, каждый из его участников имеет и свои интересы: производители стремятся вернуть затраченные средства и получить прибыль, а потребители – удовлетворить собственные потребности. Разрешению противоречий этих интересов служит государственное регулирование экономики со стороны органов власти.

Рынок продуктов питания является самым большим потребительским рынком в Российской Федерации в целом и в Белгородской области в частности. Существенным рычагом, оказывающим влияние на рост цен на продовольственные товары, является осуществление мониторинга цен на всех стадиях товародвижения: от производства до реализации продуктов питания в оптовом и розничном звене.

На стабильность экономики в области во многом оказало влияние ускоренное развитие сферы торговли. В свою очередь высоким показателям развития потребительского рынка региона способствовали как благоприятная экономическая конъюнктура, сложившаяся в последние годы, так и устойчивый рост заработной платы. Положительная динамика развития потребительского рынка области свидетельствует о движении региона к более современной модели развития рынка товаров и услуг.

2. Анализ состояния и развития торговой отрасли в Белгородской области

Отрасль торговли играет важную роль в динамичном развитии экономики как страны в целом, так и Белгородской области. Торговля – это

отрасль с высоким уровнем занятости населения, что немаловажно в сложившихся внешнеэкономических и политических условиях.

Потребительский рынок Белгородской области стабильно развивается. Так, оборот розничной торговли в области в 2014 году составил 253 669,7 млн рублей, что в товарной массе составляет 7,6 процента к уровню 2013 года.

В 2014 году оборот розничной торговли на 88,1 процента сформирован торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне рынка). Доля реализации товаров на розничных рынках и ярмарках составила 11,9 процента (в 2013 году соответственно – 87,1 процента и 12,9 процента).

В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий в 2014 году составил 40,5 процента, непродовольственных товаров – 59,5 процента (в 2013 году – соответственно 38,1 процента и 61,9 процента).

Розничные торговые сети в 2014 году сформировали 22,8 процента общего объема оборота розничной торговли. В обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями удельный вес оборота торговых сетей составил 36,1 процента.

По состоянию на 1 января 2015 года на территории Белгородской области осуществляют деятельность более 10 тысяч торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, что на 530 объектов больше, чем в 2014 году.

Совокупная площадь торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, по состоянию на 1 января 2015 года возросла на 5,7 процента (на 57,0 тыс. кв. м) по сравнению с 2014 годом и составила 1 065,8 тыс. кв. м.

Обеспеченность населения площадью торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, на 1 января 2015 года превысила установленный в области норматив (498 кв. м на 1 тыс. жителей) на 38,6 процента и составила 688,5 кв. м на 1 тыс. жителей.

По состоянию на 1 января 2015 года в области осуществляют деятельность 90 сетевых торговых организаций (без учета индивидуальных предпринимателей), зарегистрированных в Белгородской области.

По состоянию на 1 января 2015 года потребительская кооперация располагает 352 объектами розничной торговли, 294 из которых расположены в сельской местности. Кроме того, организована работа 18 автомагазинов, которые обслуживают 264 сельских поселения. Оборот розничной торговли потребительской кооперации в 2014 году составил 1,8 млрд руб.

По состоянию на 1 января 2015 года на территории области осуществляют деятельность 8 розничных рынков (7 универсальных и 1 специализированный). Общее количество торговых мест на рынках составляет 713 единиц, в том числе по реализации продовольственных

товаров – 338 единиц, непродовольственных – 251 единица, сельскохозяйственных – 124 единицы.

Кроме того, на территории области осуществляют деятельность 49 ярмарок, проводимых на постоянной основе. Всего на ярмарках организовано 13 051 торговое место.

С целью обеспечения населения области продукцией непосредственно от областных товаропроизводителей, в том числе сельскохозяйственной, в регионе проводятся ярмарки с привлечением сельхозтоваропроизводителей и перерабатывающих предприятий области, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства и предприятия потребительской кооперации. В 2014 году в муниципальных образованиях Белгородской области проведено 3 073 таких мероприятия.

Тем не менее остается проблема наличия на территории области труднодоступных населенных пунктов, не обеспеченных стационарными торговыми объектами. По состоянию на 1 января 2015 года в области 492 труднодоступных населенных пункта.

Интенсивный рост торговых сетей в области ограничивает развитие малого предпринимательства, в том числе специализированных объектов торговли. В этой связи необходимо оказывать поддержку развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере розничной торговли в сельской местности, обеспечивая тем самым повышение уровня доступности товаров в отдаленных, труднодоступных населенных пунктах.

Областные сельхозтоваропроизводители, особенно мелкие, испытывают трудности в организации сбыта производимой продукции, особенно при размещении ее в розничной торговой сети. В этой связи целесообразно активизировать торгово-закупочную деятельность потребительской кооперации области, в том числе в сельских поселениях. Также необходимо увеличить количество ярмарочных мероприятий и создать дополнительные торговые места нестационарной торговли для реализации сельскохозяйственной продукции, выращенной в личных подсобных и крестьянско-фермерских хозяйствах Белгородской области.

Практически во всех муниципальных образованиях области отсутствовала практика судебной защиты прав потребителей. Вместе с тем, Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» предусматривает судебную защиту прав потребителей органами местного самоуправления и общественными объединениями потребителей.

Ежегодно в досудебном порядке на рассмотрение в органы местного самоуправления поступало порядка двух тысяч обращений потребителей.

По поручению Губернатора Белгородской области в марте 2014 года разработан проект «Внедрение системы судебной защиты прав потребителей на уровне органов местного самоуправления области».

В рамках реализации проекта по итогам 2014 года органами местного самоуправления рассмотрено свыше 3,5 тысячи письменных обращений, что на 30 процентов больше результатов 2013 года. Свыше 6,0 млн рублей

возмещено потребителям в досудебном порядке. Около 30 обращений рассмотрено специалистами органов местного самоуправления в судебном порядке, по решению суда потребителям возмещено свыше 2,0 млн рублей.

Успешно функционируют в рамках действующей государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы», утвержденной постановлением Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 года № 522–пп «Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы», государственные механизмы финансово-кредитной поддержки субъектов малого бизнеса.

Подводя итог вышеизложенному, следует отметить, что несмотря на благоприятные в целом перспективы для стабильного развития потребительского рынка региона и отрасли торговли как его основной составляющей, необходимо наличие постоянного межведомственного взаимодействия и контроля, направленного на поддержку многоформатной и доступной по экономическим, физическим и территориальным параметрам торговли.

3. Цель и задачи Стратегии

Стратегия направлена на развитие одного из крупнейших секторов экономики Белгородской области – отрасли «Торговля».

Потребительский рынок Белгородской области, являясь крупной составной частью экономики области, призван обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения на потребительские товары, качество и безопасность, доступность товаров на всей территории области.

Целью Стратегии является развитие торговой деятельности для обеспечения удовлетворенности всех участников сферы торговли (производителей, субъектов торговли и потребителей) посредством поддержки областных товаропроизводителей, обеспечения доступности товаров и удовлетворения спроса на товары для населения области, формирования комфортной конкурентной среды для субъектов торговой деятельности, развития всех форм торговли и стимулирования предпринимательской активности.

Цель Стратегии обуславливает решение основных задач:

- создание благоприятных условий для развития всех форм торговли, в том числе малого торгового бизнеса и нестационарной торговли;
- обеспечение сбалансированного размещения на территории области инфраструктуры торговли;
- создание комфортной потребительской среды;
- повышение качества и культуры обслуживания населения области в

сфере торговли;

- повышение экономической (ценовой) доступности товаров для населения области, в том числе посредством оказания адресной помощи;

- обеспечение условий для наличия на потребительском рынке области продукции отечественного производства, в том числе областных производителей;

- создание условий для увеличения количества хозяйствующих субъектов, занятых в сфере торговли;

- создание естественных условий для развития свободной конкуренции и повышения уровня предпринимательской активности;

- обеспечение насыщения потребительского рынка области качественной и безопасной продукцией;

- организация взаимодействия между всеми хозяйствующими субъектами-участниками сферы торговли;

- информационно-аналитическое обеспечение в области торговой деятельности.

4. Срок реализации Стратегии

Срок реализации Стратегии – 2015-2016 годы и период до 2020 года.

5. Механизмы и способы достижения цели и решения задач Стратегии

Механизм реализации Стратегии основан на скоординированных действиях исполнителей и участников мероприятий по достижению намеченных целей и задач Стратегии.

5.1. Создание условий для развития всех форм торговли.

Необходимо создавать в регионе благоприятные условия для развития всех форм торговли, в том числе малого торгового бизнеса и нестационарной торговли. Поддержка малых торговых форматов будет способствовать решению проблем в обеспечении продовольственной продукцией труднодоступных населенных пунктов, не имеющих стационарных торговых объектов.

Кроме того, оказывая поддержку хозяйствующим субъектам, осуществляющим развозную торговлю, возможно организовать дополнительный канал сбыта продукции, произведенной областным товаропроизводителем.

Также необходимо рассмотреть возможность внедрения на потребительский рынок области торговли через торговые (вендинговые) автоматы.

5.2. Обеспечение сбалансированного размещения на территории области инфраструктуры торговли.

Розничные торговые сети, малые и средние торговые объекты в основном сконцентрированы в районных центрах и городских округах, а

также в крупных поселениях области. Кроме того, достаточно активное развитие федеральных розничных торговых сетей приводит к монополизации розничного рынка и сокращению количества объектов других форм торговли.

Территориальная доступность торговых объектов должна быть обеспечена за счет устранения диспропорции их размещения. Необходимо обеспечить сбалансированное размещение инфраструктуры торговли на территории области, дать возможность развиваться областным торговым сетям, а также торговым объектам потребительской кооперации, которые играют большую роль в обеспечении товарами первой необходимости жителей области, как за счет стационарных объектов торговли, так и за счет развозной торговли.

В целях заключения договоров поставки продукции областного производства с местными товаропроизводителями хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность, необходимо рассмотреть возможность объединения в некоммерческие партнерства.

5.3. Создание комфортной потребительской среды и повышение качества и культуры обслуживания населения области в сфере торговли.

В рамках создания комфортной потребительской среды и повышения качества и культуры обслуживания населения в сфере торговли в области должна быть продолжена работа по реализации мероприятий, направленных на повышение удовлетворенности населения качеством жизни.

Реализация данных мероприятий запланирована в рамках проекта «Внедрение системы судебной защиты прав потребителей на уровне органов местного самоуправления области», целью которого является обеспечение органами местного самоуправления возможности граждан при возникновении факта нарушения потребительских прав восстановить нарушенные права в досудебном или судебном порядке. Создание системы судебной защиты прав потребителей с активным участием органов местного самоуправления будет способствовать более существенному их влиянию на качество реализуемых товаров и предоставляемых услуг торговли на территории муниципальных образований области.

Необходимо реализовывать мероприятия, направленные на повышение имиджа торговой отрасли. Прежде всего, на формирование благоприятного имиджа оказывает влияние качество торгового обслуживания, являющееся в свою очередь одной из самых действенных форм конкуренции. Высокий уровень качества обслуживания потребителей влечет за собой увеличение товарооборота хозяйствующего субъекта, осуществляющего торговую деятельность, расширение возможностей для дальнейшего развития и, как следствие, оказывает влияние на товарооборот области в целом. В этой связи необходимо повышать уровень профессиональной квалификации работников сферы «Торговля», уделять внимание этике обслуживающего персонала. Этому будет способствовать проведение обучающих семинаров с участием представителей территориальных органов федеральных органов власти и руководителей хозяйствующих субъектов торговой отрасли, проведение

районных конкурсов профессионального мастерства с последующим освещением итогов в средствах массовой информации, проведение аттестационных мероприятий по повышению уровня профессиональной квалификации работников сферы «Торговля» с привлечением профильных образовательных учреждений области.

Кроме того, положительное влияние на имидж торговой отрасли окажет внедрение системы дополнительных услуг (доставка товаров на дом, на работу, заказ через информационно-коммуникационную сеть Интернет).

5.4. Повышение экономической (ценовой) доступности товаров для населения области, оказание адресной помощи.

Большое влияние на развитие торговой отрасли оказывает формирование широкого и устойчивого ассортимента товаров, представленных на потребительском рынке, а также их экономическая (ценовая) доступность для населения области. Необходимо создавать условия для увеличения доли продукции областного производства, в том числе продукции сельхозтоваропроизводителей, на потребительском рынке области.

Наращиванию объемов реализации продукции областного производства и повышению ценовой доступности товаров будет способствовать увеличение количества ярмарочных мероприятий (ярмарок, проводимых на постоянной основе, разовых, сезонных, периодических ярмарок), активизация торгово-закупочной деятельности потребительской кооперации области, в том числе в сельских поселениях.

В области запланировано создание не менее 4 000 торговых мест нестационарной торговли для реализации сельскохозяйственной продукции, выращенной в личных подсобных и крестьянско-фермерских хозяйствах Белгородской области.

Хозяйствующим субъектам необходимо заранее планировать площадки для организации ярмарочной торговли при строительстве торговых и торгово-развлекательных центров, торговых комплексов.

В области проводится работа по организации торговой сети «АнтиКризис», ориентированной на реализацию товаров преимущественно областного производства с применением минимальной торговой надбавки. Организация в регионе объектов торговли, ориентированных на реализацию продукции областных товаропроизводителей, позволит создать условия для формирования принципов добросовестной конкуренции и обеспечить сбыт сельхозпродукции, вырабатываемой сельхозтоваропроизводителями Белгородской области.

Важную роль в обеспечении ценовой и социальной доступности товаров первой необходимости играет оказание адресной помощи. Реализовать данное направление планируется на примере положительного опыта других регионов по оказанию адресной продовольственной помощи в виде ежемесячной денежной компенсации на приобретение продуктов питания с использованием специальных расчетных банковских карт «Продуктовая карта».

5.5. Обеспечение условий для наличия на потребительском рынке области продукции отечественного производства, в том числе областного.

В условиях сложившейся политической и внешнеэкономической ситуации одной из приоритетных задач в области является обеспечение продовольственной безопасности региона, в том числе посредством импортозамещения. Для товаропроизводителей региона необходимо обеспечить сбыт произведенной продукции, в том числе в розничной торговой сети.

В этой связи необходимо проводить ежегодный анализ доли представленности продовольственной продукции областного производства на полочном пространстве розничной торговой сети области, в том числе во взаимодействии с территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. Необходимо оказывать содействие товаропроизводителям области в части размещения выработанной продукции в федеральных и региональных розничных торговых сетях, учитывая существенные условия договоров поставки.

Областным предприятиям-производителям продовольственной продукции необходимо рассмотреть возможность организации фирменных специализированных розничных объектов торговли.

В целях повышения узнаваемости продукции областных товаропроизводителей возможно применение цветовой индикации ценников.

5.6. Создание условий для увеличения количества хозяйствующих субъектов, занятых в сфере торговли, свободной конкуренции и повышения уровня предпринимательской активности.

Необходимо создавать условия для увеличения количества хозяйствующих субъектов, занятых в сфере торговли, обеспечивая естественные условия для развития свободной конкуренции и повышения уровня предпринимательской активности.

В рамках государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы» продолжится работа по оказанию финансовой поддержки в форме целевого займа хозяйствующим субъектам, организующим деятельность на территории региона.

В случае самостоятельного привлечения субъектом малого бизнеса кредитных ресурсов на реализацию инвестиционного проекта возможно предоставление в установленном порядке поручительства Белгородского областного фонда содействия кредитованию по частично обеспеченному банковскому кредиту.

5.7. Обеспечение насыщения потребительского рынка области качественной и безопасной продукцией.

Работа по обеспечению насыщения потребительского рынка области качественной и безопасной продукцией, в том числе ввозимой из-за пределов Российской Федерации, организована в рамках межведомственного взаимодействия в соответствии с действующим законодательством в сфере

развития потребительского рынка в области обеспечения качества и безопасности товаров и услуг российского и иностранного производства, реализуемых на территории области.

Данная работа в области проводится в соответствии с действующим законодательством, распоряжением Губернатора Белгородской области от 4 февраля 2011 года № 48-р «Об областной межведомственной комиссии при Губернаторе области по вопросам развития потребительского рынка и борьбе с контрафактной и контрабандной продукцией на потребительском рынке области». В рамках комиссии организовано взаимодействие и координация деятельности заинтересованных территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти области и администраций муниципальных районов и городских округов по недопущению проникновения на потребительский рынок области контрафактной и контрабандной продукции.

5.8. Организация взаимодействия между всеми хозяйствующими субъектами торговой отрасли.

Для обеспечения стабильного роста показателей развития потребительского рынка и отрасли «Торговля» в частности, необходимо постоянное взаимодействие между всеми хозяйствующими субъектами – участниками сферы торговли.

Работа по организации взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность на территории муниципальных образований области, и территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области, в том числе с районными подразделениями Белгородстата, должна проводиться на постоянной основе.

В рамках Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», приказа Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 16 июля 2010 года № 602 «Об утверждении Формы торгового реестра, Порядка формирования торгового реестра и Порядка предоставления информации, содержащейся в торговом реестре» информация о торговых объектах хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность на территории Белгородской области, консолидируется в программном продукте «Торговый реестр». Обобщенные сведения, содержащиеся в «Торговом реестре», используются в том числе и при взаимодействии с федеральными органами государственной власти, в частности с территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области.

5.9. Информационно-аналитическое обеспечение в области торговой деятельности.

Информационно-аналитическое обеспечение мероприятий, проводимых в области торговой деятельности, осуществляется в рамках Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 года № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». В области на постоянной

основе организован мониторинг информации, размещенной в интернет-ресурсе на сайте «Оценка населением эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления муниципальных образований области, предприятий и учреждений, осуществляющих оказание услуг населению муниципальных образований области» (ocenka.belregion.ru).

Кроме того, информация о текущем состоянии потребительского рынка, реализуемых мероприятиях и итогах проводимой работы по развитию потребительского рынка Белгородской области постоянно освещается в региональных средствах массовой информации и на сайте департамента экономического развития Белгородской области.

6. Механизм мониторинга реализации Стратегии

Мониторинг реализации Стратегии осуществляется ежегодно. Исполнители и участники (по согласованию) Стратегии ежеквартально до 5 числа месяца, следующего за отчетным кварталом, и ежегодно до 10 февраля года, следующего за отчетным годом, информируют департамент экономического развития Белгородской области о ходе выполнения Стратегии в части их касающейся.

Департамент экономического развития Белгородской области до 1 апреля года, следующего за отчетным годом, направляет в Правительство Белгородской области информацию о ходе реализации Стратегии.

В результате проведенного анализа состояния потребительского рынка Белгородской области определены основные проблемы, препятствующие его развитию, обоснована необходимость их решения, обозначены цели и задачи реализации Стратегии.

Создание комфортной потребительской среды невозможно без развития многоформатной инфраструктуры торговли, в том числе малого торгового бизнеса и нестационарной торговли.

Реализация комплекса мероприятий, предусмотренных Стратегией, обеспечит проведение целенаправленной государственной политики, направленной на интенсивное развитие потребительского рынка, повышение качества и безопасности реализуемых товаров.

Социальный эффект от реализации Стратегии выражается в повышении качества жизни населения, увеличении оборота розничной торговли, развитии многоформатной инфраструктуры торговли, обеспеченности населения торговыми площадями, роста налоговых поступлений в бюджеты различных уровней, совершенствовании системы подготовки и переподготовки кадров для сферы потребительского рынка.

Достижение к 2020 году целевых показателей, предусмотренных Стратегией, позволит обеспечить качественно новый, цивилизованный облик потребительского рынка, будет способствовать поддержанию высоких темпов его развития, созданию новых рабочих мест и инвестиционной привлекательности сектора торговли.

Целевые показатели могут быть скорректированы при изменении

внешних факторов социально-экономического развития, в том числе изменений, связанных с членством Российской Федерации во Всемирной торговой организации. Достижение прогнозируемых значений целевых показателей и показателей социально-экономической эффективности реализации мероприятий, предусмотренных Стратегией, приведены в таблице.

Таблица

**Целевые показатели и показатели социально-экономической эффективности
реализации мероприятий, предусмотренных Стратегией**

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Фактическое значение показателя 2014 год	Планируемое значение показателя по годам:						2020 г. к 2014 г., %
				2015	2016	2017	2018	2019	2020	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Оборот розничной торговли	млн рублей	253 669,7	273 000,0	301 500,0	333 400,0	369 300,0	411 000,0	457 000,0	180,2
1.1.	Оборот розничной торговли на душу населения	тыс. рублей	163,8	175,9	193,8	213,7	236,2	262,3	291,0	177,7
1.2.	Удельный вес розничной торговли пищевыми продуктами в структуре оборота розничной торговли	%	40,5	41	40	38	38	38	37	-
1.3.	Удельный вес оборота розничных торговых сетей в обороте розничной торговли	%	22,8	25,1	27	29	30	32,5	34,4	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2.	Площадь предприятий розничной торговли всех форматов, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе	кв. м	1 065 800	1 095 800	1 125 800	1 205 800	1 305 800	1 425 800	1 575 800	147,9
2.1.	Обеспеченность населения площадью торговых объектов, на 1 тыс. жителей	кв. м	688,5	706,1	723,6	773,0	835,3	909,8	1 003,0	145,7
2.2.	Количество предприятий розничной торговли всех форматов, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе	ед.	10 573	10 823	11 123	11 623	12 123	12 723	13 323	126,0
3.	Количество розничных рынков	ед.	8	8	8	8	9	9	9	112,5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3.1.	Количество торговых мест на розничных рынках	ед.	713	720	720	720	780	780	780	109,4
3.2.	Количество ярмарок, проводимых на постоянной основе	ед.	49	50	52	52	53	53	53	108,2
3.3.	Количество торговых мест на ярмарках, проводимых на постоянной основе	ед.	13 051	14 074	14 274	14 274	14 344	14 344	14 344	110,0

