

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



ПОСТАНОВЛЕНИЕ

АДМИНИСТРАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА «ГРАЙВОРОНСКИЙ РАЙОН» БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

« 29 » августа 20 18 г.

№ 329

Об утверждении Стратегии развития общественного питания в муниципальном районе «Грайворонский район» на период до 2025 года

Во исполнение распоряжения Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2015 года № 1738-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации», распоряжения Губернатора Белгородской области от 09 марта 2016 года № 125-р «Об утверждении перечня приоритетных и социально значимых рынков и плана мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в Белгородской области на 2017-2020 годы», постановления Правительства Белгородской области от 28 мая 2018 года № 197-пп «Об утверждении Стратегии развития общественного питания в Белгородской области на период до 2025 года», в целях создания благоприятных условий для развития общественного питания на территории Грайворонского района, улучшения качества услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания для населения, формирования конкурентной среды **п о с т а н о в л я ю:**

1. Утвердить Стратегию развития общественного питания в муниципальном районе «Грайворонский район» на период до 2025 года (далее – Стратегия) (прилагается).

2. Опубликовать данное постановление на официальном сайте администрации муниципального района «Грайворонский район».

3. Контроль за исполнением постановления возложить на первого заместителя главы администрации района по экономике и финансам – председателя комитета финансов и налоговой политики А. А. Бляшенко.

Глава администрации



Г. Бондарев



УТВЕРЖДЕНА
постановлением администрации
Грайворонского района
от «29» августа 2018 года № 329

Стратегия развития общественного питания
в муниципальном районе «Грайворонский район»
на период до 2025 года

Паспорт
Стратегии развития общественного питания
в муниципальном районе «Грайворонский район»
на период до 2025 года

Наименование Стратегии	Стратегия развития общественного питания в в муниципальном районе «Грайворонский район» на период до 2025 года (далее – Стратегия)
Основание для разработки Стратегии	<p>распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2015 года № 1738-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»;</p> <p>- распоряжение Губернатора Белгородской области от 09 марта 2016 года № 125-р «Об утверждении перечня приоритетных и социально значимых рынков и плана мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в Белгородской области на 2017-2020 годы»; постановления Правительство Белгородской области от 28 мая 2018 года № 197-пп «Об утверждении Стратегии развития общественного питания в Белгородской области на период до 2025 года»</p>
Муниципальный заказчик Стратегии	Администрация Грайворонского района
Представитель муниципального заказчика (координатор) Стратегии	Управление экономики и муниципального заказа
Руководитель Стратегии	Бляшенко Анатолий Анатольевич – первый заместитель главы администрации района по экономике и финансам – председатель комитета финансов и налоговой политики

Разработчик Стратегии	управление экономики и муниципального заказа администрации Грайворонского района
Исполнители Стратегии	- управление экономики и муниципального заказа;
Участники Стратегии (по согласованию)	<ul style="list-style-type: none"> - Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Белгородской области в Яковлевском районе (по согласованию); - Белгородская торгово-промышленная палата (по согласованию); - Белгородская территориальная организация профсоюза работников торговли и общественного питания, потребительской кооперации и предпринимательства Российской Федерации «Торговое Единство» (по согласованию); - общественные организации (по согласованию); - хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сфере общественного питания на территории Грайворонского района
Цель Стратегии	создание благоприятных условий для открытия, ведения и расширения бизнеса в сфере питания вне дома независимо от формата, размера и способа ведения этого бизнеса, формирование комфортной конкурентной среды и стимулирование предпринимательской активности в сфере общественного питания, развитие всех форм организации общественного питания и поддержка областных производителей-поставщиков продукции
Задачи Стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - создание условий для развития предприятий общественного питания района; - обеспечение сбалансированного развития и размещения инфраструктуры общественного питания на территории района; - продвижение на рынок общественного питания района качественной и безопасной продукции отечественного производства, в том числе областных и местных производителей, и организация взаимодействия между предприятиями общественного питания и хозяйствующими субъектами, осуществляющими производство (поставки) продукции на

- территорию области;
- создание условий для обеспечения безопасности предоставления услуг общественного питания района;
- стимулирование деловой активности хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере общественного питания;
- повышение качества и культуры сервиса предприятий общественного питания для населения района и области;
- информационно-аналитическое обеспечение в области общественного питания

Сроки реализации Стратегии 2018-2019 годы и на период до 2025 года

Целевые показатели и социально-экономической эффективности реализации Стратегии

1. Оборот общественного питания, млн рублей:
 в 2017 г. – 16,6 млн рублей;
 в 2025 г. – 24,8 млн рублей.

1.1. Оборот общественного питания на душу населения, рублей:
 в 2017 г. – 559 рубля;
 в 2025 г. – 829 рубля.

2. Количество посадочных мест в предприятиях общественного питания (общедоступная сеть), единиц:
 в 2017 г. – 1422 единицы;
 в 2025 г. - 1600 единиц.

2.1. Обеспеченность населения района услугами общественного питания (общедоступная сеть) на 1000 жителей, посадочных мест:
 в 2017 г. – 39 посадочных мест;
 в 2025 г. - 42 посадочных места.

2.2. Количество предприятий общественного питания (общедоступная сеть), единиц:
 в 2017 г. – 27 единицы;
 в 2025 г. - 35 единиц

Система организации контроля за исполнением Стратегии

общее руководство и контроль за ходом реализации Стратегии осуществляет муниципальный заказчик Стратегии – администрация Грайворонского района. От имени муниципального заказчика Стратегии оперативную работу по организации управления Стратегией и контролю за ходом ее реализации осуществляет координатор Стратегии – управление экономики и муниципального заказа администрации Грайворонского района

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

1. Введение

Общественное питание – отрасль экономики, предприятия которой осуществляют деятельность по организации питания населения, а также производству и реализации готовой продукции и полуфабрикатов непосредственно на предприятии общественного питания или вне его, с возможностью оказания широкого перечня дополнительных услуг (включая организацию досуга).

Наравне с термином «общественное питание» в Стратегии использован более современный термин «питание вне дома», означающий в целом деятельность предприятий по изготовлению готовой кулинарной продукции и предоставлению условий для ее потребления.

Стратегия направлена на формирование и обеспечение функционирования конкурентоспособной отрасли питания вне дома или общественного питания на территории Грайворонского района (далее – отрасль).

Развитие отрасли общественного питания предполагает увеличение числа и разнообразия (по форматам, специализации, размеру и т.п.) предприятий и объектов отрасли путем стимулирования предпринимательской активности через снятие административных барьеров и формирование стабильных условий ведения бизнеса.

В последние годы рынок общественного питания претерпевает большие изменения. По мнению экспертов, динамика роста рынка, значительное увеличение множества форматов и концептуальных вариантов предприятий, качественно новый уровень ведения бизнеса с использованием новейшего оборудования и технологий подтверждают тенденцию развития отрасли общественного питания и целесообразность инвестиций в этот сегмент.

Рынок общественного питания является составной частью потребительского рынка района, таким образом развитие рынка общественного питания напрямую зависит от потребителей, их покупательной способности и предпочтений. Следовательно, субъекты данного рынка призваны обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения области на услуги общественного питания, качество и безопасность их предоставления, доступность на всей территории области. Неэффективное развитие отрасли влечет за собой снижение качества жизни населения Грайворонского района.

Стратегия позволит:

- провести анализ состояния и развития отрасли в Грайворонском районе, выявить ключевые проблемы развития отрасли;
- создать условия, способствующие заинтересованности бизнеса в развитии отрасли;
- обеспечить баланс интересов потребителей и бизнеса;
- сформировать современный облик Грайворонского района;
- обеспечить развитие отрасли как элемента, формирующего среду жизнедеятельности людей;
- сформировать социально ориентированную систему общественного питания, обеспечивающую ценовую и территориальную доступность услуг для всех групп населения и прочее.

2. Анализ состояния и развития общественного питания Грайворонского района

Общественное питание играет важную роль в динамичном развитии экономики как страны. Специфические свойства товара и услуг общественного питания обуславливают высокую степень его локализации, тесную взаимосвязь с конкретной территорией и ее населением. Как типичный местный рынок, общественное питание обеспечивает высокий уровень занятости населения области и, в связи с этим, оказывает значительное влияние на стабильность экономики области в целом.

В 2017 году на потребительском рынке Грайворонского района осуществляли деятельность 44 предприятия общественного питания, что на 13 процентов больше, чем в 2016 году (39 единиц). Из них 61 процент (27 единиц) относится к общедоступной сети общественного питания. Соответственно, на долю предприятий общественного питания закрытого типа (школьные столовые, приходится 39 процентов (17 единиц).

Общее количество посадочных мест в предприятиях общественного питания на 1 января 2018 года составило 2995 . Из них в общедоступной сети находится 1449 посадочных мест или 48 процентов.

За 2017 год сеть общественного питания общедоступной сети увеличилась на 5 единиц (23 процента) по сравнению с предыдущим годом на 27 посадочных мест 2 процента).

Среди основных характеристик современного ресторанного бизнеса – ориентация на некую усреднённую европейскую кухню.

Вместе с тем активно развивается другой сегмент рынка общепита – фаст-фуд и другие предприятия быстрого питания, что свидетельствует об ориентации населения на демократические форматы общественного питания. Востребованность данного сегмента по-прежнему растет.

Состояние общественного питания общедоступной сети района в настоящее время в разрезе типологии предприятий выглядит следующим образом: 18 кафе (67 процента), 8 закусочных (30 процентов), 1 кофейня (3 процента).

Районный центр достаточно насыщен предприятиями общепита, особенно его центральная часть.

На сегодняшний день реальность состояния рынка общественного питания отражается показателем, который характеризует количество мест на определенное число жителей. Данная характеристика применялась еще в СССР, где, по принятым нормам, среднее значение данного показателя было представлено 40 местами на 1000 жителей. Этот средний норматив по стране действует и сейчас согласно строительным нормам и правилам СНиП 2.07.01–89* «Планировка и застройка городов, поселков и сельских населенных пунктов. Нормы проектирования».

В России отрасль общественного питания недостаточно развита. Так в России на 1000 человек приходится менее одного предприятия общественного питания; в Белгородской области – 1; в Грайворонском районе – 1.

Сфера питания вне дома относится к такого рода рынкам, где предложение рождает спрос. Недостаточное количество объектов питания вне дома нельзя объяснять отсутствием спроса. Желание современного человека позавтракать,

пообедать, поужинать или просто «перекусить» вне собственного жилья естественно, соответствует современному темпу и образу жизни и практически не зависит от уровня его дохода. Такое желание должно удовлетворяться предоставлением разных ценовых возможностей питания вне дома.

Количество посадочных на предприятиях общественного питания мест на 1000 жителей в 2017 году в Грайворонском районе (49 посадочных мест) превышает среднеобластной уровень – 39 посадочных мест.

Сохраняется значительная дифференциация по уровню обеспеченности услугами общественного питания сельского и городского населения. Организация услуг общественного питания в сельской местности является непривлекательной для бизнеса сферой деятельности. Создание объектов в отдаленных, малонаселенных сельских районах связано с серьезными рисками инвестирования и отсутствием гарантий получения прибыли. Обеспечение жителей таких территорий услугами – одна из основных задач региональной политики в сфере потребительского рынка.

Таким образом, имеющаяся в сфере общественного питания района материально-техническая база позволяет обеспечивать стабильные темпы роста оборота общественного питания. За 2014-2016 годы оборот общественного питания в Грайворонском районе в фактически действующих ценах увеличился с 15,2 до 16,6 млн рублей, т.е. возрос на 9,2 процента. В 2017 году оборот общественного питания составил 16,6 млн рублей, и остался на уровне 2016 года.

Наиболее высокие темпы развития оборота наблюдались в 2013 году 17,5 млн.руб. по сравнению с 2011 годом 13,6 млн.руб. Динамика физического объема продаж продукции общественного питания также имеет положительную динамику, кроме 2014 года, по сравнению с предыдущим годом.

В структуре оборота общественного питания Грайворонского района несмотря на незначительное укрупнение сети, наблюдается рост числа индивидуальных предпринимателей. Соответственно, в 2017 году доля оборот общественного питания района, индивидуальных предпринимателей – 15,2 млн.руб. 92 процента.

За 2014-2017 годы увеличился оборот общественного питания на душу населения с 517 рублей в 2014 году до 559 рубля в 2017 году. Прирост составил 42 рубля (8,1 процента).

В настоящее время ценовая политика кафе сложилась так, что средний чек подобных заведений 1–1,5 тыс. рублей и выше, соответственно, для большинства населения района цена является основным ограничением, не позволяющим посещать подобные заведения. Поэтому наблюдается низкая загруженность материально-технической базы предприятий питания. Среди негативных факторов также недостаток оборотных средств и невозможность использования кредитных ресурсов в связи с высокими процентными ставками и нестабильностью кредитно-денежных отношений в стране.

Анализируя сложившуюся ситуацию в сфере услуг общественного питания на потребительском рынке района, можно выделить следующие проблемы:

- несовершенство нормативной правовой базы, регулирующей деятельность предприятий общественного питания;
- отклонение от нормативных показателей числа посадочных мест на 1000 жителей;
- неравномерное типовое распределение сети общественного питания в разрезе сельских поселений Грайворонского района;

- неравномерное территориальное распределение объектов предприятий общественного питания (концентрация объектов торговли и предприятий общественного питания в основном осуществляется в центральных частях районного центра и выражается в неравномерной обеспеченности живущего там населения);

- недостаточное количество предприятий, предлагающих продукцию низкой и средней ценовой категории, специализированных организаций диетического питания, детских и молодежных кафе и т.д.;

- недостаток квалифицированных кадров для работы на предприятиях общественного питания;

- трудности с обеспечением предприятий общественного питания качественным сырьем, в том числе свежей сельскохозяйственной продукцией, низкий уровень логистики в данной сфере; отсутствие современных оптовых рынков по продаже качественной свежей сельскохозяйственной продукции с учетом требований индустрии питания, в результате чего эта продукция поступает на предприятия общественного питания через несколько дней, проходя через несколько посредников, что увеличивает издержки и сроки доставки, снижает качество сырья и готовых блюд;

- недостаточное число предприятий питания с русской кухней, оформленных в национальном стиле, с учетом этнических особенностей Белгородской области. В то время как во многих странах мира предприятия питания имеют самостоятельную культурную, историческую ценность, являются частью имиджа города и страны. Ресторанный бизнес развитых стран во многом построен на гастрономическом туризме;

- отсутствие региональных сетевых брендов общественного питания;

- низкий уровень оплаты труда работников отрасли.

В связи с этим необходимо оказывать поддержку развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере общественного питания в сельской местности, обеспечивая тем самым повышение уровня доступности услуг в отдаленных, труднодоступных населенных пунктах.

В современном градостроительстве размещение предприятий общественного питания обусловлено характером сложившейся системы расселения, планировочными и социально-демографическими условиями каждого конкретного города.

Главная особенность размещения предприятий общественного питания заключается в том, что они образуют единую гибкую (открытую) систему, построенную на учете общерайонных связей и интересов населения, его пространственной мобильности. Соответственно и размещение предприятий общественного питания увязывают с общей пространственной структурой района так, чтобы предприятия местного значения, располагаясь на открытых (территориально не замкнутых) улицах и магистралях, дополняли систему предприятий городского значения и включались в общую архитектурно-пространственную структуру поселения. Предприятия общественного питания местного значения, расположенные в жилой зоне, целесообразно размещать в структуре поселения с учетом системы расположения транспортных остановок там, где основные потоки населения переходят от транспортного к пешеходному движению по пути к месту жительства или работы.

Такое размещение (с учетом обязательной пешеходной доступности)

остановок общественного транспорта одновременно обеспечивает охват каждым предприятием обслуживаемой зоны в пределах пешеходной доступности 5–7 мин (400–500 м) независимо от границ микрорайона. При этом полностью учитываются интересы проживающего населения.

В то же время коммерческий сектор общественного питания как отрасль материального производства должен быть конкурентоспособным. Обеспечение и поддержание определенного уровня конкурентоспособности предприятий общественного питания невозможно без использования современных маркетинговых инструментов, одним из которых являются маркетинговые исследования.

Маркетинговое исследование покупательских предпочтений на рынке общественного питания Грайворонского района подтвердило целесообразность совершенствования системы ценообразования, повышения качества блюд и обслуживания, разнообразия ассортимента за счет включения в меню блюд рационального питания, пропаганды здорового питания, в том числе в средствах массовой информации, развития столовых низкоценового сегмента рынка. Особую озабоченность потребители высказали в связи с санитарным состоянием предприятий общественного питания и профессионализмом персонала.

Для организации рационального питания требуются профессиональные и научные знания в области технологии, позволяющей свести к минимуму потери пищевых веществ в процессе приготовления, применение физиологических норм питания с учетом пола, возраста, профессии и состояния здоровья человека. Всего этого можно достичь при производстве продукции на предприятиях общественного питания с привлечением соответствующих высококвалифицированных специалистов.

В динамике оборота предприятий общественного питания находят отражение непрерывный рост производства и валового внутреннего продукта, с одной стороны, повышение качества жизни населения – с другой. В целом перспективы развития индустрии питания в районе благоприятные. Позитивными факторами этого развития являются:

- рост общей численности населения, проживающего в районе, за счет миграции из других регионов России и СНГ;
- рост деловых, офисных и культурно-развлекательных центров, способствующих увеличению числа работников, нуждающихся в пище в обеденное время, а также числа отдыхающих в свободное от работы время, что способствует повышению проходимости предприятий питания;
- постепенное изменение менталитета населения, меняющего свое отношение к питанию вне дома;
- собственное стремление населения к росту доходов и повышению качества жизни.

Следует отметить, что в условиях увеличения платежеспособного потребительского спроса населения и устойчивого развития оборота общественного питания необходим поиск новых концепций развития общественного питания, разработка и реализация действенных мероприятий, способствующих качественным структурным изменениям деятельности предприятий общественного питания.

Программное решение указанных проблем будет способствовать поддержанию высоких темпов развития отрасли, расширению предложения услуг, реализации программы социально-экономического развития района.

3. Цель и задачи Стратегии

Стратегия направлена на развитие общественного питания в Грайворонском районе.

Рынок общественного питания Грайворонского района призван обеспечивать условия для максимального удовлетворения спроса населения на продукцию общественного питания, качество и безопасность, доступность услуг питания на всей территории района

Целью Стратегии является создание благоприятных условий для открытия, ведения и расширения бизнеса в сфере питания вне дома независимо от формата, размера и способа ведения этого бизнеса, формирование комфортной конкурентной среды и стимулирование предпринимательской активности в сфере общественного питания, развитие всех форм организации общественного питания и поддержка районных и областных производителей-поставщиков продукции.

Цель Стратегии обуславливает решение основных задач:

- создание условий для развития предприятий общественного питания района;
- обеспечение сбалансированного развития и размещения инфраструктуры общественного питания на территории района;
- продвижение на рынок общественного питания района качественной и безопасной продукции отечественного производства, в том числе областных производителей, и организация взаимодействия между предприятиями общественного питания и хозяйствующими субъектами, осуществляющими производство (поставки) продукции на территорию района и области;
- создание условий для обеспечения безопасности предоставления услуг общественного питания района;
- стимулирование деловой активности хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере общественного питания;
- повышение качества и культуры сервиса предприятий общественного питания для населения района;
- информационно-аналитическое обеспечение в области общественного питания.

4. Срок реализации Стратегии

Срок реализации Стратегии: 2018-2019 годы и на период до 2025 года.

5. Направления развития и способы достижения цели и решения задач Стратегии

Направления реализации Стратегии основаны на скоординированных действиях исполнителей и участников мероприятий по достижению намеченных целей и задач Стратегии.

5.1. Создание условий для развития предприятий общественного питания района.

Необходимо создать в районе благоприятные условия для развития отрасли общественного питания, в том числе быстрого обслуживания доступного ценового уровня (демократичного формата) на основе формирования и расширения сети нестационарных предприятий питания (мобильных объектов уличного питания в центральных зонах Грайворонского района, а также спортивно-оздоровительной зоне, в том числе на территориях, прилегающих к основным туристическим маршрутам).

Также необходимо сформировать систему мониторинга хозяйствующих субъектов общественного питания и создать единую базу организаций сферы общественного питания (дислокация в разрезе классификации предприятий общественного питания по типам).

В этой связи необходимо продолжить работу по проведению ежегодного анализа развития инфраструктуры сферы общественного питания в Грайворонском районе, с отражением в нем основных показателей деятельности предприятий и прогноза основных индикаторов развития рынка общественного питания района

5.2. Обеспечение сбалансированного развития и размещения инфраструктуры общественного питания на территории района.

В районе сохраняется значительная дифференциация по уровню обеспеченности услугами общественного питания сельского и городского населения. Преодоление этого дисбаланса, в первую очередь, предполагает ориентацию на развитие общедоступных предприятий общественного питания в сельской местности, территориальная доступность которых должна быть обеспечена за счет устранения диспропорции их размещения. Основой для формирования оптимальной структуры предприятий общественного питания, соответствующей требованиям рынка в районе, должен служить маркетинговый подход, в том числе ориентация на основные потребительские сегменты. В условиях чрезвычайно подвижной, непредсказуемой внешней среды необходимо проведение маркетинговых исследований потребительских предпочтений рынка общественного питания не реже одного раза в два года.

На основе маркетингового подхода для улучшения качества жизни населения с учетом градостроительных, архитектурных, транспортных особенностей территорий целесообразно использовать зональную схему размещения предприятий общественного питания, позволяющую грамотно разместить типы и виды предприятий питания на имеющейся территории. Такой подход позволит повысить привлекательность инфраструктуры городов.

Совершенствование организации общественного питания, развитие новых форматов и внедрение современных форм обслуживания населения предполагают дальнейшее развитие предприятий выездного обслуживания, в том числе: кейтеринга (доставка на дом), организации и доставки семейных и корпоративных ланчей.

В последние годы актуальным становится развитие концептуальных предприятий общественного питания, базирующихся на основе различных критериев от интересов (клубная система) до принципов и направлений питания (здоровое питание, диетическое и лечебное питание, зеленая столовая, вегетарианская кухня, национальная кухня).

Важнейшей из задач потребительского рынка, по-прежнему, является удовлетворение потребностей населения путем:

- дальнейшего создания в кафетериях, буфетах отделов по продаже здоровых, экологически чистых продуктов питания, в том числе вырабатываемых предприятиями области;

- внедрение обогащенных продуктов питания (хлеб, напитки, молочные продукты) в систему общественного питания (как общедоступной, так и ведомственной сети);

- стимулирование развития сети предприятий, опирающихся на индустриальные методы приготовления пищи и доставляющих их по заказам потребителей;

- развитие предприятий быстрого обслуживания.

В рамках обеспечения сбалансированного развития и размещения инфраструктуры общественного питания на территории района необходимо более активно развивать услуги общественного питания в организациях придорожного сервиса и туристических комплексах, более активно внедрять в общественном питании новые формы обслуживания населения, развивать гастрономический туризм.

Местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс района. Связь общественного питания и туризма будет способствовать увеличению притока туристов, в том числе из числа населения области (школьников и студентов образовательных учреждений, пенсионеров), удлинению их пребывания на территории района, увеличению прибыли предприятий общественного питания и сферы туризма. К факторам, благоприятствующим развитию гастрономического туризма в районе (помимо наличия ресурсов), можно отнести: возможность создания новых рабочих мест и вовлечения местных жителей в рабочий процесс; наличие разнообразного природно-рекреационного потенциала, богатого культурно-исторического наследия. В районе в рамках гастрономического туризма можно развивать практически все известные направления: кулинарные школы и мастер-классы, кулинарные развлечения, кулинарные направления, кулинарные события, кулинарные медиа, гастрономические магазины, гастрономические туры от туристических агентств, фермерские рынки, производство пищевых продуктов. Развитию гастрономического туризма служит также позиционирование блюд местной кухни посредством участия предприятий общественного питания в событийных мероприятиях области (фестивалях, ярмарках, праздниках районов, городов, населенных пунктов). Интерес и знакомство с местной, национальной кухней, блюдами, приготовленными из белгородских продуктов местными поварами и/или собственными руками, будут способствовать развитию общественного питания в районе.

Ежегодное проведение мониторинга развития рынка общественного питания будет способствовать обеспечению населения района необходимыми посадочными местами в предприятиях общественного питания, а также обосновывать потребность в предприятиях общественного питания.

В целях реализации Федерального закона от 24 ноября 1995 года № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», Федерального закона от 1 декабря 2014 года № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной

защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» продолжится работа по обеспечению доступности для инвалидов услуг организаций общественного питания.

Обеспечение доступности объектов и услуг торговли и общественного питания для инвалидов и маломобильных групп населения будет осуществляться путем реализации региональной «дорожной карты», утвержденной постановлением Правительства Белгородской области от 21 сентября 2015 года № 346-пп «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг в сферах социальной защиты, труда, занятости, здравоохранения, образования, культуры, транспортного обслуживания, связи и информации, физической культуры и спорта, торговли, туризма, жилищно-коммунального хозяйства и градостроительной политики».

5.3. Продвижение на рынок общественного питания района качественной и безопасной продукции отечественного производства, в том числе районных и областных производителей, и организация взаимодействия между предприятиями общественного питания и хозяйствующими субъектами, осуществляющими производство (поставки) продукции на территорию Грайворонского района.

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, постановлением Губернатора Белгородской области от 03 апреля 2015 года № 31 «О создании областной межведомственной комиссии при Губернаторе области по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Белгородской области». В рамках комиссии организовано взаимодействие и координация деятельности по недопущению поступления на потребительский рынок района фальсифицированной, контрафактной и контрабандной продукции.

Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области, принятая в 2003 году, стала главным стратегическим документом, определяющим приоритеты в деятельности Правительства Белгородской области.

Важнейшее направление Программы - защита здоровья и жизни граждан, в том числе обеспечение качества и безопасности продовольственной продукции.

С этой целью Правительство Белгородской области в сентябре 2016 года заключило соглашение с автономной некоммерческой организацией «Российская система качества» (далее – Роскачество), предусматривающее развитие институтов качества, повышение качества и безопасности продукции на продовольственном и промышленном рынках. Данное соглашение позволяет взаимодействовать как в стратегическом продвижении качества во всех сферах производства, так и в области практических исследований товаров.

В рамках сотрудничества между Правительством Белгородской области и Роскачеством продолжится работа с предприятиями по прохождению добровольной

сертификации «Система подтверждения качества российской продукции» и получению российского Знака качества и другие мероприятия, направленные на развитие региональных институтов качества.

Информация о товарах, удостоенных российского Знака качества, регулярно будет размещаться в средствах массовой информации (далее – СМИ), таким образом, жители Белгородской области будут осведомлены о продукции, отвечающей опережающему стандарту Российской системы качества, в том числе произведенной на территории Белгородской области.

В целях популяризации достижений промышленности области, усиления мотивации организаций и индивидуальных предпринимателей к повышению качества и конкурентоспособности продукции и услуг, повышения потребительской осведомленности о качестве продукции и услуг продолжится работа по проведению на территории области областного конкурса качества продукции и услуг «Белгородское качество».

В целях более широкого использования в общественном питании продукции, произведенной на территории Белгородской области, предполагается сформировать реестр поставщиков сельскохозяйственной продукции и продовольственного сырья для предприятий общественного питания.

5.4. Создание условий для обеспечения безопасности предоставления услуг общественного питания района.

Реализация в соответствии с действующим законодательством мероприятий по контролю за деятельностью предприятий общественного питания в целях предотвращения правонарушений в сферах обеспечения стандартизации, соблюдения правил продажи товаров, санитарных правил и норм является важнейшим направлением обеспечения качества и безопасности предоставления услуг общественного питания области.

Проведение общественными организациями выборочного мониторинга качества кулинарной продукции, реализуемой на территории Грайворонского района, будет также способствовать обеспечению качества и безопасности предоставления услуг общественного питания.

Стимулирование деловой активности хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере общественного питания.

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

В рамках муниципальной программы «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Грайворонском районе на 2017 - 2020 годы» продолжится работа по информированию о финансовой поддержке в форме целевого займа хозяйствующим субъектам, организующим деятельность в сфере общественного питания 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.

Повышение качества и культуры сервиса предприятий общественного питания для населения района.

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

Решение задачи повышения качества и культуры сервиса предприятий питания района неразрывно связано с высоким уровнем квалификации работников общественного питания, что обусловлено проведением конкурсов, чемпионатов профессионального мастерства, мастер-классов, способствующих мотивации работников общественного питания к профессиональному росту и повышению квалификации, а также по повышению престижа профессии инженера-технолога (повара, кондитера) и пропаганде достижений общественного питания (на базе высших и средних специальных учебных заведений).

Также необходимо укрепление сотрудничества с отраслевыми вузами, средними специальными и профессиональными учебными заведениями для подготовки, переподготовки кадров для предприятий общественного питания и популяризации профессии повара и специальности технолога общественного питания.

В рамках повышения квалификации и переподготовки кадров сферы общественного питания предполагается проведение семинаров, конференций, совещаний и прочих мероприятий, связанных с кадровыми вопросами.

В целях формирования имиджа предприятий общественного питания предполагается организация выставок, ярмарок и иных мероприятий.

Оказание содействия образовательным учреждениям и работодателям в организации учебно-производственной практики учащихся на предприятиях общественного питания и участие кадровых служб предприятий общественного питания в ярмарках вакансий, проводимых образовательными учреждениями, будет способствовать притоку в общественное питание района молодых, инициативных работников и более динамичному развитию отрасли.

5.5. Информационно-аналитическое обеспечение в области общественного питания.

Повышение эффективности регионального регулирования в сфере общественного питания основывается на качественной и полной информации о состоянии отрасли в Белгородской области и районе.

Требуется обеспечить развертывание полноценной системы мониторинга отрасли общественного питания с использованием современных информационных систем и ресурсов.

6. Механизм и мониторинг реализации Стратегии

6.1. Механизм реализации Стратегии

Механизмом реализации Стратегии является сформированный План мероприятий («дорожная карта»).

В соответствии с поставленной целью и задачами Стратегии формируется план мероприятий («дорожная карта») по ее реализации по четырем основным направлениям:

- совершенствование правового механизма регулирования общественного

питания;

- системное развитие инфраструктуры питания вне дома на основе роста числа предприятий отрасли и многообразия их форматов как необходимого условия повышения экономической (через механизм ценовой конкуренции на рынке) и территориальной доступности услуг общественного питания для населения;
- обеспечение насыщения потребительского рынка области качественной и безопасной продукцией;
- информационно-аналитическое обеспечение в области общественного питания.

6.2. Целевые индикаторы Стратегии

Состав целевых индикаторов Стратегии сформирован исходя из необходимости отражения уровня развития и многообразия инфраструктуры общественного питания, уровня предпринимательской активности, степени доступности услуг общественного питания для потребителей.

Целевые индикаторы Стратегии:

- оборот общественного питания;
- оборот общественного питания на душу населения;
- количество посадочных мест на предприятиях общественного питания (общедоступная сеть);
- обеспеченность населения области услугами общественного питания (общедоступная сеть) в расчете на 1000 человек населения;
- количество предприятий общественного питания (общедоступная сеть).

В процессе реализации Стратегии данные индикаторы будут являться основой для комплексной оценки результативности деятельности района по обеспечению граждан комфортной потребительской средой и повышению предпринимательской активности в отрасли общественного питания на территории Грайворонского района.

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.

6.3. Ожидаемые результаты реализации Стратегии

Реализация Стратегии позволит создать более благоприятные условия для потребителей и предпринимателей в сфере общественного питания, при которых должно увеличиться предложение и повыситься ценовая и территориальная доступность услуг общественного питания.

Поддержка интересов предпринимателей в сфере общественного питания должна обеспечить ускорение развития отрасли, включая инфраструктурную составляющую и рост объемов производства продукции и услуг.

С ростом количества предприятий общественного питания, в том числе малых форматов, связан ожидаемый рост конкуренции как основного экономического

инструмента сдерживания роста потребительских цен и повышения качества предоставляемых услуг.

Развитие инфраструктуры общественного питания с одновременным увеличением доли экономичных форматов (столовых, закусочных, предприятий быстрого питания) приведет к росту обеспеченности населения области посадочными местами, посещаемости предприятий общественного питания и увеличению затрат на питание вне дома. В результате роль питания вне дома должна вырасти в среднесрочной перспективе.

6.4. Мониторинг реализации Стратегии

Мониторинг реализации Стратегии будет осуществляться ежегодно. Исполнители и участники (по согласованию) Стратегии ежеквартально до 10 числа месяца, следующего за отчетным кварталом, и ежегодно до 15 февраля года, следующего за отчетным годом, информируют департамент экономического развития Белгородской области о ходе выполнения Стратегии в части, их касающейся.

Таблица

Целевые показатели и показатели социально-экономической эффективности реализации мероприятий, предусмотренных Стратегией развития общественного питания в муниципальном районе «Грайворонский район» на период до 2025 года

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Фактическое значение показателя (2017 год)	Планируемое значение показателя по годам:								2025г. к 2017г., %
				2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Оборот общественного питания	млн рублей	16,6	17,1	17,8	18,7	19,5	20,0	21,0	22,0	23,0	138,5
1.1	Оборот общественного питания на душу населения	рублей	559	575	599	629	656	673	707	740	774	138,5
2	Количество посадочных мест в предприятиях общественного питания (общедоступная сеть)	ед.	1449	1460	1500	1500	1510	1510	1520	1520	1600	110,4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2.1	Обеспеченность населения области услугами общественного питания (общедоступная сеть) в расчете на 1000 человек населения	пос. мест	49	49	50	50	51	51	51	51	54	110,2
2.2	Количество предприятий общественного питания (общедоступная сеть)	ед.	27	30	32	32	33	33	34	34	35	129,6