

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



ПОСТАНОВЛЕНИЕ

АДМИНИСТРАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА «ГРАЙВОРОНСКИЙ РАЙОН» БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

« 18 » февраля 20 16 г.

№ 37

Об утверждении Стратегии развития торговли в Грайворонском районе на 2016 год и период до 2020 года

В целях создания благоприятных условий для развития торговой деятельности на территории Грайворонского района, 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 06 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», постановления Правительства Белгородской области от 07 июля 2015 года №264-пп «Об утверждении Стратегии развития торговли в Белгородской области на 2015-2016 годы и период до 2020 года» **п о с т а н о в л я ю:**

1. Утвердить Стратегию развития торговли в Грайворонском районе на 2016 год и период до 2020 года (далее – Стратегия, прилагается).

2. Управлению экономического развития района администрации района (Нестерова Н.Г.) осуществлять координацию деятельности всех участников Стратегии по исполнению мероприятий, реализуемых в рамках Стратегии.

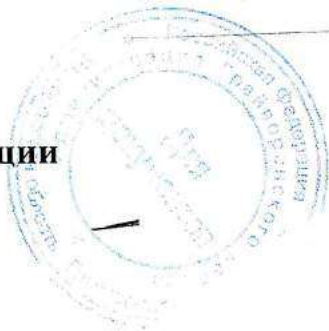
3. Рекомендовать территориальным федеральным органам исполнительной власти и другим организациям, осуществляющим в рамках возложенных полномочий контрольные и надзорные функции в сфере торговли, взаимодействовать с органами местного самоуправления по участию в мероприятиях, реализуемых в рамках Стратегии.

4. Управлениям, отделам администрации района, администрациям городского и сельских поселений района в установленном законодательством порядке принять участие в мероприятиях, реализуемых в рамках Стратегии.

5. Управлению организационно-контрольной, информационно-аналитической работы администрации района (Леонова О.В.) обеспечить опубликование настоящего постановления на официальном сайте администрации Грайворонского района.

6. Контроль за исполнением постановления возложить на первого заместителя главы администрации района В.А. Скочко.

Глава администрации



А. Верзун

УТВЕРЖДЕНА
 постановлением администрации
 Грайворонского района
 от «18» февраля 2016 года № 37

СТРАТЕГИЯ
развития торговли в Грайворонском районе
на 2016 год и период до 2020 года

Паспорт
Стратегии развития торговли в Грайворонском районе
на 2016 год и период до 2020 года

Наименование Стратегии	- «Стратегия развития торговли в Грайворонском районе на 2016 год 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»; - Постановление Правительства Белгородской области от 07.07.2015 N 264-пп «Об утверждении Стратегии развития торговли в Белгородской области на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года»
Муниципальный заказчик Стратегии	- администрация Грайворонского района
Представитель государственного заказчика (координатор) Стратегии	- отдел экономического анализа и развития потребительского рынка управления экономического развития района администрации Грайворонского района
Руководитель Стратегии	- Скочко Валерий Александрович – первый заместитель главы администрации района
Разработчик Стратегии	- отдел экономического анализа и развития потребительского рынка управления экономического развития района администрации района

Исполнители Стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - отдел экономического анализа и развития потребительского рынка управления экономического развития района администрации района; - управление по развитию АПК и природопользованию администрации района; - администрации городского и сельских поселений Грайворонского района (по согласованию).
Участники Стратегии (по согласованию)	<ul style="list-style-type: none"> - территориальный отдел управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Белгородской области в Яковлевском районе (по согласованию); - ОГБУ «Грайворонская станция по борьбе с болезнями животных» (по согласованию); - ОМВД России по Грайворонскому району (по согласованию); - подразделение Белгородстата в городе Грайвороне (по согласованию); - Грайворонский таможенный пост (по согласованию); - помощник Уполномоченного по защите прав предпринимателей Белгородской области от Грайворонского района (по согласованию); - хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сфере розничной торговли на территории Грайворонского района.
Цель Стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - развитие торговой деятельности для обеспечения удовлетворенности всех участников сферы торговли (производителей, субъектов торговли и потребителей) посредством поддержки районных товаропроизводителей, обеспечения доступности товаров и удовлетворения спроса на товары для населения района, формирования комфортной конкурентной среды для субъектов торговой деятельности, развития всех форм торговли и стимулирования предпринимательской активности
Задачи Стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - создание благоприятных условий для развития всех форм торговли, в том числе малого торгового бизнеса и нестационарной торговли; - обеспечение сбалансированного размещения на территории района инфраструктуры торговли; - создание комфортной потребительской среды; - повышение качества и культуры обслуживания населения района в сфере торговли;

- повышение экономической (ценовой) доступности товаров для населения района;
- обеспечение условий для наличия на потребительском рынке района продукции отечественного производства, в том числе районных и 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 района качественной и безопасной продукцией;
- организация взаимодействия между всеми хозяйствующими субъектами - участниками сферы торговли;
- информационно-аналитическое обеспечение в районе торговой деятельности

Сроки реализации
Стратегии

2016 год и период до 2020 года

Целевые показатели
и показатели
социально-
экономической
эффективности
реализации Стратегии

1. Оборот розничной торговли, млн. рублей:
в 2015 г. – 2030,1 млн. рублей;
в 2020 г. – 3166,2 млн. рублей.
 - 1.1. Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. рублей:
в 2015 г. – 68,7 тыс. рублей;
в 2020 г. – 104,5 тыс. рублей.
 - 1.2. Удельный вес розничной торговли пищевыми продуктами в структуре оборота розничной торговли, процентов:
в 2015 г. – 42,0 процента;
в 2020 г. - 39,0 процентов.
 - 1.3. Удельный вес оборота розничных торговых сетей в обороте розничной торговли, процентов:
в 2015 г. - 14,8 процента;
в 2020 г. – 17,5 процента.
2. Площадь торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, кв. м:
в 2015 г. - 11435 кв. м;
в 2020 г. - 13950 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 2015 г. - 387 кв. м;

в 2020 г. – 460 кв. м.

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

в 2015 г. - 222 единицы;

в 2020 г. - 240 единиц.

3. Количество розничных рынков, единиц:

в 2015 г. - 1;

в 2020 г. – 1.

3.1. Количество торговых мест на розничных рынках, единиц:

в 2015 г. - 47;

в 2020 г. – 47.

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

в 2015 г. - 4;

в 2020 г. – 4.

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

в 2015 г. - 388 единиц;

в 2020 г. - 420 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 – отдел экономического анализа и развития потребительского рынка управления экономического развития района администрации района.

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

1. Введение

Стратегия развития торговли в Грайворонском районе на 2016 год и период до 2020 года (далее - Стратегия) охватывает сегменты розничной торговли товарами потребительского назначения, прежде всего продуктами питания, и направлена на формирование и обеспечение функционирования торговой системы, соответствующей требованиям развития социальной сферы и экономики Грайворонского района.

Стратегия отражает результаты анализа состояния и развития торговли в Грайворонском районе, действующего правового регулирования отношений в области торговой деятельности, основных проблем развития внутренней торговли, определяет стратегические цели и задачи органов местного самоуправления и бизнеса в отрасли торговли на долгосрочную перспективу, целевые индикаторы (показатели) и комплекс мероприятий, обеспечивающих их достижение, риски различного характера, механизм реализации мероприятий и порядок мониторинга реализации Стратегии.

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

Под развитием торговой отрасли в настоящей Стратегии понимается создание равных возможностей для беспрепятственного открытия, расширения и ведения бизнеса субъектами торговой деятельности любых размеров (малых, средних, крупных) вне зависимости от выбранного хозяйствующим субъектом торгового формата, при стабильных условиях ведения бизнеса, всесторонней гарантии прав и минимизации административного воздействия.

Все форматы торговли, независимо от размера, признаются цивилизованными и имеют право на беспрепятственное развитие в рамках своей самобытности и уникальности, а также на естественную эволюцию без вмешательства государства вследствие роста предпринимательской активности, изменений предпочтений потребителей и стремления граждан к комфортной среде обитания.

Основными направлениями развития торговой деятельности в районе являются увеличение ассортимента товаров и услуг, внедрение современных форм обслуживания, повышение профессионализма работников, улучшение качества предоставляемых услуг.

Муниципальная политика в сфере регулирования торговой деятельности позволит сбалансировать интересы государства, потребителей, предпринимателей, инвесторов и сделает Грайворонский район более привлекательным и конкурентоспособным, удобным для жизни людей.

Рынок продуктов питания является самым большим потребительским рынком в целом в Белгородской области и в Грайворонском районе в частности. Для улучшения качества торгового обслуживания, изучения ситуации на потребительском рынке района необходимо продолжить

проведение мониторингов работы торговых объектов по различным направлениям деятельности.

Положительная динамика развития потребительского рынка района свидетельствует об улучшении социально-экономического климата Грайворонского района.

2. Анализ состояния и развития торговой отрасли в Грайворонском районе

Отрасль торговли является одной из важнейших отраслей в экономическом развитии Грайворонского района.

В районе на долю торговли приходится около 9% валового муниципального продукта; из общего количества зарегистрированных на территории района субъектов бизнеса 50% задействованы в сфере розничной торговли.

Повышение качества жизни населения, обеспечение высоких темпов экономического роста, создание потенциала для будущего развития региона прямо или косвенно пересекаются с проблемами развития потребительского рынка района.

Рост доходов населения (в 2013 году среднемесячная заработная плата по району составила 19383 рубля, в 2014 году - 20809 рублей; по оперативным данным за 2015 год – 22335 рублей) является основным фактором, способствующим успешному развитию потребительского рынка, так как следствием является увеличение покупательского спроса, расширение ассортимента товаров и услуг.

В г. Грайвороне и районе осуществляют свою деятельность 222 стационарных предприятия розничной торговли, 1 рынок, 4 ярмарки, проводимые на постоянной основе. Торговая сеть представлена предприятиями розничной торговли торговых сетей, частных организаций и индивидуальных предпринимателей. Отличительной ее чертой является стабильность и высокая степень товарного насыщения.

По состоянию на 01 января 2016 года на территории района осуществляют деятельность 10 магазинов торговых сетей федерального и регионального уровней, из них 2 магазина под брендом «Магнит», 1 магазин - «Пятерочка», 1 магазин - «Ясные зори», 1 магазин - «Евросеть-Ритейл», 1 магазин - «Дальние дали», 2 магазина - «Мойдодыр», 2 магазина – «Санги Стиль».

Доля предприятий торговли, отвечающих современным требованиям, увеличивается. Главное преобразование – это формирование сетевых торговых систем, конкурентными преимуществами которых перед автономными магазинами являются: возможность централизованной закупочной политики, высокотехнологичная логистика, эффективная ассортиментная политика, популярная торговая марка, автоматизация технологических процессов.

В 2015 году в районе на строительство и реконструкцию в сектор торговли привлечено 13,5 млн. рублей инвестиций. Введены в эксплуатацию здания для осуществления торговой деятельности в г. Грайвороне по ул. Интернациональная 2/2 (Митюшина А.Н.) торговой площадью

349 кв.м, ул. Тарана, 51/1 (Гатаулина А.А.) торговой площадью 144 кв.м, в с. Антоновка (Светцов Ю.А.) для сдачи в аренду для открытия магазинов с торговой площадью около 100 кв.м, в с. Головчино, ул. Грайворонская, 14-а (2 пристройки к торговому комплексу ООО «Партнер») площадью 242 кв. м.

В 2013-2015 годах продолжается совершенствование предприятий потребительского рынка района: открываются специализированные магазины по продаже одежды, автозапчастей, строительных материалов, мебели и так далее. Прирост числа магазинов за последние 3 года составил 30 единиц.

За последние 3 года потребительский рынок района развивается быстрыми темпами. Так, оборот розничной торговли в действующих ценах в 2015 г. вырос до 2030,1 млн. руб., что на 65 % выше, чем в 2013 г. (1228,7 млн. руб.).

По оценочным данным, оборот розничной торговли в 2016 году составит 2190,0 млн. руб., что на 8% выше, чем в 2015 году и к 2020 году достигнет 3166,2 млн. рублей, что превысит более чем в 1,5 раза оборот розничной торговли за 2015 год.

Этих показателей можно будет достичь, так как в 2016 году планируются к вводу в эксплуатацию в районе 12 объектов потребительского рынка с торговой площадью 3062 кв.м, в том числе такие крупные объекты как социально-торгово-бытовой комплекс в г. Грайвороне по ул. Тарана, 49 с торговой площадью магазинов 693 кв.м, торгово-офисный центр «Мираж» в г. Грайвороне по ул. Мира, 13 с торговыми помещениями площадью 1062,1 кв.м, многофункциональный центр торговли и обслуживания населения «Семейный» в г. Грайвороне по ул. Кирова, 34-а с торговой площадью 207 кв.м, магазин по продаже бытовой техники в г. Грайвороне по ул. Тарана, 32 с торговыми залами площадью 288,7 кв.м. В 2017 году планируется к вводу в эксплуатацию многофункциональный торгово-офисный центр в г. Грайвороне по ул. Советская, 5 с торговой площадью 817,8 кв.м. Ввод в эксплуатацию объектов торговли в 2016-2017 годах представлен в таблице №1.

Таблица №1

**Планируемый ввод в эксплуатацию объектов торговли в 2016 году
(вновь строящиеся и после реконструкции)**

№ № п/п	Наименование объекта торговли	Застройщик	Адрес объекта	Торговая площадь, кв. м
1.	Магазин «Продукты» (ИП Безвода З.А)	Светличный С.Н. (реконструк- ция)	с. Гора-Подол ул. Заводская, 8	45,8
2.	Магазин «Строительные материалы»	Светличный С.Н. (переоформле- ние документов)	с. Гора-Подол ул. Заводская, 8	25,7
3.	Магазин «Продукты»	Хмеленко Геннадий Николаевич	с. Гора-Подол ул. Проселочная, 21-б	40,0
4.	Торгово-офисный центр	Ванин Василий Иванович	г. Грайворон, ул. Луначарского, 128/3	71,5
5.	Магазин «Все для дома»	Андреева Е.И.	г. Грайворон ул. Интернаци- ональная, 4	150,0
6.	Социально- торгово-бытовой комплекс	Коломыцева Н.А.	г. Грайворон, ул. Тарана, 49	торговый зал - 407; торговый зал - 286
7.	магазин	Пройда Раиса Николаевна	с. Головчино, ул. Карла Маркса, 18-а	78,5
8.	Торгово-офисный центр «Мираж»	ООО «Мираж» (Клименко Ю.А.)	г. Грайворон, ул. Мира, 13	торговый зал 1 этаж - 531,7; торговый зал 2 этаж – 530,4
9.	Пристройка к магазину «Березка»	Созоненко С.И.	с. Головчино, ул. Кравченко, 2-а	100
10.	Магазин	Хамцов А.Н.	г. Грайворон, ул. Интернаци- ональная, 11-б	300

11.	Многофункциональный центр торговли и обслуживания населения «Семейный»	Белкина В.Н.	г. Грайворон, ул. Кирова, 34-а	207
12.	Магазин	Гиголаев Д.Г.	г. Грайворон, ул. Тарана, 32	торговый зал – 144,4; торговый зал – 144,3
Итого:				3062,3

**Планируемый ввод в эксплуатацию объектов торговли в 2017 году
(вновь строящиеся и после реконструкции)**

№ № п/п	Наименование объекта торговли	Застройщик	Адрес объекта	Торговая площадь, кв. м
1.	Многофункциональный торгово-офисный центр	Горягин И.А.	г. Грайворон, ул. Советская, 5	817,8
2.	Пристройка к действующему магазину	Митюшин А.Н.	г. Грайворон, ул. Интернациональная, 2/2	132,0
Итого:				949,8

Большая часть торговых помещений будет сдаваться в аренду для открытия сетевых крупных магазинов, так как наличие только одного магазина «Магнит» с востребованной населением формой самообслуживания и возможностью приобретения всего ассортимента товаров на одном торговом объекте недостаточно для районного центра.

В структуре оборота розничной торговли продажа продовольственных товаров составляет 42%, промышленных - 58%. Открытие новых крупных торговых объектов по продаже бытовой техники, мебели, строительных и отделочных материалов, одежды позволит жителям района приобретать необходимые товары без поездок в торговые предприятия областного центра и соседних районов и областей. А рост заработной платы, улучшение материального благосостояния жителей района, увеличение объемов строительства жилья позволит увеличить удельный вес розничной торговли промышленными товарами в структуре оборота розничной торговли к 2020 году до 61%.

Норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов на территории Грайворонского района утвержден постановлением Правительства Белгородской области от 22 ноября 2010 года № 395-пп «Об утверждении нормативов минимальной обеспеченности населения

площадью торговых объектов на территории Белгородской области» и составляет 268 кв.м на 1 тысячу жителей, в том числе по реализации продовольственных товаров – 82 кв.м, по реализации непродовольственных товаров – 186 кв.м. и применяется для достижения основных критериев оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения, удовлетворения спроса на эти товары.

Фактически по состоянию на 01.01.2016 г. торговая площадь предприятий розничной торговли на 1 тыс. жителей составляет 387 кв.м, уровень минимальной обеспеченности населения торговой площадью на 1 тысячу жителей – 143,7%, по состоянию на 01.01.2015 г. – 143,3%, то есть уровень минимальной обеспеченности жителей района торговой площадью за 2015 год возрос на 0,4% .

Норматив расчета потребности торговых площадей для обеспечения жизнедеятельности населения района в разрезе по городскому и сельским поселениям района представлен согласно СП 42.13330.2011. Свод правил. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89 (утвержден Приказом Минрегиона РФ от 28.12.2010 г. №820).

Расчет представлен в таблице №2 и произведен по следующим нормам:

1) для городского поселения – 280 кв.м торговых площадей на 1 тысячу человек, в том числе продовольственных товаров – 100 кв.м торговой площади, непродовольственных товаров – 180 кв.м;

2) для сельского поселения – 300 кв.м торговой площади на 1 тысячу человек, в том числе продовольственных товаров – 100 кв.м торговой площади, непродовольственных товаров – 200 кв.м.

Таблица №2

Расчет норматива торговых площадей по Грайворонскому району

город «Грайворон» – 6481 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	1815	5687	+3872
в том числе:			
Продовольственные товары	648	1737	+1089
Непродовольственные товары	1167	3950	+2783

Село Луговка – 210 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	63	18	- 45
в том числе:			
Продовольственные товары	21	18	-3
Непродовольственные товары	42	0	-42

Безыменское сельское поселение – 807 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	242	107	-135
в том числе:			
Продовольственные товары	81	107	+26
Непродовольственные товары	161	0	-161

Головчинское сельское поселение – 8246 чел. (в том числе жители г. Белгород-22)			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	2474	3022	+548
в том числе:			
Продовольственные товары	825	1849	+1024
Непродовольственные товары	1649	1173	-476
Гора-Подольское сельское поселение – 2527 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	758	544	-214
в том числе:			
Продовольственные товары	253	359	+106
Непродовольственные товары	505	185	-320
Горьковское сельское поселение – 955 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей	Фактическое наличие торговых площадей	Отклонение, +/-
Итого:	287	131	-156
в том числе:			
Продовольственные товары	96	131	+35
Непродовольственные товары	191	0	-191

Доброивановское сельское поселение – 2106 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей	Фактическое наличие торговых площадей	Отклонение, +/-
Итого:	632	485	-147
в том числе:			
Продовольственные товары	211	405	+194
Непродовольственные товары	421	80	-341
Дорогощанское сельское поселение – 948 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей	Отклонение, +/-
Итого:	284	238	-46
в том числе:			
Продовольственные товары	95	151	+56
Непродовольственные товары	189	87	-102
Дунайское сельское поселение – 1149 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей	Отклонение, +/-
Итого:	345	223	-122
в том числе:			
Продовольственные товары	115	193	+78
Непродовольственные товары	230	30	-200

Ивано-Лисичанское сельское поселение – 1697 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей	Отклонение, +/-
Итого:	509	332	-177
в том числе:			
Продовольственные товары	170	332	+162
Непродовольственные товары	339	0	-339
Козинское сельское поселение – 1277 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей	Отклонение, +/-
Итого:	383	321	-62
в том числе:			
Продовольственные товары	128	251	+123
Непродовольственные товары	255	70	-185
Мокроорловское сельское поселение – 824 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв.м	Отклонение, +/-
Итого:	247	115	-132
в том числе:			
Продовольственные товары	82	115	+33
Непродовольственные товары	165	0	-165

Новостроевское сельское поселение – 848 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	255	30	-225
в том числе:			
Продовольственные товары	85	30	-55
Непродовольственные товары	170	0	-170
Сморозинское сельское поселение – 1469 чел.			
Специализация магазинов	Норматив торговых площадей, кв. м	Фактическое наличие торговых площадей, кв. м	Отклонение, +/-
Итого:	441	182	-259
в том числе:			
Продовольственные товары	147	182	+35
Непродовольственные товары	294	0	-294
Всего по району:	8735	11435	+2700
в том числе:			
продовольственные товары	2957	5860	+2903
непродовольственные товары	5778	5575	-203

Исходя из расчетов, магазинами, специализирующимися на реализации продовольственной группы товаров, по состоянию на 01 января 2016 года практически все сельские поселения обеспечены (в Новостроевском сельском поселении невыполнение норматива восполняется организацией выездной торговли в с. Вторая Новостроевка), в городе Грайвороне превышение норматива – в 2,7 раза.

Во всех сельских поселениях района по-прежнему не достигнут расчетный норматив торговых площадей по реализации непродовольственных товаров. Необходимо при оформлении градостроительной документации района учитывать выделение земельных участков в сельских поселениях для строительства магазинов по продаже одежды, обуви, строительных и отделочных материалов, хозяйственных товаров, мебели и т.д.

В настоящее время в районе функционируют 1 универсальный рынок в городе Грайвороне с общим количеством торговых мест – 47 единиц и 4 ярмарки, проводимые на постоянной основе, в городе Грайвороне и селе Головчино с общим количеством торговых мест – 388 единиц. В 2016 году в селе Головчино планируется проведение благоустройства территории рядом с действующей по ул. Карла Маркса, 1-л ярмаркой МУП «Универсал» с увеличением количества торговых мест для нестационарной торговли на 30 единиц.

Тем не менее, в торговой отрасли района остается ряд проблем, требующих своего решения.

Остается проблема наличия на территории района труднодоступных населенных пунктов, не обеспеченных стационарными торговыми объектами по продаже товаров первой необходимости.

Определены 3 населенных пункта (п. Доброполье, с. Санково, п. Совхозный) с численностью населения 408 человека. Проживает в этих селах от 47 до 272 человек. Основная причина отсутствия стационарной торговой сети – все уменьшающаяся численность населения неперспективных сел, переезд молодежи в более крупные населенные пункты с наличием необходимой инфраструктуры. До ближайших населенных пунктов, имеющих торговые точки – от 3 до 7 км.

Разработаны графики обеспечения этих населенных пунктов предприятиями малого и среднего бизнеса. Автолавки принимают заказы на поставки не только продовольственных товаров первой необходимости, но и хозяйственных товаров.

Недостаточно обеспечена доступность предприятий потребительского рынка для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями. Решению данной проблемы будет способствовать реализация мер по соблюдению с 01 января 2016 года условий 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» по обеспечению доступа для инвалидов и других маломобильных групп граждан во вновь вводимые и действующие объекты торговли: оборудование их пандусами и другим необходимым оборудованием.

За последние годы в районе значительное внимание уделяется внешнему оформлению фасадов зданий магазинов, территории рынка. Все предприятия потребительского рынка имеют асфальтированные подъездные пути, уделяют внимание благоустройству окружающей территории. Проводятся мероприятия по монтажу систем кондиционирования, улучшению внешнего облика объектов с помощью светового и рекламного оформления.

Руководители предприятий торговли и индивидуальные предприниматели принимают меры, направленные на повышение эффективности работы за счет повышения культуры и профессионализма обслуживания, внедрения ее прогрессивных форм: самообслуживания, салонной торговли, торговли в кредит, по заказам, реализации товаров

с применением оборудования для считывания штрих-кодов, применение скидок на пользующиеся спросом у населения товары.

В целях реализации Указа Президента Российской Федерации от 23 января 2015 года №31 «О дополнительных мерах по противодействию незаконному обороту промышленной продукции», в рамках реализации Программы улучшения качества жизни населения Белгородской области особую актуальность приобретает защита потребительского рынка от проникновения некачественных контрафактных и фальсифицированных товаров. Решение этих задач возложено на образованную постановлением администрации Грайворонского района от 21 мая 2015 г. № 269-п районную межведомственную комиссию по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Грайворонском районе. Проводимые ею мероприятия позволяют повысить эффективность защиты потребительского рынка района от нелегальной деятельности при реализации алкогольной продукции, от поступления контрафактной и некачественной продукции.

В целом, развитие потребительского рынка района свидетельствуют о наличии предпосылок для его дальнейшего роста на среднесрочную перспективу.

Реализация Стратегии будет способствовать дальнейшему развитию торговой инфраструктуры, внедрению современных форм и методов обслуживания покупателей, созданию эффективной конкурентной среды на потребительском рынке.

3. Цель и задачи Стратегии

Стратегия направлена на развитие одного из секторов экономики Грайворонского района - отрасли «Торговля».

Целью Стратегии является создание условий для формирования комфортной среды для граждан и субъектов предпринимательской деятельности (как производителей товаров, так и субъектов торговой деятельности) через развитие многоформатной инфраструктуры торговли посредством стимулирования роста любых форм предпринимательской активности. Иными словами - построение системы, при которой одновременно обеспечивается удовлетворенность трех участников отношений в сфере торговли, а именно:

- потребителя (в пределах места жительства и работы имеет возможность приобретать товары, в том числе отечественного и местного производства, на свой вкус, по справедливой цене, на приемлемых и комфортных условиях, с возможностью выбора разных торговых форматов и хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю, то есть на конкурентных условиях);

- производителя любого объема качественной и востребованной продукции (имеет возможность удобно, предсказуемо, выгодно и гарантированно сбывать свой товар);

- субъекта торговли - предпринимателя (выполняет функцию по соединению интересов потребителей и производителей и транслирует производителю запросы и предпочтения потребителей, имеет возможность легально осуществлять торговую деятельность, комфортно открывать, вести и расширять свой торговый бизнес).

Целью Стратегии является также развитие торговой деятельности посредством поддержки областных, районных товаропроизводителей, обеспечения доступности товаров и удовлетворения спроса на товары для населения района, 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 района инфраструктуры торговли;
- создание комфортной потребительской среды;
- повышение качества и культуры обслуживания населения района в сфере торговли;
- повышение экономической (ценовой) доступности товаров для населения района;
- обеспечение условий для наличия на потребительском рынке района продукции отечественного производства, в том числе областных и районных 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 района качественной и безопасной продукцией;
- организация взаимодействия между всеми хозяйствующими субъектами - участниками сферы торговли;
- информационно-аналитическое обеспечение в районе торговой деятельности.

4. Срок реализации Стратегии

Срок реализации Стратегии – 2016 год 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 районе благоприятные условия для развития всех форм торговли, в том числе малого торгового бизнеса и нестационарной торговли, организовывая ярмарочные мероприятия и предоставляя торговые места на бесплатной основе. Поддержка малых торговых форматов будет способствовать решению проблем в обеспечении продовольственной продукцией сельских населенных пунктов, где отсутствует необходимый ассортимент товаров, а также 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 и районным товаропроизводителем.

5.2. Обеспечение сбалансированного размещения на территории района инфраструктуры торговли.

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

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

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

Администрация района обеспечивает возможность граждан получить консультации по потребительской тематике, 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 Грайворонского района.

Необходимо повышать имидж 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 района 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.

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 района, оказание адресной помощи.

Необходимо создавать условия на потребительском рынке района для увеличения доли продукции областного производства, в том числе продукции сельхозтоваропроизводителей, крестьянских (фермерских) хозяйств, владельцев личных подсобных хозяйств.

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).

Распоряжением администрации района от 28 января 2016 года №26-р «Об утверждении плана-графика проведения праздничных выставок и ярмарок на территории района в 2016 году» увеличено до 23 количество организуемых администрацией района праздничных ярмарок, выставок, ярмарок «выходного дня». Торговые места предоставляются на бесплатной основе.

Торговые предприятия района и области, сельхозтоваропроизводители, крестьянские (фермерские) хозяйства, владельцы личных подсобных хозяйств привлекаются к участию в ярмарках.

Участие в выставках и ярмарках способствует увеличению выпуска конкурентоспособной продукции, перенятию опыта и всего самого нового и лучшего у других товаропроизводителей, а, следовательно, все большему удовлетворению спроса населения в экологически чистой продукции.

Постановлением администрации района от 01 июня 2011 года № 347 «Об утверждении схемы размещения нестационарных торговых объектов в Грайворонском районе» определены места для организации выездной торговли, размещения лотков, палаток, автолавок.

В 2015 году создано дополнительно 100 торговых мест для размещения нестационарных торговых объектов для реализации сельскохозяйственной продукции, выращенной в личных подсобных хозяйствах. Проблем с выделением торговых мест нет.

В 2016 году в районе будут определены дополнительные места для размещения нестационарных торговых объектов в городе Грайвороне в районе микрорайона «Южный» для возможности реализации сельхозпродукции непосредственно в районе жилых застроек.

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

В условиях сложившейся политической и внешнеэкономической ситуации одной из приоритетных задач в районе является обеспечение продовольственной безопасности района, в том числе посредством импортозамещения.

В этой связи необходимо проводить ежегодный анализ доли представленности продовольственной продукции областного производства на полочном пространстве розничной торговой сети района, в том числе во взаимодействии с территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. Членам Ассоциации рынков и ярмарок в Белгородской области МУП «Универсал» и ЗАО «Параллель» необходимо оказывать содействие товаропроизводителям района в части предоставления им торговых мест на льготных условиях и размещения произведенной продукции на территории рынка района и ярмарок, проводимых на постоянной основе.

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 в сельской местности, обеспечивая естественные условия для развития свободной конкуренции и повышения уровня предпринимательской активности.

Оказывать муниципальную услугу «Предоставление поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в рамках реализации муниципальных программ» на территории муниципального района «Грайворонский район» по рассмотрению заявок субъектов малого и среднего предпринимательства о получении характеристики и рекомендации администрации района для получения кредитных ресурсов, а также информационно-консультационных услуг.

Информирование о перечне муниципального имущества района, предназначенного для передачи во владение и (или) пользование на долгосрочной основе субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

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

Работа по обеспечению насыщения потребительского рынка района 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 района.

В рамках районной межведомственной комиссии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции организовано взаимодействие и координация деятельности заинтересованных территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, правоохранительных органов, администрации района и администраций городского и сельских поселений района по недопущению проникновения на потребительский рынок района контрафактной и контрабандной продукции.

5.8. Организация взаимодействия между всеми хозяйствующими субъектами торговой отрасли.

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

В соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2009 года №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», приказом 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», для повышения эффективности управления в области торговой деятельности и содействия ее развитию с 2011 года управление экономического развития района администрации района формирует на основании предоставленной субъектами бизнеса информации торговый реестр предприятий торговли в программном продукте «Торговый реестр» с занесением всей необходимой информации об объектах торговли и осуществляет предоставление сведений, содержащихся в нем, в департамент экономического развития Белгородской области.

Кроме того, работа по организации взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность на территории района, с подразделением Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области в городе Грайвороне, должна проводиться на постоянной основе.

5.9. Информационно-аналитическое обеспечение в районе торговой деятельности.

Информационно-аналитическое обеспечение мероприятий, проводимых в районе 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 районе 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 Грайворонского района постоянно освещается в районной газете «Родной край», на официальном сайте администрации Грайворонского района 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 3 числа месяца, следующего за отчетным кварталом, и ежегодно до 5 февраля года, следующего за отчетным годом, информируют управление экономического развития района администрации Грайворонского района о ходе выполнения Стратегии в части, их касающейся.

Управление экономического развития района администрации Грайворонского района до 25 марта года, следующего за отчетным годом, направляет в департамент экономического развития Белгородской области информацию о ходе выполнения Стратегии.

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,
- росте налоговых поступлений в бюджеты различных уровней,
- совершенствовании системы подготовки и переподготовки кадров для

сферы потребительского рынка.

Достижение прогнозируемых значений целевых показателей и показателей социально-экономической эффективности реализации мероприятий, предусмотренных Стратегией, приведены в таблице №3.

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

В предложенной Стратегии управлением экономического развития района администрации района учтены все направления развития торговой деятельности, обозначенные областной Стратегией развития торговли.

Таблица №3

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

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Фактическое значение показателя 2014 год	Фактическое значение показателя 2015 год	Планируемое значение показателя по годам:						2020 г. к 2015 г., %
					2016	2017	2018	2019	2020		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1.	Оборот розничной торговли	млн. рублей	1874,4	2030,1	2190,0	2410,1	2645,1	2896,7	3166,2	156,0	
	Численность населения	чел.	29165	29544	29600	29650	29650	30200	30300	102,6	
1.1.	Оборот розничной торговли на душу населения	тыс. рублей	64,3	68,7	74,00	81,3	89,2	95,9	104,5	152,1	
1.2.	Удельный вес розничной торговли пищевыми продуктами в структуре оборота розничной торговли	%	42,5	42,0	41,0	40,0	40,0	40,0	39,0	-	
1.3.	Удельный вес оборота розничных торговых сетей в обороте розничной торговли	%	14,0	14,8	15,5	16,0	16,5	17,0	17,5	-	

2.	Площадь предприятий розничной торговли всех форматов, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе	кв. м	11251	11435	13400	13500	13600	13900	13950	122,0
2.1.	Обеспеченность населения площадью торговых объектов, на 1 тыс. жителей	кв. м	385	387	453	455	459	460	460	118,9
2.2.	Количество предприятий розничной торговли всех форматов, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе	ед.	225	222	235	237	239	240	240	108,1
3.	Количество розничных рынков	ед.	1	1	1	1	1	1	1	100,0
3.1.	Количество торговых мест на розничных рынках	ед.	43	47	47	47	47	47	47	100,0
3.2.	Количество ярмарок, проводимых на постоянной основе	ед.	4	4	4	4	4	4	4	100,0
3.3.	Количество торговых мест на ярмарках, проводимых на постоянной основе	ед.	408	388	418	418	418	420	420	108,2