



АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА БЕЛГОРОДА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

«30» августа 20 10 года

№ 144

Об утверждении Программы развития торговли и услуг в городе Белгороде на 2011 – 2015 годы

В соответствии со ст. 16 Федерального закона РФ от 06.10.2003г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (в ред. Федеральных законов от 19.06.2004г. №53-ФЗ, 05.04.2010г. №40-ФЗ), ст. 9 Устава городского округа «Город Белгород», принятого решением Белгородского городского Совета депутатов от 29.11.2005г. № 197 (в ред. решений Совета депутатов города Белгорода от 25.12.2007г. №602, 26.08.2008г. №59, 26.05.2009г. №213), и в целях создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры, соответствующей требованиям инновационного развития экономики и способствующей модернизации экономики города в целом, **п о с т а н о в л я ю:**

1. Утвердить прилагаемую Программу развития торговли и услуг в городе Белгороде на 2011 – 2015 годы (далее - Программа).

2. Возложить функции координатора Программы на управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики администрации города (Шатило В.Я.).

3. Департаменту экономики, финансов и инвестиционной политики администрации города (Дюков О.Д.) обеспечить опубликование настоящего постановления в газете "Наш Белгород".

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на департамент экономики, финансов и инвестиционной политики (Дюков О.Д.).

Информацию о ходе исполнения постановления представлять ежегодно к 15 августа, начиная с 2011 года и 15 февраля, начиная с 2012 года.

Глава администрации
города Белгорода



В.Потрясаев

УТВЕРЖДЕНА
постановлением администрации
города Белгорода
« 30 » августа 2010г. № 144

**Программа развития торговли и услуг в городе Белгороде
на 2011 – 2015 годы**

Паспорт городской целевой программы

Наименование программы	Программа развития торговли и услуг в городе Белгороде на 2011 – 2015 годы
Муниципальный заказчик	Администрация города Белгорода
Основные разработчики программы	Управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики администрации города Белгорода
Цели и задачи программы	<p>Построение эффективной товаропроводящей инфраструктуры, как одного из ключевых факторов конкурентоспособности экономики и качества жизни населения.</p> <p>Создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса жителей города на потребительские товары, услуги общественного питания и бытовые услуги по доступным для населения ценам при обеспечении качества и безопасности их приобретения и потребления</p>
Сроки реализации программы	2011 – 2015 годы

Исполнители программы	Департамент экономики, финансов и инвестиционной политики администрации города
	Управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики администрации города
	Департамент строительства и архитектуры администрации города
	Департамент имущественных и земельных отношений администрации города
	Управление информации и общественных связей администрации города
	Управление социальной защиты населения департамента здравоохранения, социальной защиты и жилищных отношений
	Управление образования администрации г.Белгорода
	Муниципальное учреждение «Научно-методический информационный центр»
	Общеобразовательные учреждения города
	УВД по городу Белгороду
Объёмы и источники финансирования	Финансирования из бюджета не требуется
Ожидаемые конечные результаты реализации программы	<p>Основные социально-экономические показатели потребительского рынка города к 2015 году: оборот розничной торговли 123, 2 млрд. руб., оборот общественного питания 5,5 млрд. руб., объём реализации бытовых услуг 1,6 млрд. руб., что на 77,8%, 129,1%, 44,5% больше по сравнению с 2010 годом соответственно.</p> <p>Оборот розничной торговли на душу населения в год- 326</p>

тыс. руб., в т.ч. общественного питания – 14,6 тыс. руб.,
объём оказываемых бытовых услуг- 4,2 тыс. руб.

Обеспеченность населения на 1000 жителей:

- торговыми площадями - 770 кв.м,
- посадочными местами в предприятиях общедоступной сети общественного питания - 45 единиц,
- бытовыми услугами -114 %.

Удельный вес модернизированных и оснащенных современным оборудованием предприятий (современных форматов):

- в торговле - 41,0%,
- в общественном питании- 15,0%,
- в бытовом обслуживании- 15,0%.

Создание более 2 тысяч новых рабочих мест ежегодно

Система
организации
контроля за
выполнением
программы

Организацию контроля за выполнением программы осуществляет заказчик- администрация г.Белгорода
Исполнители мероприятий представляют заказчику информацию о ходе реализации программы, для дальнейшего информирования

Раздел 1. Анализ исходного состояния проблемы и обоснование необходимости ее решения на программной основе

Основным ориентиром развития города Белгорода является Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области, утверждённая законом Белгородской области от 2 апреля 2003 года № 74.

Реализация данной Программы на территории города Белгорода, в части развития потребительского рынка, осуществлялась согласно Стратегическому плану действий органов местного самоуправления г. Белгорода на 2003 - 2006 годы, а также Концепции развития торговли в городе Белгороде на 2004-2006 годы.

Программа развития торговли и услуг в городе Белгороде на 2011-2015 годы (далее – Программа) разработана в рамках реализации Федерального закона РФ от 06.10.2003г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (в ред. Федеральных законов от 19.06.2004г. №53-ФЗ, 05.04.2010г. №40-ФЗ), и решения Белгородского городского Совета депутатов от 29.11.2005г. № 197 «О принятии Устава городского округа «Город Белгород»» (в ред. решений Совета депутатов города Белгорода от 25.12.2007г. №602, от 26.08.2008г. №59, от 26.05.2009г. №213).

Положения Программы основаны на анализе существующих статистических данных деятельности предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания. При разработке учитывались результаты опросов руководителей хозяйствующих субъектов, наказания и предложения горожан, а также публикации местных средств массовой информации.

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

Потребительский рынок находится в непосредственной зависимости от других рынков, зависит от денежных доходов, платежеспособности населения, регулирует товарно-денежные отношения, способствует повышению конкурентоспособности отечественных товаров и поддерживает рыночный механизм, поэтому создание условий эффективного развития потребительского рынка, совершенствование механизма его регулирования являются одной из важнейших составляющих экономической политики города.

Динамику потребительского рынка характеризуют три основных показателя развития сети: рост объема товарооборота, объём оказываемых услуг, а также степень обеспеченности населения города этими услугами.

Наличие достаточного количества торговых площадей разнообразных форматов обеспечивает пешеходную доступность товаров для населения, т.е. возможность приобрести товар, затратив разумное время и другие ресурсы на получение доступа к нему. *Уровень обеспеченности населения торговыми*

площадями сегодня входит в число индикаторов, отражающих качество жизни в том или ином микрорайоне города.

Развитая и высоко эффективная торговля, диктуя высокие стандарты качества поставщикам и производителям, фактически выступает участником сферы контроля за качеством продукции, предназначенной для потребителей, и таким образом способствующим повышению безопасности здоровья и жизни населения.

Разнообразие каналов торговли также позволяет обеспечить и необходимое увеличение ассортиментных позиций, предлагаемых потребителю. Учет интересов, потребностей и предпочтений населения, включая представителей малых народностей и религиозных конфессий, также позволяет судить о качестве жизни.

Сфера розничной торговли и оказываемых услуг населению выступают опережающим индикатором развития экономики.

Именно *оборот розничной торговли и объём оказываемых услуг используются в большинстве развитых стран, как индикаторы ожидаемого состояния экономики*, а снижение потребительской активности, неминуемо ведёт к падению темпов экономического роста и непосредственно отражается на динамике розничного товарооборота.

Таким образом, состояние секторов торговли, общественного питания и бытового обслуживания обладают критической значимостью для большинства аспектов жизни города и ее граждан. Неэффективное развитие отрасли может поставить под угрозу развитие экономики, качество жизни, безопасность и здоровье населения.

Раздел 2. Цели и задачи Программы

Программа определяет цели, задачи, основные мероприятия по развитию потребительского рынка и сферы услуг в г. Белгороде на 2011 - 2015 годы.

Основная цель - создание товаропроводящей системы и системы оказываемых услуг, соответствующих требованиям инновационного развития экономики, способствующих модернизации экономики города в целом и обеспечивающих эффективное удовлетворение потребностей населения (физическая и ценовая доступность товаров и услуг, высокое качество и безопасность товаров и услуг).

Для создания таких систем необходимо значительно увеличить количество торговых площадей современных форматов, производственных площадей в бытовом обслуживании, долю современных форматов в обороте отраслей, наличие квалифицированного персонала и персонала средней квалификации. При этом необходимо обеспечить достаточный уровень конкуренции и поддерживать малый бизнес, не ограничивая развитие крупных торговых сетей.

Отрасли торговли, общественного питания и бытового обслуживания города Белгорода обеспечивают сферу конечного потребления товаров и услуг населения общей численностью 362,8 тысяч человек.

Основной социальной целью развития торговли и бытового обслуживания является предоставление потребителям широкого ассортимента качественной, доступной продукции и услуг. Вследствие роста доходов населения повышаются требования потребителей к качеству предоставляемых услуг, ассортименту и качеству предоставляемой продукции. Доля расходов населения на потребительские товары согласно международному опыту может достигать почти 70%.

По состоянию на 01.04.2010г. потребительский рынок города насчитывает в своём составе 3120 стационарных предприятий, в том числе: 1350 магазинов с торговой площадью 196,2 тыс. кв. м, (из них: 477 продовольственных магазинов с торговой площадью 58,1 тыс. кв. м, 873 промтоварных магазина с торговой площадью 138,1 тыс. кв. м); 122 предприятий оптовой торговли; 12 розничных рынков на 3957 торговых места (в т. ч: 9 универсальных розничных рынков на 3673 торговых места и 3 специализированных рынка на 284 торговых места); 1 оптовый рынок на 90 торговых мест, 568 предприятий общественного питания на 32988 посадочных мест, в том числе в открытой сети 371 предприятие (65,3%) на 15446 посадочных мест, 817 предприятий бытового обслуживания, общей площадью 179,2 тыс. кв.м. (с учетом СТО и автостоянок), 250 предприятий мелкорозничной торговли (павильоны - 69, с площадью торгового зала 2552,7 кв. м, палатки и киоски - 181).

За 2009 год на розничных рынках города Белгорода проведено 11 праздничных красочно оформленных ярмарок и 184 периодических ярмарки «выходного дня», в том числе с участием местных сельхозпроизводителей.

Широкое развитие в городе получили магазины форматов современной торговли, которые позволили снизить цены (по сравнению с традиционными форматами) и повысить качество обслуживания. Однако, с другой стороны, высокая неравномерность развития сектора привела к сильной диспропорции в обеспеченности торговыми площадями, современными форматами.

На сегодняшний день в городе действуют 51 предприятие «эконом-класса» по реализации продовольственных товаров, торговой площадью 34804 кв.м, 14 предприятий по реализации непродовольственных товаров, торговой площадью 1115 кв.м.

Кроме того, в 2010 году для улучшения торгового обслуживания населения дополнительно составлена сеть мелкорозничных торговых объектов, состоящая из 338 единиц (19 передвижных торговых точек (автолавок) по производству и реализации цыплят - гриль, 27 точек по реализации минеральной воды из автоцистерн и бочек, 24 пунктов приема стеклотары, 20 точек по реализации сахара и муки в мешках, 19 - цемента с автомашин, 80 - хлебного кваса из кег, 58 - бахчевых культур, 29 - живой рыбы, 56 новогодних ёлочных базаров, 6 - пунктов проката электромобилей и детского батута, поставка разливного молока по 14 маршрутам в 304 местах).

В настоящее время в сфере розничной торговли, общественного питания и бытового обслуживания занято более 19,6 тыс. человек или 17,4% от всего работающего населения города.

В период нестабильной финансово-экономической ситуации в 2009 году, на потребительском рынке города наблюдалось как прекращение торговой деятельности хозяйствующими субъектами, так и открытие новых предприятий.

В отрасли розничной торговли открыто 132 предприятия общей площадью 39651 кв.м (ТЦ «Аэробус», ТЦ «Спутник-интерьер», ТРЦ «РИО», ТЦ «Модный бульвар», ТЦ «Енисей» и др.), создано 1070 новых рабочих мест. Вместе с тем, закрыто 64 предприятия торговли, общей площадью 8149 кв.м, в результате чего произошло сокращение 527 рабочих мест.

В отрасли общественного питания открылось 55 предприятий различных типов и форм собственности на 2770 посадочных мест, общей площадью 12986,2 кв.м, (в т.ч. торговый зал 5856,4 кв.м) и количеством работающих - 608 человек. Закрылось 38 предприятий на 929 посадочных мест с сокращением 228 человек.

В сфере бытового обслуживания за указанный период открыто 103 предприятия, общей площадью 12046,8 кв.м, создано 335 рабочих мест. Между тем, закрыто 67 предприятий бытового обслуживания на 229 рабочих мест, общей площадью 12992,1 кв.м, в связи с нерентабельностью или репрофилированием.

В 2009 году оборот розничной торговли через все каналы реализации составил 63,5 млрд. руб., что дало рост в сопоставимых ценах по отношению к уровню 2008 года - 103,7%. В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачные изделия составил 42,9% и непродовольственных товаров - 57,1%. На конец декабря 2009

года в крупных и средних организациях с основным видом деятельности «розничная торговля» имелось товарных запасов на сумму 662,1 млн. рублей, что по сравнению с предыдущим месяцем меньше на 3,5%, с декабрем 2008 года больше на 67,4%.

Оборот общественного питания в 2009 году составил 2,0 млрд. руб., что обеспечило прирост в сопоставимых ценах к уровню 2008 года - 111,7%.

В 2009 году населению было оказано услуг бытового характера на сумму 1 млрд. руб., что в сопоставимых ценах составляет 70,7 % к уровню 2008 года.

Сводный индекс потребительских цен в 2009 году в городе Белгороде составил 106,4%.

Позитивные количественные и качественные изменения на потребительском рынке города не снимают ряда проблем.

По-прежнему остается низким уровень обеспеченности предприятиями торговли, общественного питания и бытового обслуживания на окраинах города и непосредственно в жилых массивах.

Согласно Строительным нормам и правилам 2.07.01-89 "Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений", **обеспеченность** населения на 1000 жителей рекомендована: торговыми площадями- 280 кв.м, посадочными местами в предприятиях общественного питания (общедоступная сеть) - 40 мест, бытовыми услугами- 141 кв.м.

Уровень развития предприятий потребительского рынка очень неоднороден по микрорайонам города, это сказывается на уровне цен и товарном ассортименте. Концентрация объектов торговли, общественного питания и бытового обслуживания в основном осуществляется в центральной части города и выражается в следующей обеспеченности живущего здесь населения:

- торговыми площадями 187,8 %, в том числе:
- по продаже продовольственных товаров - 161,5 %;
- по продаже непродовольственной группы товаров - 214,1 %;
- в открытой стационарной сети общественного питания - 97,5%,
- в бытовых услугах - 107,3%;
- на рынках города - 90,9%.

В связи с высокими темпами строительства и развивающейся инфраструктурой в городе наблюдается тенденция дальнейшего роста торговых площадей.

Программное решение существующей проблемы предполагает оптимальное размещение сети предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения с целью достижения европейского (770 кв.м на 1000 жителей) уровня обеспеченности населения торговыми площадями и создания территориальной доступности товаров и услуг во всех микрорайонах города.

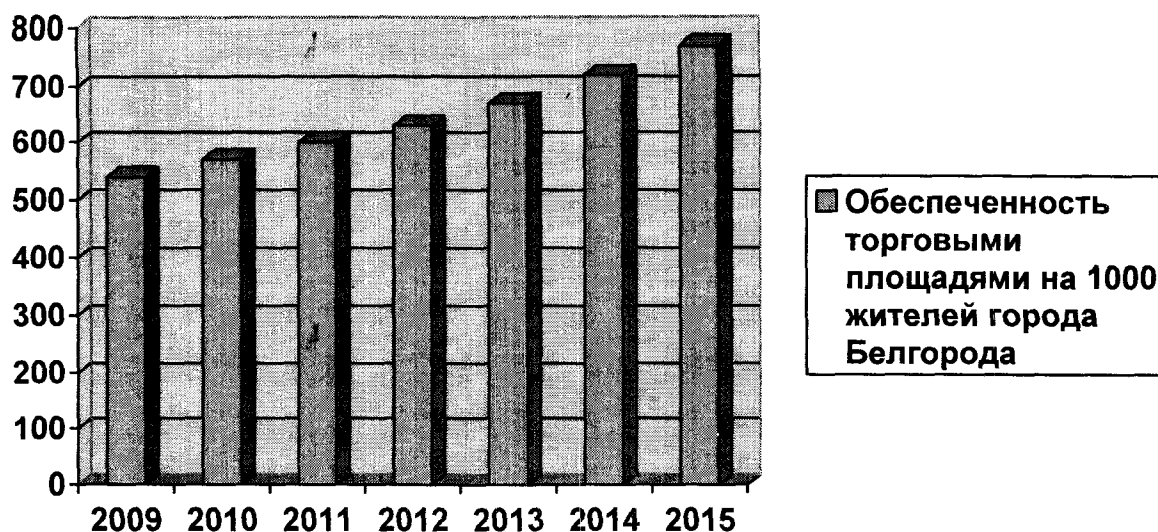


Рис.1. Динамика обеспеченности жителей города торговыми площадями

В городе отсутствуют специализированные рынки: «Зелёный»- по реализации цветов, посадочного материала, саженцев, грунта, удобрений; «Животноводческий» - по продаже домашних животных; «Строительный» - по реализации строительных материалов.

В сфере организованной торговли наиболее остро стоит проблема обеспечения качества и безопасности товаров и услуг: в розничном звене - на рынках и в мелкорозничной торговле; в оптовом звене – при хранении продовольствия.

Важную роль в снабжении средних и мелких предприятий играет оптовая торговля. Практика показывает, что в этой сфере действуют десятки мелких организаций и фирм. Это означает, что поддержание полной номенклатуры товаров в течение всего рабочего дня для средних и мелких магазинов становится острой проблемой. Сложившаяся система, где преобладает мелкий посредник, нерациональна, многозвенная и невыгодна рознице, которая сегодня вынуждена накапливать товары. Ощущается нехватка современных оптовых объектов (специализированных распределительных центров), обслуживающих магазины, ориентированные на малоимущих граждан.

При этом оборот оптовой торговли, начиная с 2000 года, показывал более высокие темпы роста, чем темпы роста оборота розничной торговли. Среднегодовые темпы роста оборота оптовой торговли составляли 10% в год, в то время как розничной – только 7%.

В розничной торговле города по-прежнему актуальным является мониторинг цен и представленности социально значимых продуктов питания.

В целях замещения товаров и услуг внешних поставщиков на областных, и минимизации розничных цен, в городе Белгороде за период с 2009 по 2015 гг. запланировано строительство 20 магазинов шаговой доступности типа «Фермер». Поставка продукции в данные предприятия торговли осуществляется непосредственно товаропроизводителями и фермерскими хозяйствами области, что позволяет исключить посредников, снизить

розничные цены, обеспечить продовольственную безопасность и независимость областного центра за счёт развития отраслей и предприятий, работающих на импортозамещение, защитить интересы местных товаропроизводителей.

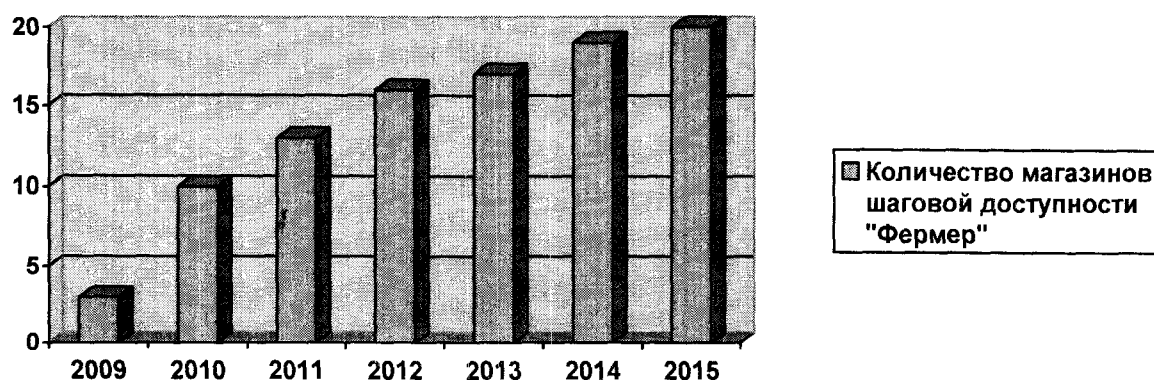


Рис. 2 Динамика развития специализированных магазинов

Сформированная политика гибких цен и разнообразие ассортимента товаров способствуют удовлетворению покупательского спроса жителей города в качественных экологически чистых продуктах питания, а также перспективному развитию торговых предприятий шаговой доступности.

На территории города Белгорода предприятиями торговли города начато осуществление доставки потребительских товаров на дом, таких как: продукты питания; минеральная вода; бытовая техника; мебель; цветы; строительные материалы; воздушные шары; книжная и другая продукция.

Помимо этого, широко развивается торговля по каталогам, междугородняя и международная электронная торговля (заказы по Интернету, по специальному дистанционному каналу с применением телевизионного пульта управления). Данное направление совершенствуется, развивается, что позволяет создавать новое бизнес-пространство.

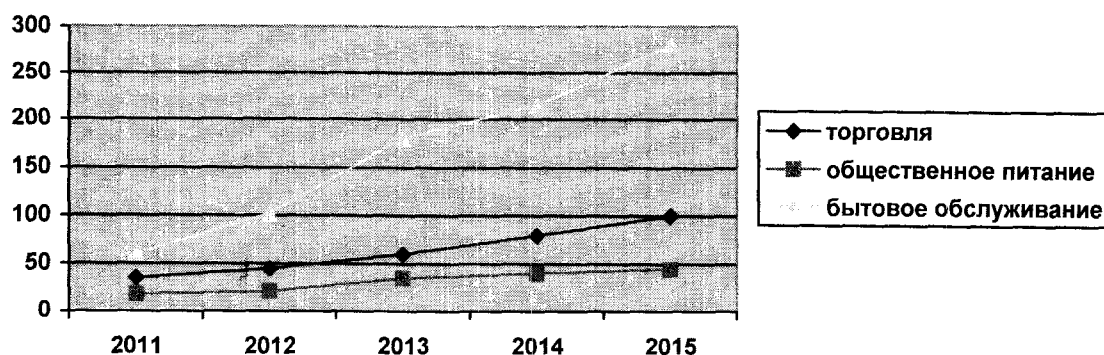


Рис. 3. Динамика развития услуг по доставке товаров по заказам, каталогам, электронной торговле

Для сферы общественного питания характерны следующие проблемы:
-низкий уровень внедрения новых технологий на основе использования прогрессивных форм обслуживания и современного оборудования;

-недостаточно развита сеть «детских кафе» для семейного и детского отдыха;

-уровень обеспечения качественным горячим питанием школьников составляет всего 70 процентов, остальные питаются без учета физиологической потребности.

За период 2009 года охват горячим питанием учащихся школ города составил - 70%, на перспективу до 2015 года ожидается - 75%, что позитивно скажется на сохранении здоровья подрастающего поколения.

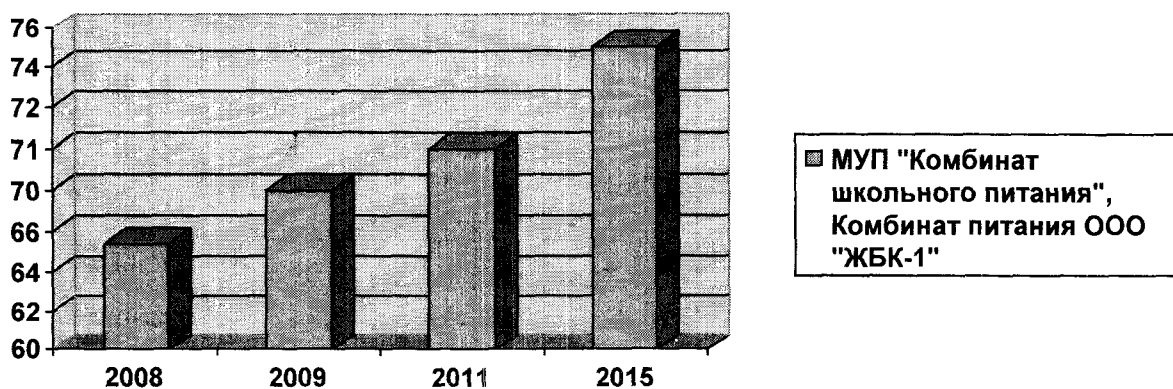


Рис.4. Динамика охвата горячим питанием учащихся школ города (в %)

По состоянию на 01.01.2010г. количество стационарных детских и семейных кафе на территории города увеличилось до 15 единиц на 333 п/мест, тогда как в 2009 году их количество составляло 9 единиц на 257 п/мест. Дополнительно в весенне-летний период открываются сезонные кафе для семейного и детского отдыха с посадочными местами до 1300 единиц. К 2015 году запланирована деятельность 24 стационарных кафе на 600 п/мест предприятий данного направления.

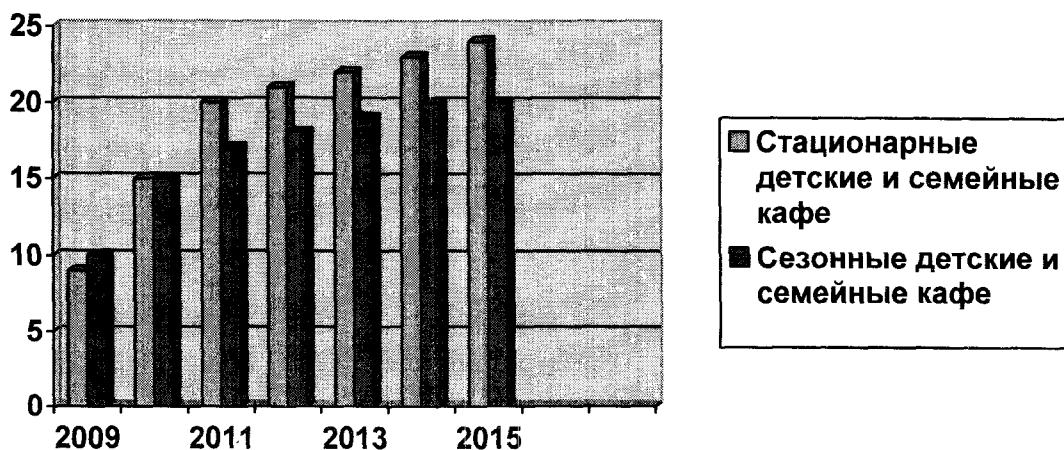


Рис.5. Динамика развития стационарных, сезонных детских и семейных кафе

Сеть общественного питания в промышленных предприятиях, в учреждениях, в средних и высших учебных заведениях почти не развивается.

Во многом это сдерживается нехваткой квалифицированных кадров, прежде всего поваров, технологов и кондитеров высшей категории.

Такое же положение дел и в других отраслях потребительского рынка, профессиональных кадров либо нет, либо не хватает, но так или иначе, имеющийся контингент, как правило, не обладает требуемым уровнем квалификации.

Повышение квалификации сотрудников среднего состава (менеджеры, руководители отделов и др.) сферы торговли, общественного питания и бытового обслуживания в основном осуществляется за счет участия в семинарах, профессиональных конкурсах, ежеквартально проводимых администрацией города расширенных совещаниях, на которые приглашаются представители различных структур администрации города и области, налоговых органов, органов статистики, внутренних дел, управления Роспотребнадзора по Белгородской области, профессорско-преподавательского состава ВУЗов города и других учреждений и организаций.

В настоящее время, на некомпетентность продавцов, незнание и непредоставление ими требуемой информации о товаре (услугах) продолжают поступать жалобы потребителей.

Только за 2009 год в отдел защиты прав потребителей поступило 280 письменных жалоб граждан по различным вопросам, касающихся защиты прав потребителей. Кроме того, 2469 гражданам даны консультации, разъяснения положений Закона РФ "О защите прав потребителей" в устной форме.

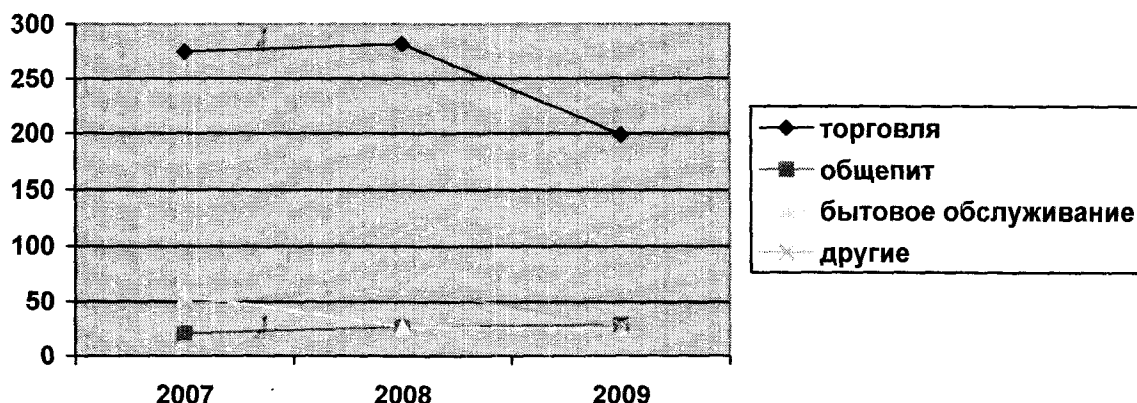


Рис. 6. Динамика количества письменных обращений потребителей

Тенденция к снижению количества письменных обращений потребителей, в определенной мере объясняется возросшей активностью граждан как потребителей, повышением их правовой грамотности, а так же возможностью самостоятельно урегулировать спорную ситуацию после получения квалифицированной консультации.

Бытовое обслуживание населения - одна из важнейших сфер городского хозяйства города Белгорода, требующего внимательного подхода к исследованию и контролю количественного и качественного уровня предоставления услуг. Особого внимания заслуживает вопрос оказания социально значимых видов услуг малообеспеченному населению.

Для доступности бытовых услуг малоимущим гражданам необходимо создать систему аккредитации предприятий бытового обслуживания населения города Белгорода, что будет являться последовательным шагом в реализации социальной политики. В каждом округе города Белгорода необходимо аккредитовать не менее двух предприятий бытового обслуживания по каждому виду услуг из числа предприятий с ценами, не превышающими среднегородские. Аккредитованные социальные предприятия бытового обслуживания должны будут взять на себя обязательство оказывать бытовые услуги малообеспеченным категориям граждан, инвалидам, участникам Великой Отечественной войны с предоставлением скидок на оказываемые услуги в размере 20-30% (15% при взимании стоимости материалов, запчастей отдельно). В целях компенсации недополученных доходов аккредитованным социальным предприятиям бытового обслуживания необходимо предоставлять право на установление ставки арендной платы (50% от минимальной) за помещения, арендуемые ими у города.

Уже сегодня, для поддержки малообеспеченных горожан, в соответствии с договором о совместной деятельности по предоставлению услуг по помывке малообеспеченных граждан между ООО «Белгородские Сандуны», «Городская баня №2», Русская баня № 3 ООО «Автодол» и МУ «Центр социальных выплат», осуществляется помывка данной категории населения по льготным тарифам, согласно ежеквартально представляемым спискам МУ «Центр социальных выплат».

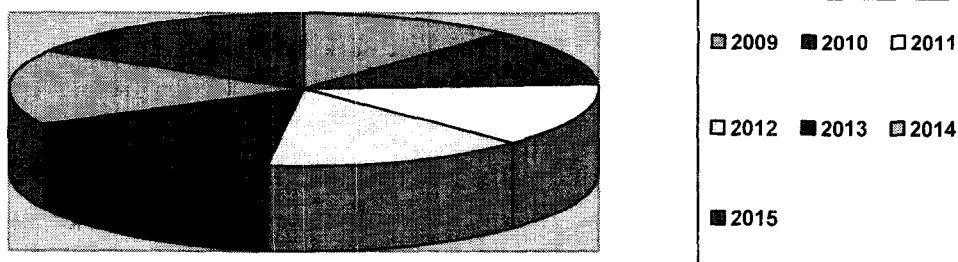


Рис. 7. Динамика оказания социально значимых услуг малообеспеченному населению города Белгорода

По состоянию на 01.01.2010г. в ведущих ВУЗах города обучается 80 тыс. студентов, в том числе: БелГУ - 32 тыс.чел.; БГТУ им.Шухова - 25 тыс.чел.; БУПК - 23 тыс.чел. Количество иногородних студентов, проживающих в общежитиях составляет 4970 человек - это 6,2% общего количества студентов, снимающих жильё - 4,1% (прогнозные данные).

Студенты, проживающие в общежитиях, снимающие жильё, не имеют возможности приобрести необходимые предметы домашнего обихода (телевизоры, холодильники, стиральные машины) однако сохраняют потребность в услугах проката, прачечных самообслуживания.

Создание «Мини Домов быта» при ВУЗах города обеспечит сокращение времени студентов на удовлетворение бытовых нужд в домашних условиях,

способствуя увеличению свободного времени на цели самообразования, отдыха, удовлетворения культурных потребностей.

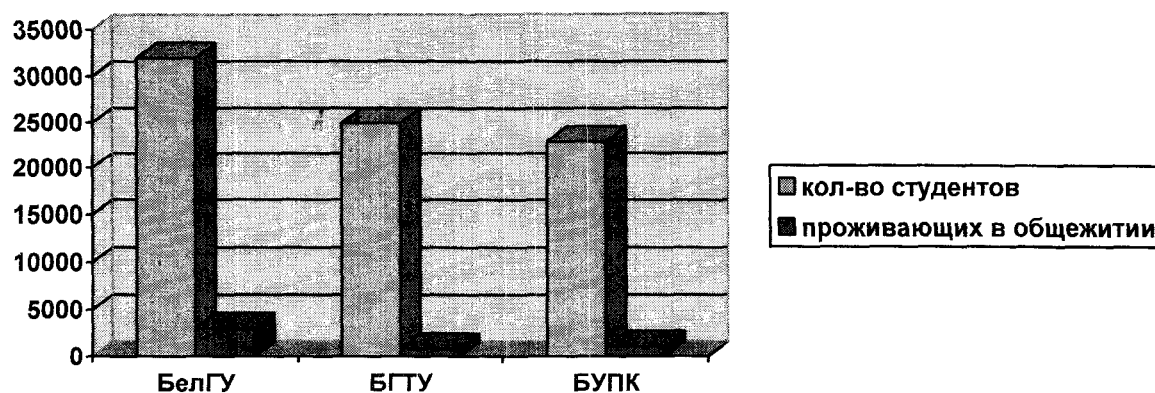


Рис. 8. Доля студентов, проживающих в общежитиях ведущих ВУЗов

Все вышеперечисленные цели и задачи направленные на выполнение социальных функций, способствующих увеличению индекса развития человеческого потенциала, позволяют определить основные направления Программы:

1. Формирование целостной единой политики в сфере торговли и услуг на территории города:

- совершенствование системы контроля качества продукции и услуг на потребительском рынке города;
- усиление роли саморегулирования потребительского рынка путем повышения потребительской активности и культуры потребления товаров и услуг населением.

2. Повышение ценовой доступности товаров и услуг:

- обеспечение социально значимыми продовольственными товарами первой необходимости;
- развитие сети социально ориентированных предприятий потребительского рынка и услуг.

3. Повышение территориальной доступности предприятий потребительского рынка и услуг:

- обеспечение оптимального размещения сети предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения на территории города;
- обеспечение доступности предприятий потребительского рынка для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями.

4. Формирование современной инфраструктуры торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения:

- создание условий для более полного удовлетворения спроса жителей города в качественных товарах и услугах;
- развитие системы товарообеспечения и логистики на потребительском рынке;
- развитие функциональных обеспечивающих подсистем на потребительском рынке.

Раздел 3. Перечень мероприятий и работ по реализации Программы развития торговли и услуг в городе Белгороде на 2011 – 2015 годы

Цель 1. Формирование целостной единой политики в сфере торговли и бытовых услуг на территории города

Задача 1.1. Совершенствование системы контроля качества продукции и услуг на потребительском рынке города

Задача 1.2. Усиление роли саморегулирования потребительского рынка путем повышения потребительской активности и культуры потребления товаров и услуг населением

№ задачи	Наименование мероприятий	Основные исполнители и участники	Срок исполнения	Ожидаемый результат	Источники финансирования
1.1.	1. Разработка плана мероприятий по выявлению фактов поступления на потребительский рынок города недоброкачественной, контрафактной продукции и пресечению несанкционированной торговли	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода, Управление внутренних дел по г. Белгороду	2011 год	Повышение качества и обеспечение безопасности товаров и услуг, реализуемых на потребительском рынке города	За счет основной деятельности
	2. Организация и проведение работы с предприятиями розничной торговли по созданию базы данных итогов производственного контроля в предприятиях торговли	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	2011 год	Повышение качества и обеспечение безопасности товаров и услуг, реализуемых на потребительском рынке города	За счет основной деятельности

	3. Создание единого банка жалоб потребителей об опасных товарах и товарах подозрительного происхождения, о выявленных фактах нарушений при реализации товаров и услуг	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	2013 год	Повышение эффективности в совместной работе и координации действий с контролирующими органами	За счет основной деятельности
4.	Разработка мероприятий по пропаганде потребления качественных продуктов питания, введение в практику крупных предприятий торговли открытия отделов «Здоровое питание», как инструмента для позиционирования потребления «натуральных продуктов»	Управление потребительского рынка	2011 год	Повышение степени социальной защищенности отдельных категорий граждан. Повышение качества жизни населения города	За счёт основной деятельности
1.2.	1. Организация дополнительного образования обучающейся молодежи через проведение внеклассной работы, включая: -создание на базе общеобразовательных школ клубов молодых потребителей, - проведение выставок литературы и творческих	Управление образования администрации г. Белгорода, муниципальное учреждение «Научно-методический информационный центр», общеобразовательные учреждения города, управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	2011-2012 годы	Повышение правовой грамотности молодого поколения	За счет основной деятельности

	работ учащих, тематических викторин, КВН, встреч со специалистами по защите прав потребителей	администрации г. Белгорода			
	2. Организация систематической просветительской работы с гражданами-потребителями через средства массовой информации	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	Постоянно	Повышение правовой грамотности и возможности самостоятельного решения ситуаций	За счёт основной деятельности
	3. Участие в организации проведения акций «Потребительские знания - в каждую семью!» и «Не покупайся!»	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	Ежегодно	Исследование потребительского мнения о качестве продукции и услуг. Повышение потребительской активности	За счёт основной деятельности
	4. Организация проведения отраслевых совещаний, обучающих семинаров, деловых встреч, «Круглых столов» по вопросам защиты прав потребителей, качества и безопасности товаров (работ, услуг)	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	Ежеквартально	Повышение правовой грамотности в сфере предприятий потребительского рынка	За счёт основной деятельности

5. Разработать план мероприятий по защите прав потребителей в сфере потребительского рынка и услуг	Управление потребительского рынка администрации г. Белгорода	2011 год	Повышение качества и обеспечение безопасности товаров и услуг, реализуемых на потребительском рынке города	За счёт основной деятельности
--	--	----------	--	-------------------------------

Цель 2. Повышение ценовой доступности товаров и услуг

Задача 2.1. Обеспечение социально значимыми продовольственными товарами первой необходимости
 Задача 2.2. Развитие сети социально ориентированных предприятий потребительского рынка и услуг

№ задачи	Наименование мероприятий	Основные исполнители и участники	Срок исполнения	Ожидаемый результат	Источники финансирования
2.1.	1. Мониторинг цен и наличия представленных социально значимых продовольственных товаров первой необходимости в предприятиях торговли	Управление потребительского рынка	2011 год	Обеспечение социальной стабильности за счёт удовлетворения потребности жителей города в необходимых товарах по умеренным ценам	За счёт основной деятельности
	2. Анализ итогов мониторинга цен согласно внедрённому на территории города программному продукту	Управление потребительского рынка, управление информации и общественных связей	2011 год	Повышение уровня информированности за состоянием цен и наличием социально	За счёт основной деятельности

	«Подсистема мониторинг цен» в рамках реализации проекта «Электронное правительство Белгородской области»	администрации города		значимых товаров на потребительском рынке города	
2.2.	1. Сохранение магазинов и отделов типа «Ветеран», «Забота», «Милосердие». Развитие льготного обслуживания социально незащищённых категорий граждан в предприятиях сетевой торговли	Управление потребительского рынка, управление социальной защиты населения	Постоянно	Повышение степени социальной защищенности отдельных категорий граждан. Повышение качества жизни населения города	За счёт основной деятельности
	2. Проведение системного мониторинга рынка бытового обслуживания по каждому виду услуг	Управление потребительского рынка	2011-2015 годы ежеквартально	Повышение степени социальной защищенности отдельных категорий граждан	За счёт основной деятельности
	3. Разработка мероприятий, направленных на создание при ВУЗах города «мини Домов быта» с предоставлением для студентов комплекса услуг (мини-прачечная самообслуживания, мастерских по ремонту бытовой техники, обуви, пошиву одежды, услуги проката и другое)	Управление потребительского рынка	2012-2015 годы	Повышение степени социальной защищенности отдельных категорий граждан Удовлетворение спроса потребителей в необходимых услугах	За счёт основной деятельности

	4. Повышение охвата горячим питанием учащихся школ города с 70 до 75%	Управление образования администрации, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Обеспечение качественного и сбалансированного питания учащихся	За счёт основной деятельности				
	5. Сохранение МУП «КШП»- как базового предприятия для питания школьников	Управление образования администрации, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Повышение степени социальной защищенности отдельных категорий граждан	За счёт основной деятельности				

Цель 3. Повышение территориальной доступности предприятий потребительского рынка и услуг

Задача 3.1. Обеспечение оптимального размещения сети предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения на территории города

Задача 3.2. Обеспечение доступности предприятий потребительского рынка для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями

№ задачи	Наименование мероприятий	Основные исполнители и участники	Срок исполнения	Ожидаемый результат	Источники финансирования
3.1.	1. Мониторинг обеспеченности населения города услугами торговли, общественного питания и бытового обслуживания на местном уровне с выявлением "проблемных зон",	Управление потребительского рынка	Постоянно	Обеспечение социальной стабильности за счёт удовлетворения потребности жителей города в необходимых товарах	За счёт основной деятельности

	образующихся в результате выбытия предприятий				
2. Составление реестра предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания потребительского рынка города	Управление потребительского рынка	Ежегодно на 1 января	Обеспечение информированности о хозяйствующих субъектах, осуществляющих деятельность на территории муниципального образования и состоянии отраслей	За счет основной деятельности	
3. Строительство и размещение многофункциональных торговых комплексов, сочетающих несколько функций - торговую, развлекательную, офисную, спортивную, в зонах новых жилых застроек	Департамент строительства и архитектуры, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Обеспечение доступности товаров и услуг населению города в местах проживания. Удовлетворение потребительских предпочтений.	За счет основной деятельности	
4. Открытие предприятий потребительского рынка и услуг шаговой доступности	Департамент строительства и архитектуры, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Обеспечение доступности товаров и услуг населению города в местах проживания	За счет основной деятельности	

	5. Открытие комплексных предприятий бытового обслуживания населения по типу "мультисервис"	Департамент строительства и архитектуры, департамент имущественных и земельных отношений, управление потребительского рынка	2013-2015 годы	Повышение качества жизни населения города. Удовлетворение потребительских предпочтений	За счет основной деятельности
3.2.	1. Реализация мер по обеспечению доступа и передвижения инвалидов и других маломобильных граждан на вновь вводимых предприятиях потребительского рынка и услуг	Департамент строительства и архитектуры, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Повышение качества жизни населения города. Удовлетворение потребительских потребностей для отдельных категорий граждан	За счет основной деятельности
	2. Реализация мер по обеспечению доступа и передвижения инвалидов и других маломобильных граждан на действующих предприятиях потребительского рынка и услуг	Департамент строительства и архитектуры, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Повышение качества жизни населения города. Удовлетворение потребительских потребностей для отдельных категорий граждан	За счет основной деятельности

Цель 4. Формирование современной инфраструктуры торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения

Задача 4.1. Создание условий для более полного удовлетворения спроса жителей города в качественных товарах и услугах

Задача 4.2. Развитие системы товаробеспечения и логистики на потребительском рынке

Задача 4.3. Развитие функциональных обеспечивающих подсистем

№ задачи	Наименование мероприятий	Основные исполнители и участники	Срок исполнения	Ожидаемый результат	Источники финансирования
4.1.	1. Развитие сети детских, семейных кафе и многофункциональных предприятий семейного досуга	Управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики	2011-2015 годы	Развитие культуры досуга и питания, в т.ч. у подрастающего поколения	За счет основной деятельности
	2. Разработка плана мероприятий, направленных на дальнейшее развитие инфраструктуры семейного досуга и отдыха в городе	Управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики	2011-2015 годы	Развитие культуры досуга и питания, в т.ч. у подрастающего поколения	За счет основной деятельности
	3. Разработка Концепции развития бытового обслуживания населения города на 2011-2015 годы,	Управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной	2011 год	Повышение уровня бытового обслуживания населения	За счет основной деятельности

	направленной на регулирование отрасли, снижение цен на услуги	политики			
4. Развитие системы доставки товаров по заказам, каталогам, электронной торговле	Управление потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики	2011-2012 годы	Расширение спектра услуг, создание нового бизнеса – пространства	За счет основной деятельности	
5. Развитие сети специализированных и узкоспециализированных магазинов в центрах жилой застройки на окраинах города	Департамент строительства и архитектуры, департамент имущественных и земельных отношений, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Повышение качества жизни населения города. Удовлетворение потребительских предпочтений	За счет основной деятельности	
6. Реконструкция действующих и создание новых рынков, в том числе специализированных: «Зелёный»- по реализации цветов, посадочного материала, саженцев, грунта, удобрений; «Животноводческий» -по продаже домашних животных;	Департамент строительства и архитектуры, департамент имущественных и земельных отношений, управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Повышение качества жизни населения города и удовлетворение потребительских нужд	За счёт основной деятельности	

	«Строительный» - по реализации строительных материалов	Департамент экономики, финансов и инвестиционной политики управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Улучшение торгового обслуживания	За счёт основной деятельности
	7. Упорядочение мелкорозничной торговой сети с переводом её в стационарную				
	8. Развитие выставочно-ярмарочной деятельности, проведение смотров-конкурсов предприятий торговли, общественного питания, бытового обслуживания, конкурсов на звание лучшего по профессии в различных номинациях	Управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Оказание дополнительных услуг, повышение профессионального уровня работников отрасли, культуры и качества обслуживания, создание новых рабочих мест	За счёт основной деятельности
4.2.	1. Реализация мер по поддержке местных и отечественных товаропроизводителей	Управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Обеспечение продовольственной безопасности и независимости областного центра. Предоставление горожанам возможности	За счёт основной деятельности

					приобретения товаров с минимальной торговой надбавкой	За счёт основной деятельности
	2. Развитие каналов прямых поставок производителей товаров в розничную торговлю	Управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Продажа товаров населению с минимальной торговой надбавкой, исключая цепочку посредников		За счёт основной деятельности
	3. Совершенствование ярмарочной деятельности с участием сельхозпроизводителей области (личные подсобные и крестьянско-фермерские хозяйства, «семейные фермы Белогорья»)	Управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Предоставление горожанам возможности приобретения экологически чистых товаров наиболее широкого аспекта и по ценам производителя		За счёт основной деятельности
4.3.	1. Организация работы по мониторингу инновационной деятельности в предприятиях потребительского рынка	Управление потребительского рынка	2011-2015 годы	Для информированности о развитии инфраструктуры, осуществляющей инновационную деятельность		За счёт основной деятельности

	2. Создание электронного каталога предприятий, осуществляющих реализацию инновационной продукции и услуг	Управление потребительского рынка	2014-2015 годы	Повышение информированности населения города	За счёт основной деятельности
--	--	-----------------------------------	----------------	--	-------------------------------



В.Шатило

Раздел 4. Оценка эффективности осуществления Программы

Реализация комплекса мероприятий, предусмотренных Программой, обеспечит проведение целенаправленной государственной политики, направленной на интенсивное развитие сферы потребительского рынка и услуг, повышение качества и безопасности реализуемых товаров и оказываемых услуг, обеспечение доступности товаров и услуг на всей территории города.

Социальный эффект от реализации Программы выражается в повышении качества жизни населения, увеличении розничного товарооборота и объёма реализации бытовых услуг на душу населения, обеспеченности населения торговыми площадями и бытовыми услугами, совершенствовании системы подготовки и переподготовки кадров для сферы потребительского рынка и услуг.

Совокупность мероприятий, предусмотренных Программой, обеспечит внедрение современных передовых технологий в сфере услуг и прирост доли объектов, предлагающих прогрессивные методы продажи и новые виды услуг, ежегодно на более чем 5 процентов.

Социальная эффективность Программы также обусловлена улучшением здоровья населения путем повышения качества и безопасности реализуемых товаров и оказываемых услуг, улучшением питания детей в средних общеобразовательных учреждениях и увеличением охвата школьников горячим питанием до 75 процентов, повышением уровня знаний населения о защите своих прав, а также снижением стоимости основных видов продовольственных товаров путем сокращения звеньев товародвижения и т.д.

Анализ состояния и тенденций развития потребительского рынка города позволяет обозначить целевые индикаторы ожидаемой эффективности реализации Программы.

Целевые индикаторы ожидаемой эффективности реализации Программы

Целевой индикатор (результат) Программы	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Оборот розничной торговли, млрд. руб.	63,5	69,3	77,5	86,3	96,7	108,6	123,2
Оборот розничной торговли на душу населения, тыс.руб.	175,0	188,5	207,9	228,5	252,6	279,9	313,3
Темп роста оборота розничной торговли в сопоставимых ценах, %	103,7	104,0	104,5	105,0	106,0	107,0	108,0
Оборот общественного питания, млрд. руб.	2,0	2,4	2,9	3,5	4,2	5,0	5,5

Оборот общественного питания на душу населения, тыс.руб.	5,5	6,4	7,8	9,2	11,0	12,9	14,0
Темп роста оборота общественного питания в сопоставимых ценах, %	111,7	102,7	107,0	108,0	108,0	108,0	108,0
Объём реализации бытовых услуг, млрд.руб.	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6
Объём бытовых услуг на душу населения, тыс.руб.	2,8	3,0	3,2	3,4	3,7	3,9	4,1
Темп роста объёма реализации бытовых услуг населению в сопоставимых ценах, %	70,7	102	102,1	102,3	102,5	102,7	102,9
Среднегодовой индекс потребительских цен на товары и услуги, %	106,4	105,0	106,9	106,1	105,7	105,0	105,0
Обеспеченность населения на 1000 жителей:							
-торговыми площадями, кв.м	540,0	570,0	600,0	630,0	670,0	720,0	770,0
- посадочными местами в предприятиях общественного питания (общедоступная сеть), ед.	39	42	42	43	44	45	45
-в бытовых услугах, %	107,3	108,5	108,5	109,5	110,0	112,0	114,0
Удельный вес модернизированных и оснащенных современным оборудованием предприятий, %:							
- торговля	27,0	29,0	31,0	33,0	35,0	38,0	41,0
-общественное питание	10,0	10,0	12,0	12,0	14,0	14,0	15,0
-бытовое обслуживание	12,8	12,9	13,0	13,2	13,5	14,2	15,0
Создание новых рабочих мест (ед.):							
-торговля	957	978	998	1018	1040	1065	1090

-общественное питание	400	500	550	600	600	600	600
-бытовое обслуживание	335	340	355	360	377	381	390

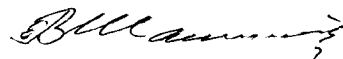
Достижение к 2015 году показателей, предусмотренных Программой, позволит обеспечить качественно новый, более цивилизованный облик потребительского рынка, будет способствовать поддержанию высоких темпов его развития, созданию новых рабочих мест, повышению поступления в бюджеты различных уровней и инвестиционной привлекательности сектора торговли и услуг.

Раздел 5. Организация, формы и методы управления программой

Организация, формы и методы управления программой осуществляются в соответствии с постановлением администрации города Белгорода от 27.04.2009г. №75 «Об утверждении положения о порядке разработки, утверждения и реализации городских целевых программ».

Все ответственные за исполнение Программы ежеквартально представляют информацию о ходе реализации её мероприятий координатору Программы - управлению потребительского рынка департамента экономики, финансов и инвестиционной политики администрации города (Шатило В.Я.).

Начальник управления
потребительского рынка
департамента экономики,
финансов и инвестиционной
политики администрации города



В.Шатило