



**ДЕПАРТАМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ
(ДЕПЭКОНОМИКИ ЮГРЫ)**

ПРИКАЗ

«29» декабря 2014 г.

№ 307

г. Ханты-Мансийск

О методических рекомендациях для органов местного самоуправления муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры по вопросам развития конкуренции на потребительском рынке

Во исполнение государственной программы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2014 - 2020 годы», утвержденной постановлением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 419-п, государственной программы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Развитие агропромышленного комплекса и рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре в 2014 - 2020 годах», утвержденной постановлением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 420-п и Плана мероприятий («дорожная карта») «Развитие конкуренции в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре», утвержденного распоряжением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 04.06.2014 №382-рп для анализа целевых показателей рынка услуг розничной торговли, в том числе физической доступности продовольствия для населения, приказываю:

Утвердить прилагаемые методические рекомендации для органов местного самоуправления муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры по вопросам развития конкуренции на потребительском рынке.

Директор Департамента



П.П.Сидоров

Приложение к приказу
Департамента экономического развития
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
от «19» декабря 2014 г. № 307

Методические рекомендации для органов местного самоуправления муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры по вопросам развития конкуренции на потребительском рынке

I. Общие положения

Настоящие Методические рекомендации разработаны в соответствии:

со строкой 4.2 Задачи 1 Подпрограммы IV «Развитие конкуренции и потребительского рынка» Таблицы 2 приложения к постановлению Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 419-п;

со строкой 1.6 Задачи 1 Мероприятий по обеспечению продовольственной безопасности Таблицы 2 приложения к постановлению Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 420-п;

со строкой 4.4 Мероприятий по реализации мер по развитию конкуренции на отдельных рынках товаров, работ, услуг Плана мероприятий («дорожной карты») «Развитие конкуренции в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре», утвержденного распоряжением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 04.07.2014 года № 382-рп.

II. Описание текущей ситуации

Создание условий для улучшения качества жизни российских граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры товарных рынков, создания конкурентной среды, формирования системы мониторинга проблемных товарных рынков, обеспечения качества и безопасности товаров, услуг – одно из главных составляющих перехода к инновационному социально-ориентированному типу экономического развития страны, определенному Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Основным вкладом розничной торговли в повышение качества жизни населения является поддержание социальной стабильности и удовлетворение потребностей населения в товарах. Торговля стимулирует экономическое развитие государства и рост занятости, развитие малого бизнеса и местного производства, стимулирует приток инвестиций и повышение эффективности и производительности. Вклад торговли в валовый региональный продукт составляет 4,7%, занятость в торговле составляет 5% от общего числа занятых в экономике (в валовом внутреннем продукте около 10%, а в общей занятости в РФ на долю торговли приходится до 13%).

Уровень развития торговли определяется рядом факторов, в их числе: уровень благосостояния, численность и плотность населения; доступность и стоимость финансовых ресурсов; развитие базовой инфраструктуры и инфраструктурных услуг (логистических, строительных и др.). Именно эти факторы определяют объем платежеспособного спроса и уровень издержек по формированию предложения в сфере розничной торговли, которые обуславливают инвестиционную привлекательность сектора и, следовательно, скорость его развития.

Интенсивность торговли в муниципальных образованиях автономного округа в значительной степени зависит от численности населения, это характеризуется показателем среднедушевого розничного

товарооборота. Интенсивность торговли в городах автономного округа выше, чем в районах почти в 2 раза. Это обусловлено тем, что жители небольших населенных пунктов при покупке товаров длительного пользования и сложного ассортимента тяготеют к городам, где предлагается широкий ассортимент товаров.

По итогам реализации мероприятий, направленных на упорядочение рыночной торговли (в том числе с принятием Закона о розничных рынках в РФ – определение требований к материально-технической базе рынков, организации торгово-технологического процесса, безопасности), доля товарооборота на розничных рынках и ярмарках наметила тенденцию к снижению, в пользу современных форматов торговли. В отношении розничных рынков государством проводится политика, направленная на их организацию в капитальных зданиях, для реализации товаров непосредственно производителями. При этом товары промышленного производства сложного ассортимента должны реализовываться в объектах стационарной торговли.

В целях максимально полного удовлетворения потребностей населения в услугах торговли путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики Российской Федерации, Минпромторгом России разработана Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года (приказ от 31.03.2011 № 422). Для создания товаропроводящей инфраструктуры необходимо значительно увеличить количество торговых площадей современных форматов в Российской Федерации, долю современных форматов в обороте отрасли, уровень консолидации в отрасли, долю дистанционной торговли. На основе проведенного анализа зарубежного опыта сделан вывод о необходимости обеспечения условий для развития

конкуренции, поддержки малого бизнеса, не ограничивая развитие торговых сетей.

Достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов - основной критерий оценки доступности товаров для населения. Постановлением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 14.01.2011 № 8-п «О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре» определены нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, в том числе в муниципальных образованиях автономного округа.

В международной практике используется критерий обеспеченности современными форматами торговли – торговыми объектами площадью более 400 кв.м – 1500 кв.м магазинов современных форматов на 1000 жителей.

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» создание условий для обеспечения жителей услугами общественного питания, торговли и бытового обслуживания относится к вопросам местного значения муниципального образования.

Усилия органов власти и местного самоуправления должны быть направлены на обеспечение населения достаточным количеством современных торговых объектов, как основным условием обеспечения качества и доступности услуг розничной торговли.

При том, что в целом по автономному округу показатели характеризующие уровень развития торговли имеют позитивную тенденцию, и в большинстве случаев превышают среднероссийские и по УрФО, в разрезе муниципальных образований автономного округа они сильно разнятся, в том числе: по показателям товарооборота на душу

населения, обеспеченности населения торговыми объектами, качеству торговых объектов.

III. Основные направления развития потребительского рынка

С целью удовлетворения спроса населения на услуги розничной торговли и повышения их качества, исполнительным органам государственной власти и органам местного самоуправления необходимо создавать условия для:

увеличения доли магазинов современных форматов торговли свыше 400 кв.м, охвата их услугами населения автономного округа, путем обеспечения их физической доступности, в том числе для жителей малых населенных пунктов, где строительство крупных объектов экономически нецелесообразно;

приближения товаров к покупателю путем развития небольших торговых объектов до 400 кв.м пешеходной доступности (магазинов у дома);

укрупнения торговых объектов площадью до 50 кв.м, как не обеспечивающих достаточный уровень качества услуг розничной торговли;

а также для развития сетей, как эффективного способа обеспечения физической и экономической доступности товаров для населения.

Государственной программой Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2014-2020 годы» предусмотрено повысить к 2020 году обеспеченность населения автономного округа до 1000 кв.м торговой площади на 1 тыс. жителей с улучшением качества торговых объектов.

Оказание государственной поддержки инвесторам для реализации инвестиционных проектов позволяет создать крупные объекты окружного

значения, где наряду с сетевыми операторами осуществляет деятельность малый бизнес, в том числе по франчайзингу. Создание крупных центров позволяет обеспечить ценовую доступность товаров, за счет привлечения сетевых операторов, повышает качество обслуживания, позволяет населению совершать комплексную покупку, а кроме того – такие комплексы являются не только торговыми, но и досуговыми. Общий экономический эффект достигается за счет создания новых рабочих мест и увеличения налоговых поступлений в бюджет автономного округа.

Приоритетные направления развития потребительского рынка и результаты анализа обеспеченности населения муниципального образования площадью торговых объектов как в целом так и по отдельным микрорайонам необходимо учитывать при подготовке документов территориального планирования.

Основным вкладом розничной торговли в повышение качества жизни населения является поддержание социальной стабильности и удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах. Развитие потребительского рынка способствует экономическому росту и росту занятости населения, развитию малого бизнеса и местного производства, а также стимулирует приток инвестиций и способствует повышению эффективности и производительности субъектов малого и среднего предпринимательства.

Основные задачи развития конкуренции на потребительском рынке:
развитие конкурентной среды и предупреждения возможных проявлений монополизма;

устранение административных барьеров при развитии малого предпринимательства;

повышение квалификации работников потребительского рынка;

представление в средствах массовой информации консультационных материалов и материалов методологического характера;

обеспечение безопасности товаров и услуг;
защита потребительского рынка на основе поддержки местных товаропроизводителей;
обеспечение соблюдения действующего законодательства всеми участниками сферы потребительского рынка.

Последовательное решение поставленных задач по развитию потребительского рынка поможет в развитии малого предпринимательства, послужит началом в улучшении культуры обслуживания, современного качества оказываемых услуг, обеспечит развитие конкурентной среды на потребительском рынке отдельного муниципального образования и автономного округа в целом.

IV. Рекомендации по подготовке информации об уровне обеспеченности населения муниципального образования площадью торговых объектов

Главной целью развития торговой деятельности в соответствии с Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» является достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов - основного критерия оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары.

Нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, в том числе для входящих в его состав муниципальных образований, утверждены постановлением Правительства автономного округа от 14.01.2011 № 8-п «О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов в Ханты-Мансийском автономном округе –

Югре».

Нормативы учитываются при разработке документов территориального планирования, генеральных планов, региональных и муниципальных программ развития торговли, а также схем размещения нестационарных торговых объектов, планов организации розничных рынков, ярмарок и иных форм розничной торговли на территории муниципальных образований.

В соответствии со строкой 4.3 Задачи 2 Подпрограммы IV «Развитие конкуренции и потребительского рынка» Таблицы 2 приложения к постановлению Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 419-п, с целью мониторинга обеспеченности населения автономного округа торговыми площадями предприятий розничной торговли, посадочными местами в предприятиях общественного питания, для оценки результатов осуществления мер по развитию торговли, обеспечению доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения - составляющей продовольственной безопасности, органам местного самоуправления рекомендуется ежегодно до 1 марта года следующего за отчетным направлять в Депэкономки Югры на адрес Potrebrynok@admhmao.ru информацию по состоянию на 1 января года следующего за отчетным:

о торговых объектах, осуществляющих деятельность по розничной продаже товаров в муниципальном образовании, по форме в соответствии с приложением 1 к Методическим рекомендациям;

о предприятиях общественного питания, осуществляющих деятельность в муниципальном образовании, по форме в соответствии с приложением 2 к Методическим рекомендациям;

о торговых объектах, используемых операторами сетевой торговли и хозяйствующими субъектами, работающими по франчайзингу, по форме в соответствии с приложением 3 к Методическим рекомендациям;

о хозяйствующих субъектах, занимающихся розничной и/или оптовой торговлей в муниципальном образовании, количестве и размере используемых ими объектов по форме в соответствии с приложением 4 к Методическим рекомендациям.

В пояснительную записку рекомендуется включать:

описание текущей ситуации (проблем) на рынке товаров и услуг муниципального образования;

цели и задачи по развитию услуг торговли и общественного питания, информацию о вновь открытых в отчетном году торговых объектах, хозяйствующих субъектах, осуществляющих деятельность с их использованием;

характеристику объектов оптовой торговли (в дополнение к приложению 4) в части их назначения, мощности, наличия механического (в том числе холодильного) и немеханического оборудования, с выделением хозяйствующих субъектов, имеющих в собственности объекты оптовой и розничной торговли;

перечень мероприятий, направленных на создание условий для обеспечения жителей муниципального образования услугами розничной торговли и общественного питания с целью повышения физической и экономической доступности товаров для населения, и ожидаемые результаты.

V. Рекомендации по подготовке информации для формирования итогов социально-экономического развития

В соответствии со строками 4.8 и 4.9 Задачи 2 Подпрограммы IV «Развитие конкуренции и потребительского рынка» Таблицы 2 приложения к постановлению Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 419-п и п.3 распоряжения Правительства Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от

13.02.2002 № 25-рп «О представлении сведений для мониторинга, итогов и прогнозов социально - экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа», рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований представлять в Депэкономике Югры на адрес Potrebrynok@admhmao.ru ежеквартально до 15 числа месяца следующего за отчетным кварталом информацию о состоянии потребительского рынка муниципального образования по итогам 1 квартала/полугодия/9 месяцев/года, в том числе:

- позитивные и негативные тенденции, сложившиеся на потребительском рынке муниципального образования;
- меры, предпринимаемые органами местного самоуправления по стабилизации цен на товары и услуги;
- ярмарки, организуемые органами местного самоуправления, в том числе ярмарки выходного дня местных товаро- и сельхозпроизводителей, а также производителей сельхозпродукции из других регионов;
- создание условий для развития нестационарной, в том числе передвижной торговой сети, для реализации продовольственных товаров местного производства;
- современные форматы торговли и общественного питания, применение новейших технологий;
- подготовка квалифицированных кадров для потребительского рынка муниципального образования.

Приложение 1
к Методическим рекомендациям
для органов местного самоуправления
муниципальных образований
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
по вопросам развития конкуренции
на потребительском рынке

Информация о торговых объектах на 01.01.20__ года
в муниципальном образовании _____

1	количество, ед.	площадь, кв.м	
		общая	торговая
2	3	4	5
Торговые центры, всего:			
в т.ч. до 1000			
от 1000 до 5000			
свыше 5000			
Магазины всего:			
в т.ч. продовольственные			
до 50			
50-100			
100-400			
400-1000			
свыше 1000			
непродовольственные			
до 50			
50-100			
100-400			
400-1000			
свыше 1000			
универсальные			
до 50			
50-100			
100-400			
400-1000			
свыше 1000			
Нестационарные торговые объекты, всего:			
в т.ч. павильоны			
киоски			
прочие			

Приложение 3
к Методическим рекомендациям для органов местного самоуправления
муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
по вопросам развития конкуренции на потребительском рынке

Торговые объекты сетевых операторов и торговые объекты работающие по франчайзингу
на 01.01.20__ год в муниципальном образовании _____

Наименование хозяйствующего субъекта	Торговая марка	Международная, федеральная, региональная сеть	Франчайзинг	Торговые объекты		
				количество, ед.	площадь, кв.м общая	торговая
1	2	3	4	5	6	7

Приложение 4
к Методическим рекомендациям для органов местного самоуправления
Муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
по вопросам развития конкуренции на потребительском рынке

Информация о хозяйствующих субъектах на 01.01.20__ года в муниципальном образовании

№ п/п	товарная специализация	розничная торговля			оптовая торговля			складов	
		хозяйствующих субъектов, ед.	торговых объектов		хозяйствующих субъектов, ед.	количество, ед.	площадь, кв.м	количество, ед.	площадь, кв.м (емкость, куб.м)
			количество, ед.	торговая площадь, кв.м					
1	2	3	4	5	6	7	8		
1.1.	Продовольственные, всего								
1.2.	в т.ч. осуществляющие деятельность в опте и рознице одновременно								
2.1.	Непродовольственные, всего								
2.2.	в т.ч. осуществляющие деятельность в опте и рознице одновременно								
3.1.	Универсальные (смешанные), всего								
3.2.	в т.ч. осуществляющие деятельность в опте и рознице одновременно								
4.1.	специализированные, всего								
	в том числе по специализации:								
4.1.1.									
4.1.2.									
...									
4.2.	в т.ч. специализированные, осуществляющие деятельность в опте и рознице одновременно								