

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

*(с изменениями от 13.11.2017 № 224)*

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-пи 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 экономического развития – заместитель Губернатора автономного округа П.П.Сидоров |  |  |

Приложение к приказу

Департамента экономического развития

Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

от 29 декабря 2014 г. № 307

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

1. 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.

1. 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 Российской Федерации от 09.04. 2016 № 291 «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754» утверждены новые правила расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов и объектов местного значения, торговой площадью до 300 кв. м реализующих продовольственные товары.

Нормативы минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, в том числе в муниципальных образованиях, и нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов местного значения утверждены постановлением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 05.08.2016 № 291-п **«**[О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов и торговых объектов местного значения в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре](http://www.depeconom.admhmao.ru/deyatelnost/potrebitelskiy-rynok/normativno-pravovye-akty-v-oblasti-potrebitelskogo-rynka/postanovleniya-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry/524371/-postanovlenie-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-ao-yugry-ot-5-avgusta-2016-g-n-291-p-o-normativakh-minimalnoy-obespechennosti-naseleniya-ploshchadyu-st)».

При расчете учтены:

базовые показатели минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов:

показатели оборота розничной торговли на душу населения;

среднегодовая численность постоянного населения;

стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг;

доля розничных рынков и ярмарок в обороте розничной торговли;

реальные располагаемые денежные доходы населения;

индекс темпов роста потребительских цен на товары;

удельный вес пищевых продуктов (включая напитки и табачные изделия), в структуре оборота розничной торговли.

Норматив объектов местного значения рассчитан с учетом площади земельных участков, отнесенных к жилым и общественно-деловым зонам и радиуса зоны торгового обслуживания (для городских населенных пунктов - 0,25 км, для сельских – 0,5 км).

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.

1. 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 300 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.

1. 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 05.08.2016 № 291-п «[О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов и торговых объектов местного значения в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре](http://www.depeconom.admhmao.ru/deyatelnost/potrebitelskiy-rynok/normativno-pravovye-akty-v-oblasti-potrebitelskogo-rynka/postanovleniya-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry/524371/-postanovlenie-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-ao-yugry-ot-5-avgusta-2016-g-n-291-p-o-normativakh-minimalnoy-obespechennosti-naseleniya-ploshchadyu-st)».

 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 Депэкономики Югры на электронный адрес Potrebrynok@admhmao.ru, DiachkovaGG@admhmao.ru информацию в формате Excel 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, входящих в торговую сеть, по форме в соответствии с приложением 3 к Методическим рекомендациям;

о ярмарочных площадках, на которых проводятся или ранее проводились ярмарки, а также новых ярмарочных площадках 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.

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 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |   | количество, ед. |  |
|  | всего | в т.ч. доступных для маломобильных граждан | Торговая площадь, кв.м |
|  | 1 | 2 | 3 |  |
| 1 | Торговые центры, всего: |   |  |  |
|  | в т.ч. до 1500  |   |  |  |
|  | от 1500 до 3000 |   |  |  |
|  | свыше 3000 |   |  |  |
| 2 | Магазины всего: |   |  |  |
| 2.1 | в т.ч. продовольственные |   |  |  |
|  | до 50 |   |  |  |
|  | 50-300 |   |  |  |
|  | 300-1500 |   |  |  |
|  | свыше 1500 |   |  |  |
| 2.2 | непродовольственные |   |  |  |
|  | до 50 |   |  |  |
|  | 50-300 |   |  |  |
|  | 300-1500 |   |  |  |
|  | свыше 1500 |   |  |  |
| 2.2.1 | в т.ч. со специализацией «Печатная продукция» |  |  |  |
| 2.3 | универсальные |   |  |  |
|  | до 50 |   |  |  |
|  | 50-300 |   |  |  |
|  | 300-1500 |   |  |  |
|  | свыше 1500 |   |  |  |
| 2.4 | Нестационарные торговые объекты, всего: |  |  |  |
|  | в т.ч. павильоны |   |  |  |
|  | киоски |   |  |  |
|  | мобильные (автомагазины, автоприцепы) |  |  |  |
|  | прочие |   |  |  |
| 2.4.1 | в т.ч. со специализацией «Печатная продукция» |  |  |  |

|  |
| --- |
| Приложение 2к Методическим рекомендациям для органов местного самоуправления муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры по вопросам развития конкуренции на потребительском рынкеИнформация о предприятиях общественного питания на 01.01.20\_\_\_ года в муниципальном образовании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|   | Всего предприятий общественного питания | в том числе |
|   | общедоступная сеть | при предприятиях и учреждениях | при учебных заведениях |
|   | количество | посадочных мест | количество | посадочных мест | количество | посадочных мест | количество | посадочных мест |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Рестораны |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Кафе |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Бары |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Закусочные |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Столовые |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 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 хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети на 01.01.20\_\_\_ год в муниципальном образовании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование хозяйствующего субъекта | Торговая марка (наименование торгового объекта) | Количество торговых объектов | Торговая площадь, кв.м |
|
|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|  |  |  |  |

Приложение 4

к Методическим рекомендациям для органов местного самоуправления

муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

по вопросам развития конкуренции на потребительском рынке

Система ярмарочных площадок муниципального образования \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Ярмарочная площадка | Оператор ярмарочной площадки |
| адрес | площадь, кв.м | возможность подключения к эл. сетям | количество мест | наименование | Контакты: адрес, e-mail, телефон |
| торговых | для осуществления торговли с автомашин |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 | 10 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |