

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

ГЛАВЫ АДМИНИСТРАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА
«ПРОХОРОВСКИЙ РАЙОН»

Белгородской области

29 апреля 6
«___» _____ 201__ г.

345
№ _____

Об утверждении Стратегии развития торговли в Прохоровском районе на 2016-2020 годы

В целях создания благоприятных условий для развития торговой деятельности на территории Прохоровского района, обеспечения доступности товаров для населения и повышения качества услуг, предоставляемых хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, во исполнение Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», 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 7 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 Прохоровском районе на 2016 – 2020 годы (далее – Стратегия, прилагается).

2. Определить координатором Стратегии управление экономического развития администрации района.

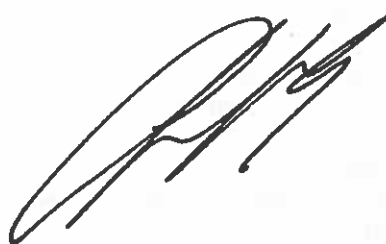
3. Рекомендовать структурным подразделениям администрации района, другим исполнителям и участникам Стратегии принять участие в реализации её мероприятий. Отчёты о выполнении мероприятий, реализуемых в рамках

Стратегии представлять в управление экономического развития администрации района ежегодно до 20 января.

4. Отделу информации и взаимодействия со СМИ, общественными и религиозными организациями администрации района (А.Н.Кашников) обеспечить опубликование Стратегии в средствах массовой информации и размещение на официальном сайте администрации района.

5. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации района по экономическому развитию, финансам и бюджетной политике – начальника управления финансов и налоговой политики Г.В. Ворону.

**Глава
администрации района**



С. Канищев

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 Губкинском районе (по согласованию); - ГБУ «Прохоровская станция по борьбе с болезнями животных» (по согласованию); - ОМВД России по Прохоровскому району (по согласованию); - ОКУ «Прохоровский районный центр занятости населения» (по согласованию); - помощник Уполномоченного по защите прав предпринимателей Белгородской области от Прохоровского района (по согласованию); - хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сфере торговли на территории Прохоровского района
Цель Стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - развитие торговой деятельности и формирование эффективной торговой политики, направленной на максимально полное удовлетворение потребностей населения района в услугах торговли по доступным ценам, в рамках территориальной доступности, при обеспечении прав потребителей на приобретение качественных и безопасных товаров, повышение оперативности и качества торгового сервиса, поддержка местных товаропроизводителей, стимулирование предпринимательской деятельности и достижение комфортной конкурентной среды для всех участников товарного рынка
Задачи стратегии	<ul style="list-style-type: none"> - создание благоприятных условий для развития всех форм торговли; - обеспечение сбалансированного размещения на территории района объектов торговли с учётом многообразия их видов и типов, форм и способов торговли; - создание комфортной потребительской среды и повышение качества и культуры торгового обслуживания населения района; - обеспечение ценовой и территориальной доступности для населения района; - обеспечение условий для наличия на потребительском рынке района качественной и безопасной продукции отечественного производства, в том числе местных производителей; - создание благоприятной конкурентной среды и условий для повышения уровня предпринимательской активности; - обеспечение прав потребителей на приобретение качественных и безопасных товаров; - организация взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность.
Сроки реализации Стратегии	2016 - 2020 годы

Целевые показатели и показатели социально-экономической эффективности реализации Стратегии	<p>1. Оборот розничной торговли, млн. рублей: в 2015 г. - 1750 млн. рублей; в 2020 г. - 2600 млн. рублей;</p> <p>1.1. Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. рублей: в 2015 г. – 63,6 тыс. рублей; в 2020 г. – 97,4 тыс. рублей;</p> <p>1.2. Удельный вес розничной торговли пищевыми продуктами в структуре оборота розничной торговли, процентов: в 2015 г. – 41,5 процента; в 2020 г. - 38 процентов;</p> <p>1.3. Удельный вес оборота розничных торговых сетей в обороте розничной торговли, процентов: в 2015 г. – 42,3 процента; в 2020 г. – 50 процентов;</p> <p>2. Площадь торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, кв. м: в 2015 г. – 14200 кв. м; в 2020 г. - 16500 кв. м;</p> <p>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. – 516,0 кв. м; в 2020 г. – 618,0 кв. м;</p> <p>2.2. Количество торговых объектов всех форм розничной торговли, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе, единиц: в 2015 г. - 185 единиц; в 2020 г. – 200 единиц</p> <p>3. Количество ярмарок, проводимых на постоянной основе, единиц: в 2015 г. - 1 единица; в 2020 г. - 1 единица</p> <p>3.1. Количество торговых мест на ярмарках, проводимых на постоянной основе, единиц: в 2015 г. - 137 единиц; в 2020 г. – 50 единиц</p>
Объемы и источники финансирования мероприятий Стратегии	<p>Реализация мероприятий Стратегии не предусматривает дополнительного привлечения средств бюджетов разных уровней, поскольку их выполнение входит в прямые полномочия и обязанности исполнителей и участников.</p>
Система организации контроля за исполнением Стратегии	<p>- общее руководство и контроль за ходом реализации Стратегии осуществляет муниципальный заказчик Стратегии – администрация Прохоровского района. От имени муниципального заказчика Стратегии оперативную работу по организации управления Стратегией и контролю за ходом ее реализации осуществляет координатор Стратегии – управление</p>

экономического развития администрации Прохоровского района.

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

1. Анализ ситуации в торговой отрасли на территории Прохоровского района

Торговля – динамично развивающаяся и экономически эффективная отрасль, которая играет важную роль в социально – экономическом развитии района.

Тенденцию развития потребительского рынка района характеризует положительный тренд - увеличение оборота розничной торговли. Оборот розничной торговли в Прохоровском районе в 2015 году составил 1750 млн. рублей, что составляет 108% к уровню 2014 года (1626,9 млн. рублей.)

Рост оборота розничной торговли проявляется в увеличении продажи товаров в расчёте на душу населения, что непосредственно отражается на уровне потребления материальных благ жителями района. Объём продаж на душу населения в 2014 году составил по району 58,3 тыс. рублей, в 2015 г. – 63,6 тыс. руб. Увеличение продажи товаров на душу населения составило 5, 3 тыс. рублей.

В 2015 году оборот розничной торговли сформирован на 89% торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне ярмарки). Доля реализации на ярмарке, проводимой на постоянной основе, составила 11% (в 2014 году соответственно – 10,8% и 10,8%).

По состоянию на 1 января 2016 года в Прохоровском районе функционируют 185 предприятий розничной торговли различных форм собственности. Совокупная площадь их торговых площадей составляет 14193,7 кв. м. В 2015 году по району произошло увеличение торговых площадей на 1542,5 кв. м., что составляет 12, 2% к уровню прошлого года. Положительная ежегодная динамика увеличения торговых площадей складывается вследствие того, что в течение последних 5 лет на потребительский рынок района внедряются такие типы предприятий торговли, как торговые центры. В настоящее время на территории района функционируют 7 торговых центров, общая торговая площадь которых составляет 4480,7 кв. м.

Наряду со строительством крупноформатных объектов торговли сохраняется рост количества продовольственных магазинов «шаговой доступности», совершенствуется материально – техническая база торговли, внедряются современные формы и методы торговли. Качественные преобразования в сфере торговли связаны с переходом многих магазинов на работу по методу самообслуживания, внедрения технологии штрихового кодирования, использования метода торговли по образцам и каталогам,

системы доставки крупногабаритных товаров на дом, использования системы скидок и т.д.

Важнейшим критерием развитости потребительского рынка является обеспеченность населения площадью торговых объектов. В соответствии с постановлением Правительства Белгородской области от 22 ноября 2010 года № 395-пп суммарный норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов по Прохоровскому району на 1 тысячу человек - 322 кв. м. Фактическая обеспеченность значительно выше нормативной величины и составляет по району 516,0 кв. м. на 1 тыс. жителей.

Наличие достаточного количества торговых площадей разнообразных форматов обеспечивает географическую доступность товаров для населения, разнообразие ассортиментных позиций, предлагаемых потребителям.

Активное развитие розничной торговли объективно сопровождается появлением торговых сетевых структур. Высокая конкурентная среда на продовольственном рынке способствует открытию в районе универсамов с современным дизайном и внедрением передовых технологий.

Развитие сетевого ритейла оказывает положительное воздействие на повышение дисциплинированности производителей в части выполнения сроков и объёмов поставок, уровня и стабильности качества поставляемой продукции, обеспечения возможности реализации продукции по более низким для потребителей ценам.

В районе в настоящее время осуществляют деятельность 12 предприятий розничной торговли торговых сетей федерального и регионального уровней, среди которых 1 магазин под брендом «Магнит», 2 магазина «Пятёрочка», 1 – «Санги – стиль» и другие. Из местных сетей функционируют Прохоровское райпо и ряд индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в двух и более магазинах. Наличие их на потребительском рынке района помогает решать проблему развития предприятий современных торговых форматов, а также обеспечивать ценовую доступность товаров универсального ассортимента.

Важная роль в сфере торговли отводится потребительской кооперации. В системе имеется 55 предприятий стационарной розничной торговли, в том числе, 47 магазинов или 85,4% от общего числа расположены в сельской местности и 2 постоянно действующих автомагазина, обслуживающих население 70 населённых пунктов, где отсутствует стационарная торговая сеть. В инфраструктуре потребительского рынка района удельный магазинов потребительской кооперации составляет 29,7%. В 2015 году розничный товарооборот потребительской кооперации района составил 372,8 млн. рублей или 21,3% в общем объёме розничного товарооборота района.

Дополнительным источником снабжения населения товарами является организация ярмарочной торговли, которая способствует, в первую очередь, продвижению сельскохозяйственной продукции, выращенной непосредственно в КФХ и ЛПХ района, по доступным ценам. В 2015 году на территории района было проведено 137 таких мероприятий, для участия в которых привлекались сельхозтоваропроизводители района и

перерабатывающие предприятия Белгородской области, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства и предприятия потребительской кооперации.

Нестационарная мелкорозничная торговля в структуре торговли района играет немаловажную роль. Мелкорозничная торговая сеть включает в себя такие типы объектов розничной торговли, как павильоны, палатки, киоски, автолавки и др. На территории района на постоянной основе действуют 3 автомагазина, 5 киосков, 2 павильона. В целях упорядочения размещения и функционирования нестационарных торговых объектов на территории района утверждена схема размещения нестационарных торговых объектов, которая по состоянию на 01.01.2016 года включает 130 мест размещения нестационарных объектов торговли, общественного питания и иных платных услуг. Наибольшее количество мест для размещения нестационарных торговых объектов в соответствии со схемой отводится трём постоянно действующим автолавкам, посредством которых производится торговое обслуживание населения района, проживающего в населённых пунктах, где отсутствует стационарная торговая сеть.

В настоящее время сфера торговли района имеет положительную тенденцию развития, однако при достаточно высоком показателе её развития имеет место неравномерность размещения торговых объектов в разрезе поселений. Недостаточно обеспечена доступность предприятий потребительского рынка для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями. Решению данной проблемы будет способствовать реализация мер по обеспечению доступа для инвалидов и других маломобильных групп граждан, вновь вводимых и действующих объектов торговли.

Интенсивный рост торговых сетей ограничивает развитие малого предпринимательства, в том числе специализированных объектов торговли. В этой связи необходимо оказывать поддержку развитию субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере розничной торговли в сельской местности, обеспечивая тем самым повышение уровня доступности товаров в отдаленных, труднодоступных населенных пунктах.

Местные сельхозтоваропроизводители испытывают трудности в организации сбыта производимой продукции, особенно при размещении ее в розничной торговой сети. В этой связи целесообразно активизировать торгово-закупочную деятельность потребительской кооперации района. Также необходимо увеличить количество ярмарочных мероприятий, создать дополнительные торговые места нестационарной торговли для реализации сельскохозяйственной продукции, выращенной в личных подсобных и крестьянско-фермерских хозяйствах Прохоровского района.

Увеличение количества обращений граждан в органы местного самоуправления района с жалобами на некачественные товары и услуги свидетельствует о возрастании объемов поставок в торговые организации низкокачественных товаров.

Стратегия развития муниципальной системы защиты прав потребителей в Прохоровском районе на 2011-2020 годы является одним из основных инструментов, позволяющих обеспечить реализацию Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», и направлена на повышение эффективности действующей системы защиты законных интересов и прав потребителей в условиях рыночных отношений. В районе проводится системная работа по обеспечению и защите установленных законодательством прав потребителей. В 2015 году администрацией района рассмотрено 123 письменных обращения потребителей, из них 120 (97,5 %) связано с нарушением прав граждан в таком секторе потребительского рынка, как торговля. Потребителям в досудебном порядке возмещено 316,4 тыс. рублей.

Повышение качества услуг, предоставляемых населению организациями отрасли, наряду с развитием материально-технической базы и технологий обслуживания требуют профессиональной подготовки кадров. В настоящее время на потребительском рынке района по-прежнему применяется труд работников, не имеющих соответствующего образования. Отмечается дефицит квалифицированных кадров среднего звена.

Успешно функционируют в рамках действующей государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014 - 2020 годы», утвержденной постановлением Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 года № 522-пп «Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014 - 2020 годы», государственные механизмы финансово-кредитной поддержки субъектов малого бизнеса.

В целом, развитие потребительского рынка района свидетельствует 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 района.

2. Цель и задачи Стратегии

Стратегия направлена на развитие одного из крупнейших секторов экономики района – отрасли «Торговля».

Основной целью Стратегии является развитие торговой деятельности и формирование эффективной торговой политики, направленной на максимально полное удовлетворение потребностей населения района в услугах торговли по доступным ценам, в рамках территориальной доступности, при обеспечении прав потребителей на приобретение

качественных и безопасных товаров, повышение оперативности и качества торгового сервиса, поддержка местных товаропроизводителей, стимулирование предпринимательской активности и достижение комфортной конкурентной среды для всех участников товарного рынка.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих задач:

- создание благоприятных условий для развития всех форм торговли;
- обеспечение сбалансированного размещения на территории района объектов торговли с учётом многообразия их видов и типов, форм и способов торговли;
- создание комфортной потребительской среды и повышение качества и культуры торгового обслуживания населения района;
- обеспечение ценовой и территориальной доступности для населения района;
- обеспечение условий для наличия на потребительском рынке района качественной и безопасной продукции отечественного производства, в том числе местных производителей;
- создание благоприятной конкурентной среды и условий для повышения уровня предпринимательской активности;
- обеспечение прав потребителей на приобретение качественных и безопасных товаров;
- организация взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность.

4. Срок реализации Стратегии

Срок реализации Стратегии - 2016 - 2020 годы.

5. Материальное и финансовое обеспечение Стратегии

Реализация мероприятий Стратегии не предусматривает дополнительного привлечения средств бюджетов разных уровней, поскольку их выполнение входит в прямые полномочия и обязанности исполнителей и участников Программы.

6. Механизмы и способы достижения цели и решения задач Стратегии

Механизм реализации Стратегии - это система мероприятий, скоординированных по срокам, обеспечивающая достижение намеченных результатов.

6.1. Создание благоприятных 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. Поддержка малых торговых форматов будет способствовать решению проблем в обеспечении продовольственной продукцией отдаленных и труднодоступных населенных пунктов, не имеющих стационарных

торговых объектов. В настоящее время важными становятся задачи повышения социальной ответственности бизнеса, формирования общих принципов сотрудничества в целях осуществления сбалансированной экономической политики.

6.2. Обеспечение сбалансированного размещения на территории района объектов торговли с учётом многообразия их видов и типов, форм и способов торговли.

Розничные торговые сети, малые и средние торговые объекты в основном сконцентрированы в городском поселении и в крупных сельских поселениях района. Территориальная доступность торговых объектов должна быть обеспечена за счет устранения диспропорции их размещения. Необходимо обеспечить сбалансированное размещение инфраструктуры торговли на территории района, способствовать развитию местных торговых сетей, потребительской кооперации, которые играют большую роль в обеспечении товарами первой необходимости жителей района, как за счет стационарных объектов торговли, так и за счет развозной торговли.

6.3. Создание комфортной потребительской среды и повышение качества и культуры торгового обслуживания населения района.

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

Необходимо реализовывать мероприятия, направленные на повышение имиджа торговой отрасли, для чего принять меры по повышению качества торгового обслуживания. Высокий уровень качества обслуживания потребителей влечет за собой расширение возможностей для дальнейшего развития и, как следствие, оказывает влияние на товарооборот района в целом. В этой связи необходимо повышать уровень профессиональной квалификации работников торговой сферы, 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, проведение конкурсов профессионального мастерства, проведение мероприятий по повышению уровня профессиональной квалификации работников торговой сферы с привлечением образовательных учреждений области. Кроме того, положительное влияние на имидж торговой отрасли окажет внедрение системы дополнительных услуг (заказ товаров через Интернет, доставка товаров на дом, на работу).

6.4. Обеспечение ценовой и территориальной доступности для населения района.

Большое влияние на развитие торговой отрасли оказывает формирование широкого и устойчивого ассортимента товаров, представленных на потребительском рынке, а также их экономическая (ценовая) доступность для населения района. Необходимо обеспечить оптимальное размещение сети предприятий торговли на территории района, создавать условия для

увеличения доли продукции областного (местного) производства на потребительском рынке района. Нарращиванию объемов реализации продукции областного производства и повышению ценовой доступности товаров будет способствовать увеличение количества ярмарочных мероприятий, активизация торгово-закупочной деятельности потребительской кооперации.

Организация в районе объектов торговли, ориентированных на реализацию продукции областных товаропроизводителей, позволит создать условия для формирования принципов добросовестной конкуренции и обеспечить сбыт сельхозпродукции, вырабатываемой местными товаропроизводителями.

Одним из путей повышения ценовой доступности товаров для населения может стать развитие социально ориентированных предприятий торговли. Необходимо также реализовать меры по обеспечению доступности вновь вводимых и реконструируемых предприятий торговли для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями.

6.5. Обеспечение условий для наличия на потребительском рынке района качественной и безопасной продукции отечественного производства, в том числе местных производителей.

В условиях сложившейся политической и внешнеэкономической ситуации одной из приоритетных задач является обеспечение продовольственной безопасности района, в том числе посредством импортозамещения. Для товаропроизводителей района необходимо обеспечить сбыт произведенной продукции, в том числе в розничной торговой сети. В этой связи необходимо проводить анализ доли представленности продовольственной продукции областного (местного) производства на полочном пространстве розничных торговых предприятий. Необходимо оказывать содействие местным товаропроизводителям в части размещения выработанной продукции в розничных торговых сетях.

В целях повышения узнаваемости продукции местных товаропроизводителей целесообразно применение различных способов выделения местной продукции на полочном пространстве.

6.6. Создание благоприятной конкурентной среды и условий для повышения уровня предпринимательской деятельности.

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

В целях поддержки развития малого и среднего предпринимательства в районе будет продолжена организация работы по привлечению субъектов, занятых в сфере торговли, к дополнительным финансовым ресурсам в виде займов через МФО БОФПМСП, а также по участию руководителей и специалистов из торговой отрасли в обучающих мероприятиях по повышению квалификации и переподготовке кадров, организуемых и проводимых МФО БОФПМСП. С этой же целью сформирован и

поддерживается в актуальном состоянии перечень объектов и земельных участков на территории муниципального района, которые могут быть предоставлены хозяйствующим субъектам для развития торговой деятельности.

6.7 Обеспечение прав потребителей на приобретение качественных и безопасных товаров.

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 сфере обеспечения качества и безопасности товаров и услуг российского и иностранного производства. Организовано взаимодействие и координация деятельности заинтересованных территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти области и администрации муниципального района по недопущению проникновения на потребительский рынок контрафактной, контрабандной и фальсифицированной продукции, а также по защите прав потребителей при продаже товаров ненадлежащего качества. Данная работа будет способствовать своевременному выявлению и предотвращению производства и реализации опасной и недоброкачественной продукции, реализуемой на территории района, усилению внимания производителей и потребителей, органов власти, общественных организаций и средств массовой информации к проблеме качества и безопасности товаров, активизации работы по ее решению.

6.8. Организация взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность.

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

Работа по организации взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность на территории района, и районным подразделением Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области должна проводиться на постоянной основе.

В рамках Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Приказа 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» информация о торговых объектах хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность на территории Прохоровского района, сосредотачивается в программном продукте «Торговый реестр».

7. Оценка эффективности реализации Стратегии

Реализация мероприятий, предусмотренных Стратегией, будет способствовать реализации государственной политики в сфере торговли, позволит создать условия для наиболее полного удовлетворения спроса населения района на качественные потребительские товары по доступным ценам в пределах территориальной доступности, увеличить долю современных предприятий торговли в общем количестве предприятий, действующих на территории района, обеспечить продвижение на муниципальный потребительский рынок продукции местных товаропроизводителей.

Социальный эффект от реализации Стратегии выражается в увеличении розничного товарооборота на душу населения, обеспеченности населения торговыми площадями, повышении качества и безопасности реализуемых товаров, обеспечении доступности товаров и услуг на всей территории района, в повышении качества жизни населения.

Для оценки эффективности Стратегии используются целевые показатели, которые приведены в таблице. Целевые показатели могут быть скорректированы при изменении факторов социально-экономического развития.

Достижение к 2020 году показателей, предусмотренных Стратегией, позволит обеспечить качественно новый, цивилизованный облик потребительского рынка района, будет способствовать поддержанию высоких темпов его развития, созданию новых рабочих мест, пополнению доходной части бюджетов всех уровней.

8. Механизм мониторинга реализации Стратегии

Мониторинг реализации Стратегии осуществляется ежегодно. Исполнители и участники (по согласованию) Стратегии ежеквартально до 1 числа месяца, следующего за отчетным кварталом, и ежегодно до 5 февраля года, следующего за отчетным годом, информируют управление экономического развития администрации Прохоровского района о ходе выполнения Стратегии в части, их касающейся.

Управление экономического развития администрации Прохоровского района до 10 февраля года, следующего за отчетным годом, направляет в департамент экономического развития Белгородской области информацию о ходе реализации Стратегии.

В данной Стратегии управлением экономического развития администрации района учтены направления развития торговой деятельности, содержащиеся в Стратегии развития торговли в Белгородской области на 2015 – 2016 годы и на период до 2020 года.

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

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерен.	Фактическое значение показателя 2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2020 г. к 2015 г., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Оборот розничной торговли	млн. рублей	1750,0	1899,0	2088,0	2288,0	2450,0	2600,0	148,6
1.1.	Оборот розничной торговли на душу населения	тыс. рублей	63,6	69,6	77,3	85,7	91,8	97,4	153,1
1.2.	Удельный вес розничной торговли пищевыми продуктами в структуре оборота розничной торговли	%	41,5	41	40	40	39	38	-
1.3.	Удельный вес оборота розничных торговых сетей в обороте розничной торговли	%	42,3	44	45	46	48	50	7,7
2.	Площадь предприятий розничной торговли всех форматов, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе	кв. м	14200	15000	15400	15800	16200	16500	116
2.1.	Обеспеченность населения площадью торговых объектов, на 1 тыс. жителей	кв. м	516,0	549,0	570,0	592,0	607,0	618,0	120
2.2.	Количество предприятий розничной торговли всех форматов, кроме розничных рынков и ярмарок, проводимых на постоянной основе	ед.	185	189	192	194	197	200	108
3.	Количество ярмарок, проводимых на постоянной основе	ед.	1	1	1	1	1	1	-
3.1.	Количество торговых мест на ярмарках, проводимых на постоянной основе	ед.	137	30	35	40	45	50	