Документ предоставлен [КонсультантПлюс](http://www.consultant.ru)

ПРАВИТЕЛЬСТВО НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

от 30 мая 2019 г. N 137-рг

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ

И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ КООПЕРАЦИИ, ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ

ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА 2019 - 2021 ГОДЫ

И НА ПЕРИОД ДО 2025 ГОДА

В целях развития торговли, потребительской и сельскохозяйственной кооперации, заготовительной деятельности на территории Новгородской области:

1. Утвердить прилагаемую [Концепцию](#P29) развития торговли, потребительской и сельскохозяйственной кооперации, заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года.

2. Опубликовать распоряжение в газете "Новгородские ведомости".

Губернатор Новгородской области

А.С.НИКИТИН

Утверждена

распоряжением

Правительства Новгородской области

от 30.05.2019 N 137-рг

КОНЦЕПЦИЯ

РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ

КООПЕРАЦИИ, ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НОВГОРОДСКОЙ

ОБЛАСТИ НА 2019 - 2021 ГОДЫ И НА ПЕРИОД ДО 2025 ГОДА

1. Общие положения

1.1. Концепция развития торговли, потребительской и сельскохозяйственной кооперации, заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года (далее Концепция) определяет цели и задачи развития торговли, потребительской и сельскохозяйственной кооперации на территории Новгородской области, а также заготовки пищевых лесных ресурсов, продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами, на долгосрочную перспективу.

1.2. Целью Концепции является создание условий для развития торговли и вовлечения сельских жителей в заготовительную деятельность, обеспечения продуктами питания и непродовольственными товарами первой необходимости жителей Новгородской области через развитие многоформатной инфраструктуры торговли посредством стимулирования роста любых форм предпринимательской активности и сбалансированного развития всех торговых форматов (малый торговый бизнес, потребительские и сельскохозяйственные кооперативы, специфические социально ориентированные торговые форматы, мобильная торговля, нестационарная торговля, ярмарочная торговля, малый семейный торговый бизнес).

Концепция направлена также на развитие товаропроводящей системы, обеспечивающей удовлетворение потребностей населения, в том числе продовольственными и непродовольственными товарами первой необходимости, в населенных пунктах Новгородской области, на развитие сельских территорий.

1.3. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

повышение эффективности и сбалансированности регулирования отношений в сфере торговой и заготовительной деятельности;

обеспечение условий для развития конкуренции в сфере торговой и заготовительной деятельности;

создание условий для развития многоформатной инфраструктуры торговли и заготовительной деятельности;

обеспечение условий для развития потребительской и сельскохозяйственной кооперации, малого и среднего предпринимательства в сфере торговли, заготовительной деятельности, а также в агропромышленном комплексе для обеспечения населения Новгородской области продуктами питания;

обеспечение реализации образовательных программ, направленных на подготовку и повышение квалификации кадров в сфере торговли, заготовительной деятельности, а также сельского хозяйства;

повышение уровня доступности товаров для населения Новгородской области, привлекательности осуществления торговой и заготовительной деятельности на территории Новгородской области, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах Новгородской области.

1.4. Целевыми индикаторами Концепции являются:

индекс физического объема оборота розничной торговли;

оборот розничной торговли на душу населения;

увеличение количества хозяйствующих субъектов (малого и среднего предпринимательства, потребительских и сельскохозяйственных кооперативов), осуществляющих деятельность в сфере торговли и заготовительной деятельности;

увеличение количества нестационарных, мобильных торговых объектов на территории Новгородской области;

доля малых и микропредприятий в структуре розничного товарооборота;

увеличение количества заготовительных пунктов.

Критерий доступности товаров для населения Новгородской области измеряется в двух параметрах:

физический, отражающий возможность приобретения товаров в необходимых для комфортной жизни населения объеме и ассортименте, который определяется фактическим наличием таких товаров на территории проживания на конкурентных условиях (физическая доступность);

экономический, отражающий возможность приобретения товаров по сложившимся ценам в необходимых для комфортной жизни населения объеме и ассортименте в соответствии с реальным доходом каждого человека (экономическая доступность).

Целевые [индикаторы](#P196) Концепции, которые определены в приложении N 1 к Концепции, предназначены для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти Новгородской области и органов местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области (далее органы местного самоуправления) по обеспечению гражданам комфортной среды обитания в населенных пунктах и предпринимательского климата, и являются ключевыми показателями эффективности торговой политики и заготовительной деятельности, а также занятости населения в результате развития сельских территорий Новгородской области.

1.5. Для реализации Концепции определен План мероприятий Концепции в [приложении N 2](#P268) к Концепции.

2. Анализ состояния торговли и заготовительной деятельности,

потребительской и сельскохозяйственной кооперации

в Новгородской области

Уровень развития торговой инфраструктуры на территории Новгородской области неоднороден.

Это выражается как в уровне потребительских цен, обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов, товарным ассортиментом, так и в уровне развития транспортно-логистической инфраструктуры.

На территории Новгородской области расположено 3696 сельских поселений, в 3228 (87,4 %) из которых отсутствуют стационарные торговые объекты.

Население 2070 сельских поселений, не имеющих стационарных торговых объектов, обеспечивается товарами посредством мобильной торговли (111 автомагазинов, принадлежащих потребительским обществам и индивидуальным предпринимателям).

Остальные 1158 сельских поселений либо находятся в пешеходной доступности от поселений, имеющих стационарные торговые объекты, либо не имеют постоянно проживающего населения, либо численность постоянно проживающего в них населения составляет менее 5 человек.

Норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов местного значения достигнут в 97,5 % поселений.

Норматив обеспеченности населения площадью нестационарных торговых объектов по продаже продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции достигнут в 10 муниципальных образованиях области из 22 (45,4 %).

Норматив обеспеченности населения площадью нестационарных торговых объектов по продаже продукции общественного питания достигнут в 7 муниципальных образованиях области из 22 (31,9 %).

Достижение и фактическое превышение минимальных нормативов обеспеченности населения площадью торговых объектов в целом по области происходит за счет развивающейся торговой инфраструктуры в областном центре и административных центрах крупных муниципальных районов.

Население сельских территорий региона не имеет доступа к торговым объектам сетевых торговых компаний вследствие того, что для сетевых структур экономически нецелесообразно открывать магазины в населенных пунктах с невысоким платежеспособным спросом и недостаточно развитой инфраструктурой.

Дефицит торговых объектов в сельских поселениях области обусловлен сохраняющейся тенденцией сокращения численности сельского населения, а также низким уровнем его покупательской способности.

Для удаленных и малонаселенных пунктов мобильная торговля является одним из немногих, а порой единственным, способом снабжения населения товарами.

Однако развитие мобильной торговли в сельских поселениях области сдерживается неудовлетворительным состоянием автомобильных дорог.

Вследствие недостаточной привлекательности для бизнеса сельской торговли, особенно в труднодоступных и отдаленных населенных пунктах, в настоящее время на территории области наблюдается сокращение количества действующих стационарных торговых объектов.

Основными хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность в сельских населенных пунктах области, являются организации потребительской кооперации. 10 из 17 районных потребительских обществ находятся в стадии конкурсного управления и продажи имущества в счет погашения долгов кредиторам. Отчуждение имущества, принадлежащего структурам потребительской кооперации, негативно сказывается на обеспечении услугами торговли жителей сельских поселений области.

В настоящее время в области работают 8 организаций потребительской кооперации, осуществляющих деятельность на территории 10 муниципальных районов области: Батецкого, Волотовского, Демянского, Марёвского, Новгородского, Парфинского, Солецкого, Старорусского, Хвойнинского и Чудовского.

Система потребительской кооперации области включает:

282 розничных торговых предприятия;

63 предприятия общественного питания;

25 мобильных торговых объектов;

3 сельскохозяйственных рынка;

8 хлебозаводов.

Среднесписочная численность работников предприятий потребительской кооперации составляет 867 человек.

На территории 11 муниципальных районов области деятельность предприятий потребительской кооперации не ведется по причине банкротства областной организации "Новоблпотребсоюз" и последовавшими за ним банкротствами 10 районных потребительских обществ, которые являлись филиалами "Новоблпотребсоюза".

Деятельность по заготовке продукции сельского хозяйства, в том числе произведенной личными подсобными хозяйствами, а также собранных дикорастущих растений (грибов, ягод, плодов) является одним из сопутствующих направлений деятельности организаций потребительской кооперации. Ввиду сокращения присутствия организаций потребительской кооперации на селе заготовительная деятельность на территории Новгородской области осуществляется не во всех муниципальных районах области.

Заготовительная деятельность несет важную социальную функцию для возрождения села и развития сельской инфраструктуры, увеличивая занятость местного населения и способствуя повышению его доходов.

Мониторинг по заготовительной деятельности на территории Новгородской области показал, что деятельность по закупке у граждан сельскохозяйственной продукции и сырья, дикорастущих плодов, ягод и грибов ведется в 14 муниципальных районах области. Закупку у граждан сельскохозяйственной продукции и сырья, дикорастущих плодов, ягод и грибов осуществляет 21 хозяйствующий субъект, 7 из которых являются потребительскими обществами.

3. Механизмы и способы достижения цели и решения задач

Концепции, решения проблем в сфере торговли

и заготовительной деятельности, потребительской

и сельскохозяйственной кооперации

3.1. Повышение эффективности и уровня сбалансированности

регулирования отношений в сфере торговли и заготовительной

деятельности в нормативных правовых актах Новгородской

области

Для решения задачи повышения эффективности и уровня сбалансированности регулирования отношений в сфере торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области необходимо:

провести анализ областных нормативных правовых актов на соответствие их положений федеральному законодательству;

на основе результатов анализа привести областные нормативные правовые акты в соответствие федеральному законодательству.

3.2. Матрица торговых форматов

Для обеспечения роста экономики и предпринимательской активности в Новгородской области, а также построения прозрачного торгового бизнеса необходимо сформировать матрицу торговых форматов в Новгородской области как модель многоформатной торговли.

Сформированная матрица торговых форматов - это наличие на территории Новгородской области максимального количества торговых объектов (сетевых, несетевых) на конкурентных условиях как для потребителя (с возможностью выбора потребителем разных торговых форматов и хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю), так и для местного производителя (с возможностью осуществления сбыта производимых товаров через различные форматы торговли как каналы сбыта).

Матрица торговых форматов должна быть не просто теоретической моделью, а стать одной из приоритетных задач для органов местного самоуправления. Комфортная среда для граждан и рост производства в потребительском секторе достигается только при наличии различных торговых форматов в каждом городе и поселении, в первую очередь малых форматов торговли.

Под торговым форматом понимается тип торговли, который характеризуется набором однородных способов и черт ведения бизнеса, видом используемого торгового объекта, а также ориентированностью на определенную группу потребителей.

Каждый торговый формат уникален и для потребителя (предоставляет разные услуги по набору и качеству, в том числе по разнообразию ассортимента, ценового уровня и сопутствующих услуг), и для производителя (производителям разных объемов и типов товаров требуются разные форматы торговли как каналы сбыта).

Каждый из торговых форматов обладает своими преимуществами:

крупные сетевые форматы - многообразие товаров, удобство выбора;

магазины шаговой доступности - индивидуальный подход, возможность приобрести нестандартный товар;

рынки или ярмарки, нестационарная, мобильная и иные малые форматы торговли - возможность приобрести самый свежий сезонный товар или товар небольших местных производителей, а также продовольственные и непродовольственные товары первой необходимости;

интернет-магазин или удаленная торговля - удобство выбора товаров для потребителя.

Многообразие розничных форматов торговли позволяет создать комфортную среду для потребителей, выбрать те форматы торговли, которые будут отвечать их запросам.

Одним из главных направлений работы органов местного самоуправления в области торговли станет построение на каждой территории соответствующего муниципального образования полноценной матрицы торговых форматов с учетом демографических, географических, экономических, инфраструктурных и прочих особенностей территории.

3.3. Меры по развитию конкурентной среды в торговле

Для развития конкурентной среды в торговле важными являются следующие направления:

потребительская кооперация, объединяющая ключевых представителей сфер бизнеса, связанных с производством и реализацией потребительских товаров, которые не только способствуют ослаблению административного давления на рыночные процессы, но и позволяют более эффективно и с меньшими затратами регулировать эти процессы. Развитие механизмов потребительской кооперации прежде всего важно в крупных розничных торговых сетевых компаниях, элементом этого процесса является внедрение добросовестных практик во взаимоотношениях торговых сетей и их поставщиков (производителей);

малая форма торговли, в том числе семейный бизнес, основанный на правах собственности либо долгосрочной аренды стационарных помещений, на специализации, позволяющей предоставлять эксклюзивные услуги (булочные, кондитерские, мясные лавки, рыбные магазины);

мобильная торговля (торговля через специализированные автомагазины), которая предполагает развитие смежных отраслей экономики: постепенное создание товаропроизводителями Новгородской области распределительных центров и баз для участия в мобильной торговле, участие в реализации мероприятий по заготовительной деятельности. В свою очередь, развитие мобильной торговли дает толчок развитию малых предприятий сервиса, сопутствующих услуг и производства. Кроме того, мобильная торговля является способом снабжения жителей малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктов Новгородской области товарами первой необходимости;

ярмарочная торговля в Новгородской области и максимальное упрощение всех процедур для организации и проведения ярмарок и участия в них. Ярмарки - простейшая и важнейшая инфраструктура для роста предпринимательской активности в мелкорозничной торговле. Ярмарки позволяют максимально быстро вовлечь в торговлю продукты и товары, производимые на территории Новгородской области, и соответственно, увеличить их производство;

нестационарная торговля, которая предполагает стабильное функционирование торговой точки и обеспечение гарантии прав хозяйствующих субъектов. Размещение нестационарных торговых объектов на земельных участках, в зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в государственной собственности или муниципальной собственности, осуществляется в соответствии со схемой размещения нестационарных торговых объектов с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий Новгородской области и достижения нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;

сельскохозяйственные рынки - преимущественный фактор снижения цен на продукты питания для населения Новгородской области. Достаточное количество рынков даст возможность легально торговать всем желающим без исключения за приемлемую арендную плату при условии соблюдения санитарных норм и правил, установленных законодательством Российской Федерации. Увеличение количества современных капитальных сельскохозяйственных и продовольственных розничных рынков даст толчок развитию конкуренции и будет содействовать в решении существующей проблемы недоступности или дороговизны торговых мест, а также способствовать развитию потребительской и сельскохозяйственной кооперации;

удаленные форматы розничной торговли (интернет-торговля, торговля по каталогам, в том числе через почту, и прочее).

В целях оптимального размещения крупных торговых объектов, магазинов шаговой доступности, супермаркетов и мини-маркетов, объектов мелкорозничной торговли, оптовых и розничных рынков, построения многоформатной торговой инфраструктуры в Новгородской области необходимо проанализировать целесообразность установления критериев размещения крупных торговых объектов, увеличения доступности торговых площадей и земельных участков для развития торговых и логистических организаций, опережающее наращивание коммунальных, генерирующих и распределительных мощностей, развитие сферы телекоммуникаций и электронных платежей.

Для взаимодействия организаций розничной торговли и производителей сельскохозяйственной продукции необходимо современное оптовое звено, включающее наряду с оптовыми торговыми организациями систему крупных оптовых продовольственных рынков (оптово-распределительных, оптово-логистических центров или терминалов) и систему распределительных центров крупных торговых сетей.

Оптовое звено должно стать составляющей частью в снижении издержек как для производителей, так и организаций розничной торговли, а также сократить сроки реализации продуктов. В результате на полках магазинов продукты будут более свежими, то есть более качественными, и более дешевыми.

Увеличение доли крупных торговых сетей и крупных торговых операторов отрицательно сказывается на состоянии малого и среднего предпринимательства, использующего традиционные формы ведения торговой деятельности. "Переток" покупателей в крупные торговые объекты из предприятий малых и средних форматов часто ведет к прекращению деятельности последних. Необходимо учитывать, что с экономической точки зрения малые форматы по объективным причинам менее эффективны, чем крупные розничные торговые сетевые компании, уровень их затрат как на аренду торговых площадей, так и на закупку товаров значительно выше. Эффективность использования трудовых ресурсов в крупной сетевой торговле также значительно выше, чем у объектов малых форматов торговли.

При этом крупные торговые структуры не в состоянии обеспечить выполнение тех социальных функций, которые традиционно присущи объектам малых форматов (начиная с удовлетворения повседневных потребностей граждан в непосредственной близости от места проживания, индивидуального подхода к покупателям и заканчивая обеспечением сбыта продукции малых и средних местных производителей).

3.4. Повышение уровня привлекательности осуществления

торговой деятельности, в том числе в малочисленных,

труднодоступных и отдаленных населенных пунктах Новгородской

области

Опыт развития торговли в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах Новгородской области основывается на применении различных инструментов, основным из которых является предоставление различных льгот хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговое обслуживание на таких территориях.

Комплекс реализуемых мероприятий по ведению торговой деятельности в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах Новгородской области включает организацию выездных ярмарок, сохранение и развитие стационарных и нестационарных торговых объектов, мобильной торговли, предоставление хозяйствующим субъектам, планирующим осуществление предпринимательской деятельности в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах, земельных участков на льготных условиях.

Вспомогательными механизмами решения задачи торгового обслуживания в малочисленных, отдаленных и труднодоступных населенных пунктах являются развитие дистанционной торговли, поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, развитие сельскохозяйственной и потребительской кооперации.

Для малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктов Новгородской области мобильная торговля - один из немногих, а порой единственный, способ снабжения жителей Новгородской области товарами.

Мобильная торговля имеет важное значение при проведении массовых мероприятий, а также в чрезвычайных ситуациях, так как она является постоянно действующей инфраструктурой по реализации продовольствия, которая может быть быстро передислоцирована и развернута в любом месте, где это будет необходимо. При отсутствии в населенных пунктах Новгородской области постоянно действующих торговых объектов мобильная торговля станет эффективным инструментом для развертывания системы снабжения населения продовольствием в экстренных случаях.

3.5. Повышение доступности финансовых ресурсов в сельской

местности

Одной из наиболее существенных проблем в настоящее время, препятствующих развитию торговли и заготовительной деятельности в сельской местности, является нехватка финансовых ресурсов для всех категорий экономических субъектов, юридических и физических лиц.

Отмеченная проблема затрагивает как население, для которого был ограничен доступ к потребительским кредитам и займам, автокредитам, ипотечным кредитам, так и предпринимателей - многие кредитные организации фактически свернули свои программы кредитования представителей бизнеса ввиду значительного повышения уровня риска.

Для преодоления этой проблемы необходим совместный поиск наиболее эффективных форм реализации соответствующих инфраструктурных проектов на селе, направленных на создание комфортных условий для доступа граждан и представителей бизнеса к комплексу банковских услуг.

В качестве одного из примеров развития таких форм можно привести проект организации мобильного офиса банка. Этот способ обслуживания является лучшей практикой в организации финансового обслуживания малых сел многих развитых стран. Вместе с предоставлением услуг банк может проводить инкассацию банкоматов и организаций, расположенных по маршруту следования мобильного офиса. По расчетам, затраты на мобильное транспортное средство примерно на 75,0 % меньше, чем затраты на аренду здания и персонала на этот же период. Использование мобильных офисов приводит к расширению территории банковского обслуживания.

Наряду с традиционным банковским обслуживанием посредством организации филиальной сети целесообразно внедрять новые формы предоставления банковских услуг в сельской местности, такие как мобильные офисы и банкоматы. Развитие указанных форм возможно как путем открытия новых точек обслуживания, так и посредством трансформации существующей сети банковских офисов с целью оптимизации и повышения эффективности работы банков в сельской местности.

3.6. Обеспечение развития сельскохозяйственных

и потребительских кооперативов

Важную роль в развитии торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области играют сельскохозяйственные и потребительские кооперативы (далее кооперативы).

В современных условиях в создании инфраструктуры по снабжению средствами производства и сбыту сельскохозяйственной продукции в форме кооператива особо нуждаются малые формы хозяйствования. К малым формам хозяйствования на селе относятся организованные сельскими жителями личные подсобные хозяйства (далее ЛПХ) и крестьянские (фермерские) хозяйства (далее КФХ).

ЛПХ и КФХ являются самой массовой, гибкой и устойчивой формой хозяйствования, что объясняется исторически сложившимся укладом жизни. Реальная действительность последних лет показывает, что ЛПХ и КФХ являются достаточно стабильным сектором экономики, способным к быстрой отдаче. При определенной поддержке они могут даже в условиях кризиса увеличивать объемы производства и быть своего рода резервной нишей - стабилизационным товарно-сырьевым кредитом для аграрной экономики и населения в целом. Кроме того, ЛПХ и КФХ содействуют занятости сельского населения и росту его доходов, решению социальных вопросов, способствуют сохранению сельского образа жизни, социального контроля над территорией, решению демографических вопросов, обеспечению экономической стабильности. Отсутствие системы сбыта является фактором, при котором ЛПХ и КФХ становится выгодным объединить в кооперативы.

Важную роль в процессе объединения мелкотоварных производителей играет доступность переработки, хранения и сбыта сельскохозяйственной продукции.

Развитие всех видов сельскохозяйственной кооперации является необходимым условием обеспечения рентабельности сельскохозяйственного производства, сохранения занятости на селе, повышения покупательной способности сельского населения и, в конечном счете, устойчивого развития сельских территорий.

Кооперативы сталкиваются с рядом серьезных проблем, важнейшими из которых являются:

недостаток первоначального капитала и высокая стоимость кредитов;

создание и развитие кооператива требует от его членов мобилизации значительных материальных ресурсов, отсутствующих у сельскохозяйственных товаропроизводителей и сельских жителей, либо привлечения заемных средств, что создает значительную нагрузку на будущих членов кооператива;

недостаток подготовки, дополнительного профессионального образования менеджеров и других работников кооперативов.

3.7. Содействие в повышении кадровой обеспеченности отрасли

торговли и заготовительной деятельности, потребительской

и сельскохозяйственной кооперации

Проблему недостатка кадров и низкой квалификации торгового персонала, имеющую комплексный характер, необходимо решать комплексно, используя механизмы и инструменты, в том числе регулярный мониторинг рынка труда в отрасли, государственную поддержку партнерства между образовательными организациями и торговыми компаниями, находящимися на территории Новгородской области, повышение престижности труда и предпринимательства в торговой отрасли, содействие в развитии социального партнерства в отрасли.

Повышение престижности труда в торговле, формирование в обществе позитивного отношения к работникам торговли и предпринимателям обеспечиваются на корпоративном и региональном уровнях путем проведения различных просветительских и мотивационных мероприятий (конкурсов профессионального мастерства, широкого общественного обсуждения победителей таких конкурсов), а также осуществления комплекса мер по кадровому обеспечению отрасли, созданию условий для формирования новых рабочих мест и других мероприятий.

4. Этапы и механизмы реализации Концепции

Концепция реализуется в два этапа:

переходный этап - 2019 год;

основной этап - 2020 - 2024 годы.

К механизмам реализации Концепции относится комплексное управление реализацией Плана мероприятий Концепции. Методическое и информационное сопровождение реализации указанных мероприятий осуществляет министерство промышленности и торговли Новгородской области (далее министерство).

Исполнителям Плана мероприятий Концепции необходимо ежегодно к 20 января и 15 июля представлять в министерство отчетную информацию о реализации Плана мероприятий Концепции по форме, устанавливаемой приказом министерства.

Приложение N 1

к Концепции

развития торговли, потребительской

и сельскохозяйственной кооперации,

заготовительной деятельности

в Новгородской области на 2019 - 2021

годы и на период до 2025 года

ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ КОНЦЕПЦИИ

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| N п/п | Наименование целевого индикатора Концепции | Значение по годам | | | | | |
| 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1. | Индекс физического объема оборота розничной торговли (%) | 100,5 | 101,0 | 101,2 | 101,3 | 101,5 | 102,0 |
| 2. | Оборот розничной торговли на душу населения (тыс. руб. в год) | 199,0 | 209,0 | 221,5 | 234,5 | 248,8 | 263,8 |
| 3. | Увеличение количества хозяйствующих субъектов (малого и среднего предпринимательства, потребительских и сельскохозяйственных кооперативов), осуществляющих деятельность в сфере торговли и заготовительной деятельности (%) | 101,0 | 101,5 | 102,0 | 102,5 | 103,0 | 103,5 |
| 4. | Увеличение количества нестационарных, мобильных торговых объектов на территории Новгородской области (%) | 101,0 | 102,0 | 102,5 | 102,2 | 103,0 | 103,0 |
| 5. | Доля малых предприятий и микропредприятий в структуре розничного товарооборота (%) | 23,0 | 24,0 | 25,0 | 26,0 | 26,5 | 27,0 |
| 6. | Увеличение количества заготовительных пунктов (%) | 105,0 | 110,0 | 115,0 | 120,0 | 125,0 | 130,0 |

Приложение N 2

к Концепции

развития торговли, потребительской

и сельскохозяйственной кооперации,

заготовительной деятельности

в Новгородской области на 2019 - 2021

годы и на период до 2025 года

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N п/п | Наименование мероприятия | Итоговый документ, ожидаемый результат | Срок реализации, регулярность (для отдельных мероприятий) | Исполнитель |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Первоочередные мероприятия | | | |
| 1.1. | Повышение эффективности и уровня сбалансированности регулирования отношений в области торговой деятельности | | | |
| 1.1.1. | Представление в министерство промышленности и торговли Новгородской области (далее министерство) предложений по разработке "дорожной карты" развития торговли на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах Новгородской области | направление в министерство предложений | первое полугодие 2019 года | администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 1.1.2. | Разработка и утверждение "дорожной карты" развития торговли на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах Новгородской области | приказ министерства | первое полугодие 2019 года | министерство |
| 1.1.3. | Мониторинг развития и состояния розничной торговли, в том числе по форматам и сегментам рынка в Новгородской области | подготовка аналитических материалов | 2019 - 2024 годы | министерство |
| 1.1.4. | Разработка предложений по улучшению торговой деятельности на территории Новгородской области | подготовка аналитических отчетов | 2019 - 2024 годы | администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 1.1.5. | Представление в министерство предложений по разработке "дорожной карты" развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года | письма с предложениями | 2019 - 2024 годы | администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию)  министерство сельского хозяйства Новгородской области  областное государственное автономное учреждение "Центр консалтинга и инноваций АПК" (по согласованию) |
| 1.1.6. | Разработка и утверждение "дорожной карты" развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года | приказ министерства | первое полугодие 2019 года | министерство |
| 1.1.7. | Обеспечение реализации "дорожной карты" развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года | реализация мероприятий "дорожной карты" развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области | 2019 - 2024 годы | министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской области  областное государственное автономное учреждение "Центр консалтинга и инноваций АПК" (по согласованию)  администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 1.1.8. | Представление в министерство предложений по разработке "дорожной карты" развития сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года | письма с предложениями | 2019 - 2024 годы | администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию)  министерство сельского хозяйства Новгородской области  областное государственное автономное учреждение "Центр консалтинга и инноваций АПК" (по согласованию)  организации потребительской и сельскохозяйственной кооперации (по согласованию) |
| 1.1.9. | Разработка и утверждение "дорожной карты" развития сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года | приказ министерства | первое полугодие 2019 года | министерство |
| 1.1.10. | Обеспечение реализации "дорожной карты" развития сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории Новгородской области на 2019 - 2021 годы и на период до 2025 года | реализация мероприятий "дорожной карты" развития сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории Новгородской области | 2019 - 2024 годы | министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской области  областное государственное автономное учреждение "Центр консалтинга и инноваций АПК" (по согласованию)  администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию)  организации потребительской и сельскохозяйственной кооперации (по согласованию) |
| 1.2. | Обеспечение условий для развития конкуренции в области торговой деятельности | | | |
| 1.2.1. | Проведение мониторинга практики применения Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=D2BAEB052A4C4A6308C1F13452E69A30C11CF81ABDBE4F37D5C36B800B15B6FFE63EAF184AE0993D5139E06551GEF9J) от 28 декабря 2009 года N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" на территории Новгородской области | подготовка аналитических материалов | 2019 - 2024 годы, 1 раз в год | министерство |
| 1.2.2. | Организация отраслевых торговых мероприятий (ярмарок, выставок-продаж, форумов, "круглых столов" и иных мероприятий) | отчеты о мероприятиях | 2019 - 2024 годы | министерство |
| 1.3. | Повышение уровня привлекательности осуществления торговой деятельности в малочисленных, отдаленных и труднодоступных населенных пунктах Новгородской области | | | |
| 1.3.1. | Организация торгового обслуживания в малочисленных, отдаленных и труднодоступных населенных пунктах Новгородской области | определение мер поддержки для организации торговли в малочисленных, отдаленных и труднодоступных населенных пунктах Новгородской области | 2019 - 2024 годы | администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 1.3.2. | Анализ эффективности действующих мер поддержки торгового обслуживания и торговой деятельности в малочисленных, отдаленных и труднодоступных населенных пунктах | подготовка аналитических данных для представления в министерство | 2019 - 2024 годы, 2 раза в год | администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 1.4. | Содействие развитию заготовительной деятельности на территории Новгородской области | | | |
| 1.4.1. | Оказание информационно-консультационной поддержки субъектам заготовительной и перерабатывающей деятельности | проведение "круглых столов", семинаров и других мероприятий, направление ищущих работу граждан на временное трудоустройство | 2019 - 2024 годы | министерство  администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию)  государственное областное казенное учреждение "Центр занятости населения Новгородской области" (по согласованию) |
| 1.5. | Поддержка развития малого и среднего предпринимательства в области торговли | | | |
| 1.5.1. | Совершенствование ярмарочной торговли, розничных рынков, нестационарной и мобильной торговли с целью расширения и развития различных торговых форматов | организация проведения мероприятий | 2019 - 2024 годы | министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской области  администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 1.5.2. | Содействие субъектам предпринимательской деятельности в реализации проектов "Покупайте Новгородское!", "Фермерская лавка", "Фермерский базар" и т.д. | увеличение количества субъектов предпринимательской деятельности, участвующих в реализации проектов | 2019 - 2024 годы, 2 раза в год | министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской области  администрации городского округа и муниципальных районов Новгородской области (по согласованию) |
| 2. | Организационно-контрольные мероприятия | | | |
| 2.1. | Мониторинг результатов реализации Плана мероприятий Концепции | подготовка доклада Губернатору Новгородской области | 2020 - 2025 годы, ежегодно в апреле | министерство |
| 2.2. | Корректировка Плана мероприятий Концепции с учетом достигнутых результатов, а также в связи с появлением новых проблем (модификации их структурных элементов) | уточнение целевых индикаторов Концепции и корректировка Плана мероприятий Концепции | 2021 - 2024 годы | министерство |