



МЭРИЯ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ТОЛЬЯТТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

14.10.2013 № 3151-П/1

г. Тольятти, Самарской области



Об утверждении муниципальной программы «Развитие потребительского рынка в городском округе Тольятти на 2014-2016 гг.»

В целях создание условий для обеспечения жителей городского округа услугами связи, общественного питания, торговли и бытового обслуживания в соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Федеральным законом от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Законом Самарской области от 05.07.2009 г. № 76-ГД «О государственном регулировании торговой деятельности на территории Самарской области», руководствуясь Уставом городского округа Тольятти, мэрия городского округа Тольятти ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемую муниципальную программу «Развитие потребительского рынка в городском округе Тольятти на 2014-2016 гг.».

2. Установить, что расходные обязательства городского округа Тольятти, возникшие в результате принятия настоящего постановления, исполняются городским округом Тольятти самостоятельно за счет средств бюджета городского округа Тольятти в пределах, предусмотренных решением о бюджете на соответствующий финансовый год и плановый

период объемов бюджетных ассигнований на реализацию программных мероприятий.

3. Департаменту финансов мэрии городского округа Тольятти (Гильгулин Г.В.) осуществлять финансирование расходных обязательств по мероприятиям программы за счет средств бюджета городского округа Тольятти в пределах лимитов бюджетных обязательств, доведенных исполнителям программы.

4. Настоящее постановление вступает в силу после официального опубликования, но не ранее 01.01.2014 г.

5. Управлению по оргработе и связям с общественностью мэрии (Алексеев А.А.) опубликовать настоящее постановление в газете «Городские ведомости»

6. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя мэра Бузинного А.Ю.



С.И.Андреев

УТВЕРЖДЕНА
Постановлением мэрии
городского округа Тольятти
от 11.10.2013 № 3-151-П/1

**МУНИЦИПАЛЬНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ТОЛЬЯТТИ
НА 2014-2016 ГОДЫ**
(далее – Программа)

Паспорт муниципальной программы

1	Наименование муниципальной программы	Программа развития потребительского рынка в городском округе Тольятти на 2014–2016 годы
2	Дата и номер муниципального правового акта мэрии о разработке муниципальной программы	Распоряжение мэрии городского округа Тольятти от 19.09 2013г. №6076-р/1
3	Сведения (реквизиты утверждающих правовых актов) об аналогичных государственных программах Российской Федерации, государственных программах Самарской области	Программа развития торговли в Самарской области, утвержденная Постановлением Правительства Самарской области от 11.08.2011 года №402
4	Координатор муниципальной программы	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Тольятти
5	Заказчики муниципальной программы	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Тольятти
6	Цели и задачи муниципальной программы	<p>Цель 1: создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения качественными и безопасными потребительскими товарами и услугами.</p> <p>Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none">• формирование современной

С.А.

С.А.

		<p>инфраструктуры розничной торговли и повышение территориальной доступности торговых объектов для населения города;</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизация взаимодействия предпринимателей с органами муниципальной власти; • совершенствование механизмов муниципального регулирования торговой деятельности в городском округе Тольятти; • обеспечение координации деятельности органов власти РФ, субъекта РФ и местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей в сфере потребительского рынка. <p>Цель 2: создание условий для эффективного использования рекламного пространства с учетом современных технологий и тенденций развития сферы наружной рекламы. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> • упорядочение размещения объектов наружной рекламы на территории городского округа Тольятти; • гармонизация архитектурного облика городского округа Тольятти; • взаимодействие органов местного самоуправления с населением городского округа средствами социальной рекламы.
7	Сроки и этапы реализации муниципальной программы	Срок реализации Программы: 2014–2016 годы. При реализации программы этапы не предусмотрены.

Сектор
фин

8	Объемы и источники финансирования муниципальной программы	Объем финансирования за 2014-2016 годы составит 51047,4 тыс.рублей. Источники финансирования: бюджет городского округа Тольятти. В том числе по годам: - 773 тыс. рублей в 2014 году; - 25859,9 тыс. рублей в 2015 году; - 24414,5 тыс. рублей в 2016 году.
9	Ожидаемые результаты реализации муниципальной программы	Обеспеченность жителей городского округа Тольятти торговыми площадями, услугами бытового обслуживания населения. Степень удовлетворенности жителей городского округа Тольятти развитием потребительского рынка. Формирование обновленной схемы размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа Тольятти приведет к упорядочению размещения законных нестационарных торговых объектов и снижению размещения незаконных нестационарных торговых объектов. Улучшение состояния внешнего облика объектов потребительского рынка. Снижение задолженности перед бюджетом городского округа Тольятти (в сфере потребительского рынка). Формирование схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти приведет к упорядочению размещения законных рекламных конструкций и снижению размещения незаконных рекламных конструкций, улучшение состояния внешнего облика города за счет размещения и вида рекламных конструкций, а также улучшение качества и развитие всех видов наружной рекламы.

1. Анализ проблемы и обоснование ее решения программными методами.

Потребительский рынок города – это наиболее активно действующая отрасль экономики, надежный источник пополнения бюджета города. Важный инструмент социальной и экономической политики в муниципальном образовании.

Развитие потребительского рынка обеспечивает следующие направления развития городского округа Тольятти:

- формирование институциональной среды инновационного развития;
- влияние на инфляционные процессы;
- создание условий для повышения качества и уровня жизни населения;
- развитие импортозамещения.

Однако имеется целый ряд задач, связанных с повышением устойчивости функционирования рынка в условиях экономической нестабильности, с реализацией существующих возможностей развития сферы торговли, бытовых услуг и с улучшением качества обслуживания населения.

В деятельности потребительского рынка, обеспечивающего сферу конечного потребления населением товаров и услуг, находят свое отражение социальные и экономические процессы города, численность населения которого составляет порядка 718,0 тыс. человек.

Проводимая в городе политика по развитию потребительского рынка создает надежную основу для бесперебойного снабжения населения всем необходимым, влияет на ценовую политику товаров и услуг, предоставляемых населению города.

В настоящее время в сфере потребительского рынка ситуация сложилась таким образом, что сфера торговли и услуг пополняется непрофессионалами. Это и продавцы, торгующие на рынках, в киосках и павильонах, начинающие предприниматели, организующие собственное дело, не вникая в особенности законодательства. Такое положение накладывает дополнительный негативный отпечаток на всю отрасль. Это и проблемы организации торговли, низкая

культура обслуживания, и элементарное незнание правил торговли, без которых невозможно полноценное развитие потребительского рынка.

Торговля, общественное питание и бытовое обслуживание населения являются важными сферами занятости населения. В связи с существенным ростом числа предприятий потребительского рынка, как вновь создаваемые, так и действующие предприятия нуждаются в квалифицированных специалистах в области коммерции, товароведения, стандартизации и сертификации, бухгалтерского учета, менеджмента, экономики и организации торговли. Повышение квалификации работников потребительского рынка и знание потребителями своих прав будут способствовать развитию цивилизованных отношений в сфере потребительского рынка и повышению культуры обслуживания населения города.

По состоянию на 01.09.2013 года на потребительском рынке товаров и услуг городского округа Тольятти действуют более 10 тыс. предприятий, из которых более 6 тыс. предприятий торговли, 582 предприятия общественного питания, около 2 тыс. предприятий бытового обслуживания населения, 9 рынков (1 по торговле автозапчастями, 4 по торговле хозяйственными товарами, 4 универсальных).

В то же самое время наличие достаточного количества малых и средних предприятий в торговле необходимо для сбалансированного развития экономики городского округа Тольятти:

- во-первых, малые и средние предприятия в торговле необходимы для существования малых и средних предприятий в производстве. Последние часто не могут работать с сетевыми компаниями, поскольку не могут обеспечить необходимый объем и регулярность поставок, качество логистических услуг, маркировку товара и пр. Как показывает мировой опыт, малые предприятия в торговле в среднем реинвестируют в локальную экономику в 10 раз больше, чем крупные розничные сети, что отражает их больший объем закупок у малых локальных производителей

- во-вторых, малые и средние предприятия способствуют диверсификации и большей устойчивости экономики, обеспечивают больший уровень занятости по сравнению с сетевыми компаниями и способствуют развитию в стране предпринимательского класса
- в-третьих, нельзя забывать, что малые и средние предприятия нередко являются местом трудоустройства лиц преклонного возраста и лиц с ограниченными физическими возможностями.
- в-четвертых, малые и средние торговые предприятия создают необходимое потребителям разнообразие ассортимента. Сетевые игроки в силу своей экономической природы склонны работать со стандартизованным массовым ассортиментом, а специфическую нишевую продукцию часто можно приобрести только в предприятиях малого бизнеса

В городе идёт постоянное развитие потребительского рынка в части крупных торговых комплексов. В 2009 году введены в эксплуатацию гипермаркет товаров для дома и ремонта «Castorama», торгово-развлекательный комплекс «Капитал», крупный торговый комплекс «Алтын», гипермаркет «Медиа-маркет», торговый центр «Волжский центральный магазин», в 2010 году – предприятие общественного питания «Макдональдс» и иные предприятия в сфере услуг, в первом полугодии 2011 года - универсальный городской крытый рынок «Приморский продуктовый рынок», ООО «Эксперт-М» (11-а квартал, пр-т Ст.Разина), «Ставропольский рынок» (ул. Громовой,25).

Доля муниципальных предприятий (учреждений) отрасли продолжает сокращаться, в настоящее время их насчитывается всего два.

Сохраняют свои позиции сетевые магазины по продаже продовольственных товаров: «Пятерочка», «Магнит», «Пеликан», «Посадский», «Перекрёсток», «Миндаль», «Елисейский».

На рынке бытовой техники и электроники в городском округе функционирует пять федеральных компаний: «Эльдорадо», «Media Markt»

(Медиа Маркет), «Техносила», «Сателлит», «М-Видео», «Metro Cash & Carry, которые составляют более 80% рынка продаж бытовой техники.

По продаже строительных материалов, товаров для дома и ремонта лидирующее положение сохраняют сетевые магазины компаний: «Баумаркет», «Мегастрой, «Castorama»; по продаже обуви: «Вигорос», «Марафон», «Центр обуви», «Палатин» и другие.

Неравномерное распределение объектов потребительского рынка на территории городского округа Тольятти привело к тому, что в некоторых микрорайонах очень высокая обеспеченность жителей городского округа услугами потребительского рынка, в других наоборот – недостаточно или отсутствуют. Низкая обеспеченность жителей городского округа Тольятти услугами бытового обслуживания и общественным питанием.

Открылись объекты общественного питания: кафе – ресторан «Австория» на территории яхт-клуба «Дружба», два ресторана «Макдолнальдс» с «МакАвто» для автолюбителей, две столовых.

За период реализации Программы необходимо достижение 100% показателей недостающих услуг по городскому округу Тольятти.

Большинство участников сектора торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения отмечают низкий уровень подготовки персонала для организаций. Дефицит / недостаточная квалификация кадров отмечается на всех уровнях, в т.ч. торговые компании отмечают необходимость переобучения сотрудников среднего звена – выпускников факультетов вузов, обучающих торговым специальностям. Т.е. фактором дефицита квалифицированных кадров среднего звена является неэффективность программ обучения торговым специальностям в российских вузах. Ключевыми факторами дефицита сотрудников низкой квалификации являются социальная непрестижность рабочих профессий в торговле, низкие зарплаты и социальные гарантии (отсутствие таковых).

Сеть предприятий бытового обслуживания населения (далее – БОН) развита неравномерно. Предприятий, оказывающих услуги парикмахерских,

салонов красоты, бань, станции технического обслуживания автомашин в городе достаточно, в то время как услуги по ремонту одежды, обуви, мебели, прачечных, предоставлены недостаточно, т.е. потенциал в развитии сети предприятий общественного питания, бытового обслуживания населения на территории городского округа Тольятти имеется. Из крупных предприятий бытового обслуживания в 2010 году открылась гостиница «Hotel VEGA – 4*» на 125 комфортабельных номеров первой и высшей категории.

Товарооборот (розничной торговли, общественного питания, бытовых услуг)
городского округа Тольятти 2009-2012 годы

Показатели	Ед. измерения	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Оборот розничной торговли	млн. руб. в ценах соответствующих лет	126910,9	154300,8	143327,1	158345,0
Оборот общественного питания	млн. руб. в ценах соответствующих лет	4955,2	5703,5	5505,2	6213,2
Оборот бытовые услуги	млн. руб. в ценах соответствующих лет	-	2314,0	2080,0	2161,0

В настоящее время с учетом снижения общего уровня платежеспособности населения наблюдается изменение состава покупок. Увеличился объем продаж круп, хлебобулочных изделий, масла растительного и др. продовольственных товаров простого ассортимента.

Источники поступлений основных продовольственных и непродовольственных товаров в городской округ Тольятти.

№ п/п	Наименование товаров	Источники поступлений (в %)							
		2012 год				2013 год			
		Продукция предприятий г.о. Тольятти	Предприятий Самарской области	Регионы Российской Федерации	Импорт	Продукция предприятий г.о. Тольятти	Предприятий Самарской области	Регионы Российской Федерации	Импорт
1	2	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Мука	55	25	15	5	55	25	15	5
2.	Крупа	25	25	30	20	25	25	30	20
3.	Макаронные изделия	8	53	30	9	8	53	30	9
4.	Мясо	20	25	35	20	20	25	35	20
5.	Яйцо куриное	15	30	54	1	15	30	54	1
6.	Рыбная продукция	15	25	45	15	15	25	45	15
7.	Масло животное	25	35	25	15	25	35	25	15
8.	Масло растительное	20	40	35	5	20	40	35	5
9.	Маргариновая продукция	20	30	40	10	20	30	40	10
10.	Сахар	10	42	45	3	10	42	45	3
11.	Кондитерские изделия	15	45	30	10	15	45	30	10
12.	Цельномолочная продукция	28	37	25	10	28	37	25	10
13.	Сыры твердые	8	28	36	28	8	28	36	28
14.	Картофель	28	31	31	10	28	31	31	10
15.	Овощи	30	40	20	10	30	40	20	10
16.	Чай	-	21	22	57	-	21	22	57
17.	Соль	-	45	52	3	-	45	52	3
18.	Ткани (х/бумажные, льняные, шерстяные, шелковые)	2	17,2	60,2	20,6	2	17,2	60,2	20,6
19.	Швейные изделия (пальто, костюмы, платья)	5	12	48	35	5	12	48	35
20.	Трикотажные изделия, чулочно- носочные изделия	5,5	12,8	57,2	24,5	5,5	12,8	57,2	24,5
21.	Обувь кожаная, резиновая и валяная	0,6	14,6	48	36,8	0,6	14,6	48	36,8
22.	Мыло хозяйственное и туалетное	17,7	17	38,2	27,1	17,7	17	38,2	27,1
23.	Синтетические моющие средства	16	18	39	27	16	18	39	27
24.	Табачные изделия	-	24	54	22	-	24	54	22
25.	Спички	-	-	100	-	-	-	100	-
26.	Керосин осветительный	-	35	65	-	-	35	65	-

Анализ зависимости потребительского рынка городского округа Тольятти от ввозимых продовольственных и непродовольственных товаров демонстрирует недостаточную долю жизненно важных продуктов, реализуемых в городском округе, произведенных в нашем городе. Доля

продукции импортного производства на наших прилавках по ряду позиций превышает собственное производство.

В целях сохранения бизнеса и привлечения покупателей торговые организации по продаже непродовольственных товаров все более активно внедряют системы покупок в рассрочку, по кредиту, бонусные скидки, распродажи и др.

Развитие отрасли потребительского рынка (торговля, БОН, общепит) направлена на оказание поддержки населению города по возможности приобретения основных продовольственных товаров, услуг по доступным ценам, а также сохранение предпринимательского класса в условиях экономической нестабильности.

ПРОБЛЕМЫ.

Противостояние двух позиций:

а) мелкорозничной торговли быть не должно вовсе, так как она нагружает инфраструктуру, ухудшает внешний вид и т.д.

б) мелкорозничной торговли должно быть больше, так как это элемент инфраструктуры комфорта граждан, важный элемент социальной и экономической политики города.

Развитие мелкорозничной торговли является важной нишей для открытия и развития малого бизнеса, для сомозанятости населения, для повышения предпринимательской активности «снизу»; возможность трудоустройства и занятости трудным категориям – немолодым людям, людям без образования, с ограниченными физическими возможностями и пр.

Есть результаты исследований, которые показывают, что нехватка торговых площадей ведет к переплате покупателями на 20-30% от стоимости продуктов.

Малое количество мелкорозничных точек – удар, прежде всего, по наименее защищенным слоям населения, у которых нет возможности добираться до крупных супермаркетов, либо они ограничены в своих возможностях физически (инвалиды), удар по потребителям, которые в силу

привычки не готовы закупаться впрок, кого раздражают потери времени при покупках в супермаркетах.

Кроме того, одной из задач программы является обеспечение для потребителя не только возможности приобрести тот или иной товар или услугу, но и широкая возможность выбора аналогичных товаров (услуг) в данном месте.

Размещение крупных стационарных объектов ведет к повышенным нагрузкам на инфраструктуру и в бесконечном количестве их нельзя установить на территории города по объективным причинам.

Безусловно, имеют право на существование и мнение, что буханку хлеба и пакет молока удобнее купить по пути домой и возле дома, а не заезжая в супермаркет, и мнение, что газон на месте павильона - предпочтительнее. Единого мнения быть не может, но наша задача найти баланс между интересами разных групп жителей, предпринимателей

Неиспользование потенциала города как транзитного пункта на федеральной трассе М5.

Необходимо шире использовать возможности города, как транзитного пункта на федеральной трассе М5. Для этого следует подготовить микроконцепцию и предложения по площадкам для размещения объектов придорожного сервиса (кафе, автомастерские, магазины, гостиницы, развлекательный сервис), провести соответствующие конкурсные процедуры.

Стоит подумать об использовании возможностей города, как логистического центра. Помимо создания новых рабочих мест, возможно будет расширить ассортиментную линейку в розничной сети и повлиять на отпускные цены.

Потребительский рынок, являясь самостоятельным направлением развития города, может быть важным дополнением и не сугубо торговых проектов. Например, развитие тольяттинской набережной было бы привлекательнее с инвестиционной точки зрения, если его составной частью

станет грамотное размещение современных объектов потребительского рынка, предприятий торговли, развлечений и общественного питания.

Недостаточная развитость форматов торговли, не нагружающих инфраструктуру.

Требует внимания дефицит потребления тольяттинцами свежих скоропортящихся продуктов (овощей, фруктов, ягод, молока и молочных продуктов, мяса и мясных продуктов, рыбы), тогда как предложения по алкогольным группам превышают всякую разумность. На эту ситуацию может влиять не только наличие торговых точек шаговой доступности, но и развитие отдельных форматов торговли.

Уличная торговля в теплый период с типовых конструкций овощами, фруктами и ягодами при небольших магазинах является типичной для городов Запада. В Тольятти, в условиях острого дефицита потребления свежих продуктов, увеличение каналов сбыта свежей плодоовощной продукции особенно актуально.

Договоры аренды земельных участков под объектами потребительского рынка должны предусматривать возможность размещения на прилегающей территории сезонных торговых объектов.

Необходимы действенные меры по увеличению количества торговых точек, и, прежде всего, торговых объектов мобильных форматов. По такому пути идут власти Нью-Йорка.

Недооцененными на наш взгляд являются такие объекты, как автолавки.

Автолавки, автокафе – мелкорозничный формат, который наиболее подходит для условий мегаполиса с его дефицитом пространства. Данный тип объектов позволяет полностью уйти от проблем, связанных с размещением павильонов. Данный тип является весьма благоприятным для города, жителей и предпринимателей. Будучи сверхмобильными такие объекты, свободно размещаются в любом разрешенном для парковки месте, их давление на инфраструктуру минимально.

Недостаточно развит вендинг (автоматизированная торговля).

Перспективным и современным было бы развитие магазинов экологически чистой продукции, магазинов здоровой пищи.

Необходимы особые условия для размещения таких низкомаржинальных, востребованных и редких социально значимых специализаций, как ремонт обуви, металлоремонт.

Наличие несанкционированной торговли.

Отдельный блок проблем – несанкционированной торговли, которая в значительной степени является следствием:

- дефицита предложений со стороны мэрии по местам размещения торговых объектов;

- отсутствия у предпринимателей возможности осуществлять легальную торговлю из-за административных барьеров (в том числе – отсутствие простого и понятного процедурного алгоритма с момента возникновения потребности в размещении у предпринимателя до получения разрешительных документов на руки);

- ограниченных возможностей, инструментария по ликвидации незаконной торговли (разъяснительная работа, административные протоколы, законный внесудебный вывоз объектов, судебный демонтаж).

Мэрия городского округа Тольятти уже вышла с инициативой по увеличению штрафных санкций за нарушения в области незаконной торговли.

В рамках комплексной работы по данному направлению ведется проверка законности размещения и соблюдения условий договора в отношении всех объектов потребительского рынка на территории города.

Результатом этапа должно стать сокращение количества незаконно размещенных объектов, выполнение участниками рынка требований законодательства; легализация мест незаконной торговли.

Недостаточная ответственность предпринимателей перед гражданами.

В настоящее время в мэрии нет типового договора аренды земельного участка, и заключаемые договоры могут отличаться по принципиальным позициям. Необходимо разработать и утвердить типовую форму договора.

К сожалению, нарушения со стороны предпринимателей нередки и есть необходимость учета при выработке типового договора усиленной ответственности предпринимателей перед гражданами и городом.

Необходима выработка четкого системного, постоянно действующего механизма контроля за исполнением предпринимателями условий договора.

Требуется уточнение и унификация по городу процедур заключения, исполнения и расторжения договоров, введение единообразия в оформлении и регулировании договорных отношений города с предпринимателями.

Необходимо сократить длительность процедур при предоставлении земельных участков для целей, не связанных со строительством.

Одной из проблем для развития потребительского рынка является недостаточная правовая грамотность, как граждан, так и предпринимателей.

Необходимость оптимизации процедур взаимодействия с предпринимателями по вопросам размещения объектов потребительского рынка.

На сегодняшний день имеется слишком длительная процедура от момента поступления обращения предпринимателя до заключения договора аренды

Сокращение времени предоставления земельного участка для целей, не связанных со строительством – задача своевременная. В рамках решения данной задачи требуется ревизия нормативной базы, регламентирующей предоставление земельных участков для целей, не связанных со строительством и оптимизация процедур в соответствии с задачей.

Одним из решений вопроса бесконтрольного размещения таких объектов, как автостоянки и нестационарные объекты сферы услуг должен стать этап анализа на стадии согласования предоставления таких участков с учетом компетенций управления потребительского рынка. Следует шире

использовать возможности размещения нестационарных торговых объектов на основании договоров о размещении, а не договоров аренды земельных участков, это бы упростило задачи предпринимателей.

Нужно минимизировать расходы времени, сил и средства предпринимателей, которые намерены разместить тот или иной объект.

Требуется создание для предпринимателей интерактивного сервиса по поиску, предложению мест для осуществления мелкорозничной торговли, а также по участию в процедурах на занятие данных мест.

Было бы правильно давать сообществу понятные критерии и правила «игры», обеспечивать соблюдение интересов всех заинтересованных групп, выполнение требований законодательства, объективные ограничения, подсказывать где, на наш взгляд не хватает того или иного продукта, формата торговли. Но если бы процесс подбора мест исходил от предпринимательского сообщества, ситуация могла бы развиваться точнее. В сегодняшней системе взаимоотношений предприниматели, зачастую, предпочитают пополнять армию нелегалов, не чувствуя сил и желания проходить законные процедуры.

Опять же, предприниматель, который будет принимать участие в конкурсе и, в случае победы понесет серьезные расходы связанные с приобретением объекта и оборудования, закупкой продукции, персоналом, сегодня понимает, что, например сезонные объекты выставляются на торги на один год. Возникает риск для предпринимателя, что при всех вложениях, через год, если он не окажется победителем в очередном конкурсе, все закупленное оборудование, техника может оказаться ненужным, нанятый персонал будет уволен. Предприниматель только установил связь с покупателями, зарекомендовал себя, наработал поставщиков и подобрал достойный персонал, как объявляется следующий конкурс и он рискует остаться без места. Это напряжение, которое делает из предпринимателей временщиков, которые относятся и к городу и к гражданам соответствующим образом.



В случае, когда объект размещается на основании договора аренды земельного участка, предприниматель вполне обезопасен, в соответствии с Гражданским Кодексом РФ.

Следует проработать вопрос снижения арендной платы для предпринимателей, впервые заключивших договор с мэрией. Это связано со сложностями для предпринимателя на этапе вхождения на рынок, когда торговую точку жители не знают, а предприниматель уже понес расходы на возведение объекта. В течение первого года размер арендной платы мог бы составлять 50% от расчетной, при условии отсутствия нарушений условий договора. В течение следующих 2-х лет – 70%, после чего – 100%.

Необходимо решение проблемы разобщенности и недостаточной системности правовых актов, регулирующих размещение и функционирование нестационарных торговых объектов. Инкорпорирование всех нормативных правовых актов, регулирующих данные отношения, в единый нормативный блок – мероприятие желательное.

Недостаточное количество торговых и производственных брендов, известных за пределами Самарской области.

Низкая доля реализуемой продукции местного производства демонстрирует недостаточность развития местных товаропроизводителей. Недостаточное количество торговых брендов городского округа Тольятти, известных и популярных у жителей города и за пределами Самарской области.

Содействие развитию местных товаропроизводителей и их продвижение на инорегиональном уровне задача комплексная, связанная во многом с особенностями федерального законодательства, общим инвестиционным климатом в стране. Тем не менее, выведение этого вопроса на передовые позиции, ревизия системы мер по поддержке, проверка точности информации в мэрии о потребностях и возможностях уже действующих местных товаропроизводителей и предпринимателей, намеренных пробовать силы в организации производства – вопрос актуальный.

Недостаточное участие общественности в вопросах регулирования потребительского рынка.

Увеличивающиеся объемы жалоб демонстрирует возрастающую активность граждан. Это обнадеживает. Но предложения принять участие в контрольном мероприятии в качестве свидетеля почти всегда встречается отказом.

Любой желающий вправе принять участие в контрольных мероприятиях объектов потребительского рынка, для чего в своей жалобе он мог бы сделать соответствующую отметку и указать канал оперативной связи. При планировании осмотра, возможно информирование проверяющим сотрудником заинтересованного лица о времени работы по его заявлению и заявитель вправе принять участие.

Зачастую, собственники жилых домов против размещения на придомовой территории объектов потребительского рынка, но обращений за содействием в вопросе освобождения территорий, собственниками которой являются жильцы, практически нет.

Необходима выработка механизма образования профильных ассоциаций, союзов, объединений и их участия в развитии предпринимательского рынка.

Недополучаемые доходы в бюджет города по договорам аренды земельных участков под объектами потребительского рынка.

Необходимо уточнение и унификация вопросов размера платежей, порядка их взимания и администрирования доходов бюджета.

Требует внимания наличие должников по арендной плате за земельные участки; наличие объектов, нарушающих условия договора; наличие объектов размещенных без заключения договоров.

Еще одна проблема, которая не позволяет бюджету получить возможный максимум – неучастие в торгах предпринимателей, где победителем должно стать лицо, готовое предложить наибольшую цену. Это

связано, как с законодательным несовершенством конкурсных процедур, так и с техникой исполнения соответствующих мероприятий.

Недостаточная степень взаимодействия муниципальных, региональных и федеральных структур при решении вопросов потребительского рынка.

Есть большое количество вопросов в области потребительского рынка, для решения которых требуется согласованные действия всех служб города.

Например, большое количество жалоб граждан в отношении объектов потребительского рынка, осуществляющих реализацию алкогольной продукции вблизи жилых домов, учебных и дошкольных учреждений скоро достигнет степени социальной напряженности. Но при ближайшем рассмотрении, жители жалуются не на магазины, а на нарушение общественного порядка в близлежащих дворах, на территориях, прилегающих к магазинам (нецензурная брань, девиантное поведение, драки, распитие спиртных напитков в общественных местах, вандализм и пр.), которое и доставляет неудобства. Но что может сделать мэрия по этим вопросам, если предприниматели ведут законную деятельность, а контроль общественного порядка - это задачи ОВД?

Нередки случаи, когда мэрия не может исполнить свои функции по составлению административных протоколов по причине невозможности установить личность нарушителя. Мы не можем обойтись без активной поддержки ОВД.

Вопрос незаконного размещения объектов торговли на придомовых территориях создает риски для потребителей и нарушает требования Санитарных норм. Но без участия Роспотребнадзора эти вопросы не решить.

Незаконная работа граждан других стран – вопрос компетенции Миграционной службы, но он неразрывно связан с работой объектов потребительского рынка.

Вопрос исполнения судебных решений и содействие взысканию неоплаченных штрафов, в том числе по вопросам потребительского рынка – вопрос Службы судебных приставов.

Сгоревший павильон или ночной клуб могут создать угрозу не только здоровью, но и жизни потребителей, но для решения вопросов пожарной безопасности существует соответствующая структура.

Незаконные объекты используют для своей работы незаконное подключение к источникам электропитания. Решить этот вопрос без участия энергосбытовых компаний проблематично.

Таких примеров не мало. Очевидно, что безопасная, комфортная работа предприятий потребительского рынка – вопрос совместных усилий всех заинтересованных сил.

Отсутствие возможности распоряжаться мэрией земельными участками РФ, расположенными в границах города.

В настоящее время управлением потребительского рынка подготовлен проект соглашения с Управлением Росреестра по Самарской области, призванного снять напряженность в этом вопросе.

2. Цели и задачи муниципальной программы.

Цель 1: создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения качественными и безопасными потребительскими товарами и услугами;

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- формирование современной инфраструктуры розничной торговли и повышение территориальной доступности торговых объектов для населения города;

- оптимизация взаимодействия предпринимателей с органами муниципальной власти;
- совершенствование механизмов муниципального регулирования торговой деятельности в городском округе Тольятти;
- обеспечение координации деятельности органов власти РФ, субъекта РФ и местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей в сфере потребительского рынка.

Цель 2: создание условий для эффективного использования рекламного пространства с учетом современных технологий и тенденций развития сферы наружной рекламы.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- упорядочение размещения объектов наружной рекламы на территории городского округа Тольятти;
- гармонизация архитектурного облика городского округа Тольятти;
- взаимодействие органов местного самоуправления с населением городского округа средствами социальной рекламы.

Следует отдавать отчет, что многие риски возникнут уже в ходе реализации программы, в связи с чем не исключены дальнейшие коррективы. Тем не менее, очевидна потребность в нормальном, цивилизованном развитии потребительского рынка, в особенности мелкорозничной торговли на новых принципах, рассмотрение этих процессов как элементов объективного развития города.



3. Перечень мероприятий муниципальной программы и финансовые ресурсы на её реализацию.

N	Наименование	Главные распорядители бюджетных средств (исполнители)	Сроки реализации	Финансовые ресурсы, тыс. руб.																
				План на 2014 год.				План на 2015 год.				План на 2016 год.								
				Всего	Местный бюджет	Областной бюджет	Федеральный бюджет	Внебюджетные средства	Всего	Местный бюджет	Областной бюджет	Федеральный бюджет	Внебюджетные средства	Всего	Местный бюджет	Областной бюджет	Федеральный бюджет	Внебюджетные средства	Итого:	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1.	Цель 1: создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения качественными и безопасными потребительскими товарами и услугами																			
1.1.	Задача 1. Формирование современной инфраструктуры розничной торговли и повышение территориальной доступности торговых объектов для населения города																			
1.1.1.	Мониторинг мелкорозничной торговли размещенной на территории городского округа Тольятти	Управление потребительского рынка мэрии г.о. Тольятти	2014-2016 г.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.2.	Осуществление подбора и согласования мест размещения торговых объектов, с минимальной нагрузкой на инфраструктуру города (автолавки, автокафе, объекты автоматизированной торговли).	УПР мэрии г.о. Тольятти	2014-2016 г.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.3.	Организация работы по вывозу незаконно размещенных объектов потребительского рынка городского округа Тольятти, в законном внесудебном порядке.	УПР мэрии г.о. Тольятти	2014-2016 г.	200,0	200,0	-	-	-	5000,0	5000,0	-	-	-	5000,0	5000,0	-	-	-	-	10200,0
1.1.4.	Организация работы по вывозу незаконно размещенных объектов потребительского рынка	УПР мэрии г.о. Тольятти	2014-2016 г.	0,0	0,0	-	-	-	3000,0	3000,0	-	-	-	2000,0	2000,0	-	-	-	-	5000,0

Лис

Сек

<p>а также по участию в процедурах на занятие данных мест); - разработка программы по автоматизированному формированию реестра заинтересованных предпринимателей для получения электронных рассылок по предлагаемым площадкам под размещение объектов потребительского рынка и предстоящим торгам; - разработка и внедрение электронной подачи заявок от заинтересованных предпринимателей по размещению объектов потребительского рынка и получению обратной связи; - разработка интерактивной карты города с отражением зон ограничения под размещения объектов потребительского рынка, включая ограничения по линии Управления потребительского рынка, департамента по управлению муниципальным имуществом и департамента градостроительной деятельности мэрии городского округа Тольятти.</p>	
---	--

Итого по задаче 2		0,0	0,0	-	-	-	-	15509,9	15509,9	-	-	11564,5	11564,5	-	-	27074,4
Задача 3. Совершенствование механизмов муниципального регулирования торговой деятельности в городском округе Тольятти																
1.3.	Формирование размера платы под размещение объектов потребительского рынка в соответствии с экономическими обоснованиями	УПР мэрии г.о. Тольятти	2014 - 2016 г.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.1.	Проведение судебных и внесудебных мероприятий по работе с должниками по снижению задолженности перед бюджетом городского округа Тольятти (в сфере потребительского рынка)	УПР мэрии г.о. Тольятти	2014 - 2016 г.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.3.	Актуализация схем размещения нестационарных объектов потребительского рынка.	УПР мэрии г.о. Тольятти	2014 - 2016 г.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого по задаче 3				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Задача 4. Обеспечение координации деятельности органов власти РФ, субъекта РФ и местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей в сфере потребительского рынка.																
1.4.1.	Разработка механизма по предоставлению возможности мэрии городского округа Тольятти распоряжаться землями Российской Федерации, которые используются для размещения нестационарных объектов торговли, находящимися в границах территории городского округа Тольятти	Правовой департамент мэрии г.о. Тольятти	2014 - 2016 г.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

С.С.

Цель 2: создание условий для эффективного использования рекламного пространства с учетом современных технологий и тенденций развития сферы наружной рекламы.												
Задача 1. Упорядочение размещения объектов наружной рекламы на территории городского округа Гольягти												
2.	Комплексное обследование мест размещения рекламных конструкций и возможных мест установки рекламных конструкций с учетом архитектурного облика сложившейся застройки города, обработка результатов обследования, подготовка отчетной информации	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Гольягти	0,0	0,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	400,0
2.1.1.	Создание и ведение информационной системы электронного реестра существующих и возможных мест размещения рекламных конструкций на территории городского округа Гольягти	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Гольягти	0,0	0,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	1000,0
2.1.1.1.	Создание и ведение интернет-страницы с информацией о схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Гольягти, ведение онлайн консультаций	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Гольягти	0,0	0,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	700,0	1400,0

Итого по задаче 2		0,0	0,0	400,0	400,0	400,0	400,0	400,0	800,0
Задача 3. Взаимодействие органов местного самоуправления с населением городского округа средствами социальной рекламы.									
2.3.	Изготовление и размещение социальной рекламы на местах, незаполненных коммерческой рекламой	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Тольятти	100,0	100,0	850,0	850,0	850,0	850,0	1800,0
2.3.1.	Изготовление и размещение рекламных конструкций (выносных стендов) на период проведения городских мероприятий	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Тольятти	0,0	0,0	500,0	500,0	500,0	500,0	1000,0
2.3.2.	Изготовление и установка афишных стендов на территории городского округа Тольятти	Управление потребительского рынка мэрии городского округа Тольятти	0,0	0,0	500,0	500,0	500,0	500,0	1000,0
2.3.3.	Итого по задаче 3		100,0	100,0	1850,0	1850,0	1850,0	1850,0	3800,0
	Итого по Цели 2.		573,0	573,0	6350,0	6350,0	6350,0	6350,0	13273,0
	Итого по программе		773,0	773,0	29859,9	29859,9	24914,5	24914,5	55547,4

4. Показатели (индикаторы) муниципальной программы.

№	Наименование	Наименование показателей (индикаторов)	Ед. изм.	Базовое значение	Значение показателей (индикаторов) по годам		
					2014 г.	2015 г.	2016 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Цель 1: создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения качества качественными и безопасными потребительскими товарами и услугами							
1.1.	Задача 1. Формирование современной инфраструктуры розничной торговли и повышение территориальной доступности торговых объектов для населения города						

1.1.1.	Мониторинг мелкорозничной торговли размещенной на территории городского округа Тольятти	Уровень обеспеченности жителей объектами торговли и услугами потребительского рынка	%	75	80	80	80	95
1.1.2	Осуществление подбора и согласования мест размещения торговых объектов с минимальной нагрузкой на инфраструктуру города (автолавки, автокафе, объекты автоматизированной торговли).	Количество предложений на торгах по размещению объектов	шт	9	50	100	150	
1.1.3	Организация работы по вывозу незаконно размещенных объектов потребительского рынка городского округа Тольятти, в законном внесудебном порядке.	Доля вывезенных незаконных объектов, от общего количества выявленных	%	25	25	80	90	
1.1.4	Организация работы по вывозу незаконно размещенных объектов потребительского рынка городского округа Тольятти по решению судебных органов.	Доля демонтированных незаконных объектов, от количества выявленных объектов, не подпадающих под постановление мэрии городского округа Тольятти №3106-п/1	%	0	0	50	70	
1.2	Задача 2. Оптимизация взаимодействия производителей с органами муниципальной власти							
1.2.1	Содействие развитию местных товаропроизводителей и их продвижение на региональном и международном уровне. Проведение выставок в городском округе Тольятти и стимулирование участия в выставках предприятий городского округа Тольятти в других регионах.	Количество региональных и международных выставок, в которых по инициативе мэрии городского округа Тольятти участвовали местные товаропроизводители	шт	0	0	7	7	
1.2.2	Проведение круглых столов, выставок-форумов, совещаний с производителями (с/х, пищевой и т.д.), по актуальным вопросам.	Количество проведенных	шт	0	0	7	7	

	развития, взаимодействия и продвижению тольяттинских брендов.	круглых столов, форумов, совещаний с производителями (с/х, пищевой и т.д.)							
1.2.3	Подготовка предложений по размещению объектов потребительского рынка в зонах недостаточной обеспеченности населения торговыми площадями, услугами общественного питания, услугами бытового обслуживания населения городского округа Тольятти.	Степень охвата предложениями мэрии по размещению объектов потребительского рынка зонах города с обеспеченностью менее 100%	%	0	30	70	90		
1.2.4	Проведение конкурсов, фестивалей профессионального мастерства.	Количество проведенных конкурсов, фестивалей	шт	1	1	2	2		
1.2.5	Подготовка и выпуск на ТВ в г. Тольятти в прайм-тайм серии из 10 программ для потребителей по вопросам защиты их прав и поведения в тех или иных ситуациях.	Количество подготовленных соответствующих программ	шт	0	0	10	10		
1.2.6	Подготовка и выпуск на ТВ в Тольятти в прайм-тайм серии из 5 программ для предпринимателей по вопросам юридической грамотности, с описанием возможностей для развития.	Количество подготовленных соответствующих программ	шт	0	0	5	5		
1.2.7	Подготовка и выпуск серии статей в печатных изданиях города для потребителей.	Количество подготовленных соответствующих программ	шт	0	0	25	25		
1.2.8	Разработка и внедрение программного обеспечения для развития потребительского рынка: - карта города с зонами, возможными для размещения объектов потреб рынка, схема размещения нестационарных торговых объектов, интерактивный сервис по поиску, предложению мест для осуществления мелкорозничной торговли, а также по участию в процедурах на занятие данных мест); - разработка программы по автоматизированному формированию реестра заинтересованных предпринимателей для получения электронных рассылок по предлагаемым площадкам под размещение объектов потребительского рынка и предстоящим торгам; - разработка и внедрение электронной подачи заявок от	Степень готовности программного обеспечения	%	0	0	50	80		

	заинтересованных предпринимателей по размещению объектов потребительского рынка и получению обратной связи; - разработка интерактивной карты города с отражением зон ограничения под размещения объектов потребительского рынка, включая ограничения по линии Управления потребительского рынка, департамента по управлению муниципальным имуществом и департамента градостроительной деятельности мэрии городского округа Тольятти.									
1.2.9	Проведение межведомственного и кадастрового учета силами мэрии городского округа Тольятти для подготовки предложений по размещению объектов потребительского рынка.	Процент предложений по размещению объектов потребительского рынка, межведомственное постановление на кадастровый учет по которым проведен силами мэрии	%	0	0	100	100			100
1.2.10	Организация работы муниципальных ярмарок на территории городского округа Тольятти в соответствии с действующим законодательством.	Количество муниципальных ярмарок, оборудованных в соответствии с законодательством	шт	10	10	12	11			11
1.2.11	Проведение социологических опросов предпринимателей и потребителей о степени удовлетворенности развитием потребительского рынка. Проведение анонимных опросов с участниками рынка для выявления затрагивающих работу факторов и формирования предложений по улучшению.	Количество проведенных опросов	шт	0	0	1	1			1
1.2.12	Размещение на наружных рекламных конструкциях информационных материалов для жителей городского округа Тольятти и предпринимателей (по вопросам юридической грамотности, для потребителей по вопросам защиты их прав, проводимых мероприятиях).	Количество рекламных конструкций на которых размещена информация по потребительскому рынку	шт	0	0	50	50			50
1.3.	Задача 3. Совершенствование механизмов муниципального регулирования торговой деятельности в городском округе Тольятти	Количество внесение изменений в размер арендной платы	Ед.	-	1	1	1			1
1.3.1.	Формирование размера платы под размещение объектов потребительского рынка в соответствии с экономическими обоснованиями									

1.3.2	Проведение судебных и внесудебных мероприятий по работе с должниками по снижению задолженности перед бюджетом городского округа Тольятти (в сфере потребительского рынка)	Количество отработанных должников	%	50	100	100	100
1.3.3	Актуализация схем размещения нестационарных объектов потребителя рынка.	Степень актуальности	%	0	100	100	100
1.4.	Задача 4. Обеспечение координации деятельности органов власти РФ, субъекта РФ и местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей в сфере потребительского рынка.	в сфере потребительского рынка.					
1.4.1	Разработка механизма по предоставлению возможности мэрии городского округа Тольятти распоряжаться землями Российской Федерации, которые используются для размещения нестационарных объектов торговли, находящимися в границах территории городского округа Тольятти	Количество разработанных механизмов по предоставлению возможности мэрии городского округа Тольятти распоряжаться землями Российской Федерации	Ед.	-	1	-	-
1.4.2	Выработка механизма по распоряжению землями РФ с Управлением Росреестра по Самарской области (Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Самарской области).	Количество разработанных механизмов учета интересов жителей городского округа Тольятти по распоряжению землями РФ	Ед.	-	1	-	-
1.4.3	Подготовка системы совместных действий федеральных, региональных и муниципальных структур по противодействию теневому обороту, контрафактной продукции, по предотвращению поступления на рынок г.о. Тольятти опасных для здоровья и жизни населения продуктов, а также некачественных фальсифицированных товаров.	Количество подготовленных планов совместных мероприятий	Ед.	-	1	-	-

№	Наименование	Наименование показателей (индикаторов)	Ед. изм.	Базовое значение	Значение показателей (индикаторов) по годам		
					2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Цель 2: создание условий для эффективного использования рекламного пространства с учетом современных технологий и тенденций развития сферы наружной рекламы.							
Задача 1. Упорядочение размещения объектов наружной рекламы на территории городского округа Тольятти							
2.1.1	Комплексное обследование мест размещения рекламных	Доля возможных					

	<p>конструкций и возможных мест установки рекламных конструкций с учетом архитектурного облика сложившейся застройки города, обработка результатов обследования, подготовка отчетной информации</p>	<p>мест установки рекламных конструкций от общего количества обследованных мест для определения возможности размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти</p>	%	60	70	80	90
2.1.2	<p>Создание и ведение информационной системы электронного реестра существующих и возможных мест размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти</p>	<p>Уровень доступности информации (осведомленности) специалистов Управления о возможных местах размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти</p>	%	60	80	50	50
2.1.3	<p>Создание и ведение интернет-страницы с информацией о схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти, ведение онлайн консультаций и прием заявок на установку рекламных конструкций</p>	<p>Уровень доступности информации (осведомленности) рекламных компаний и населения о развитии рекламного рынка на территории городского округа</p>	%	60	50	80	90

2.1.4	Демонтаж рекламных конструкций незаконно установленных на территории городского округа Тольятти	Тольятти Доля рекламных конструкций, незаконно установленных на территории городского округа Тольятти, от общего количества рекламных конструкций, установленных на территории городского округа Тольятти	%	30	10	15	10
2.1.5	Информирование рекламных компаний об изменениях в законодательстве в сфере наружной рекламы, а также об ответственности за нарушение данного законодательства в СМИ	Уровень доступности информации (осведомленности) рекламных компаний и населения о развитии рекламного рынка на территории городского округа Тольятти.	%	60	70	80	90
Задача 2. Гармонизация архитектурного облика городского округа Тольятти.							
2.2.1	Мониторинг использования инновационных технологий в области наружной рекламы, а также анализ возможности установки высокотехнологичных рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти	Степень использования новых технологий в области наружной рекламы на территории городского округа Тольятти	%	50	60	70	80
2.2.2	Разработка и внедрение адресной программы (схемы)	Доля возможных					

	размещения высокотехнологичных рекламных конструкций	мест установки высокотехнологичных рекламных конструкций от общего количества мест возможного размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти	%	50	60	70	80
Задача 3. Взаимодействие власти с населением городского округа средствами социальной рекламы, формирование позитивного имиджа городского округа							
2.3.1	Изготовление и размещение социальной рекламы на местах, незаполненных коммерческой рекламой	Уровень доступности информации (осведомленности) населения по социально значимым вопросам и праздничным событиям	%	75	80	85	90
2.3.2	Изготовление и размещение рекламных конструкций (выносных стендов) на период проведения городских мероприятий	Доля размещенной информации о проводимых городских мероприятиях к общему количеству проводимых городских мероприятий	%	0	30	45	60
2.3.3	Изготовление и установка афишных стендов на территории городского округа Тольятти	Степень размещения социальной рекламы	%	50	70	80	90

5. Обоснование ресурсного обеспечения муниципальной программы.

Реализация программы рассчитана на 3 года, объем финансирования муниципальной программы на период 2014-2016 годы составит 51047,4 тыс. рублей за счет средств городского округа Тольятти, в том числе по годам:

- 773 тыс. рублей в 2014 году;
- 25859,9 тыс. рублей в 2015 году;
- 24414,5 тыс. рублей в 2016 году.

6. Механизм реализации муниципальной программы.

Управление программой – это совокупность скоординированных действий, реализуемых органами управления различного уровня и призванных обеспечить запуск программы, контроль и анализ хода работ, корректировку программы в случае необходимости, анализ и оценку конкретных результатов реализации мероприятий программы.

Исполнитель Программы несёт ответственность за своевременное и полное выполнение мероприятий.

Реализация программных мероприятий, требующих бюджетного финансирования, осуществляется в форме муниципального заказа.

Главным исполнителем и координатором (заказчиком) Программы является управление потребительского рынка мэрии городского округа Тольятти, который организует, координирует и вносит предложения по внесению изменению в муниципальную Программу, а также предоставляет отчеты за отчетный период в соответствии с порядком принятия решений о разработке, формирования и реализации, оценки эффективности муниципальных программ городского округа Тольятти, утвержденным постановлением мэрии городского округа Тольятти от 12.08.2013г. №2546-п/1.

Контроль за реализацией Программы осуществляет по итогам каждого года Дума городского округа Тольятти в рамках осуществления контрольных полномочий.

7. Ожидаемые социально-экономические последствия реализации муниципальной программы.

Реализация мероприятий Программы играет важную роль в решении социальных проблем:

- создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения качественными и безопасными потребительскими товарами и услугами, и полноту по ассортименту структуре предложений на потребительском рынке качественными товарами, в том числе местных производителей;
- улучшение состояния внешнего облика объектов потребительского рынка;
- повышения престижа профессий, занятых в сфере потребительского рынка;
- увеличению оборота розничной торговли городского округа Тольятти;
- снижению задолженности перед бюджетом городского округа Тольятти (в сфере потребительского рынка);
- улучшение внешнего облика городского округа Тольятти;
- соответствие размещенных рекламных конструкций требованиям действующего законодательства в области рекламы;
- обеспечение потребностей города в размещении социальной рекламы;
- создание современной и единой концепции праздничного оформления города.



Результаты реализации муниципальной программы.

- Обеспеченность жителей городского округа Тольятти торговыми площадями, услугами бытового обслуживания населения:

Показатель	Значение показателя по годам		
	2014	2015	2016
Обеспеченность жителей городского округа Тольятти торговыми площадями, услугами бытового обслуживания населения	70 %	85 %	90 %

- Степень удовлетворенности жителей городского округа Тольятти развитием потребительского рынка:

Показатель	Значение показателя по годам		
	2014	2015	2016
Степень удовлетворенности жителей городского округа Тольятти развитием потребительского рынка	50 %	70 %	80 %

- Увеличение оборота розничной торговли городского округа Тольятти:

Показатель	Значение показателя по годам		
	2014	2015	2016
Оборот розничной торговли городского округа Тольятти (млн. руб. в ценах соответствующих лет)	213 606,7	232 815,7	255 945,9

- Формирование обновленной схемы размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа Тольятти приведет к упорядочению размещения законных нестационарных торговых объектов и снижению размещения незаконных нестационарных торговых объектов.

- Формирование схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Тольятти приведет к упорядочению законных размещения рекламных конструкций и снижению размещения незаконных рекламных конструкций, улучшение состояния внешнего облика города за счет размещения и вида рекламных конструкций, а также улучшение качества и развитие всех видов наружной рекламы.

Сед

per