

**Правительство Новгородской области**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

Великий Новгород

**Об утверждении Стратегии развития торговли  
и заготовительной деятельности в Новгородской области  
на 2019 – 2021 годы и период до 2025 года**

В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и в целях развития торгового обслуживания и заготовительной деятельности на территории региона Правительство Новгородской области постановляет:

1. Утвердить Стратегию развития торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019 – 2021 годы и период до 2025 года.
2. Опубликовать постановление в газете «Новгородские ведомости» и разместить на «Официальном интернет-портале правовой информации» ([www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)).

Проект подготовил и завизировал:

**Заместитель министра промышленности  
и торговли Новгородской области**



**А.А. Шатохин**

Утверждена  
постановлением Правительства  
Новгородской области  
от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

## **Стратегия развития торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019 – 2021 годы и период до 2025 года**

### **1. Общие положения**

1.1. Стратегия развития торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019 – 2021 годы и период до 2025 года (далее – Стратегия) определяет стратегические приоритеты, цели и задачи развития сегментов розничной торговли, прежде всего продуктами питания и непродовольственными товарами первой необходимости и сбора, заготовки пищевых лесных ресурсов, продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами, на долгосрочную перспективу.

1.2. Настоящая Стратегия разработана на основании и с учётом следующих нормативных правовых актов:

Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;

Федерального закона от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;

Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1662-р;

Стратегии развития торговли Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года, утверждённой приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 25.12.2014 № 2733;

Методических рекомендаций по организации ярмарочной торговли в Российской Федерации (письмо Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 03.03.2015 № ЕВ-3949/08);

Методических рекомендаций по совершенствованию правового регулирования нестационарной и развозной торговли на уровне субъектов Российской Федерации (письмо Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 03.03.2015 № ЕВ-5909/08).

1.3. Настоящая Стратегия направлена на создание товаропроводящей системы, обеспечивающей удовлетворение потребностей населения, в том числе продовольственными и непродовольственными товарами первой необходимости в сельских населенных пунктах, развитие деятельности по

сбору и заготовки пищевых лесных ресурсов, продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами.

1.4. Целью настоящей Стратегии является создание условий развития торговли в Новгородской области, обеспечения продуктами питания и непродовольственными товарами первой необходимости сельского населения, через развитие многоформатной инфраструктуры торговли посредством стимулирования роста любых форм предпринимательской активности и сбалансированного развития всех торговых форматов (малый торговый бизнес, специфических социально-ориентированных торговых форматов, мобильная торговля, нестационарная торговля, ярмарочная торговля, малый семейный торговый бизнес и т.д.), а также по сбору и заготовки пищевых лесных ресурсов, продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами.

1.5. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1) повышение эффективности и сбалансированности регулирования отношений в области торговой и заготовительной деятельности;

2) обеспечение условий для развития конкуренции в отрасли торговли и заготовительной деятельности;

3) создание условий для развития многоформатной инфраструктуры торговли, заготовительной деятельности по сбору и заготовке пищевых лесных ресурсов, продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами;

4) поддержка уровня развития малого и среднего бизнеса в сфере торговли, заготовительной деятельности;

5) повышение уровня привлекательности осуществления торговой и заготовительной деятельности на территории Новгородской области, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах Новгородской области;

6) содействие в повышении кадровой обеспеченности отрасли торговли.

1.6. Основой определения целевых индикаторов настоящей Стратегии являются критерии комфортной потребительской среды и эффективности инфраструктуры торговли, к которым относятся:

1) количество торговых объектов всех форматов торговли, включая торговые места на рынках и ярмарках;

2) количество торговых площадей на 1000 человек в Новгородской области. Данный критерий представляет собой обеспеченность населения Новгородской области площадью торговых объектов и отображает ключевой показатель социально-экономического благополучия населения Новгородской области, выраженный в возможности удовлетворения гражданами основных жизненных потребностей (бытовых, социальных, культурных, иных) на конкурентных условиях (с возможностью выбора получения услуг торговли у разных хозяйствующих субъектов) и с надлежащим комфортом;

3) количество хозяйствующих субъектов (организаций и индивидуальных предпринимателей), осуществляющих розничную торговлю на территории Новгородской области;

4) увеличение доли дистанционной торговли (прежде всего интернет-торговли) в общем объеме оборота розничной торговли;

5) увеличение оборота малых предприятий в торговле, а также рынков и ярмарок;

6) увеличение количества занятых работников в сфере торговли и заготовительной деятельности.

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

физическом, отражающем 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);

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

1.8. Целевые индикаторы, которые определены в приложении № 1 к настоящей Стратегии, предназначены для оценки эффективности деятельности исполнительных органов государственной власти Новгородской области и органов местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области (далее – муниципальные образования) по обеспечению гражданам комфортной среды обитания в населенных пунктах и предпринимательского климата, и являются ключевыми показателями эффективности торговой политики, а также занятости населения в результате развития заготовительной деятельности на территории региона.

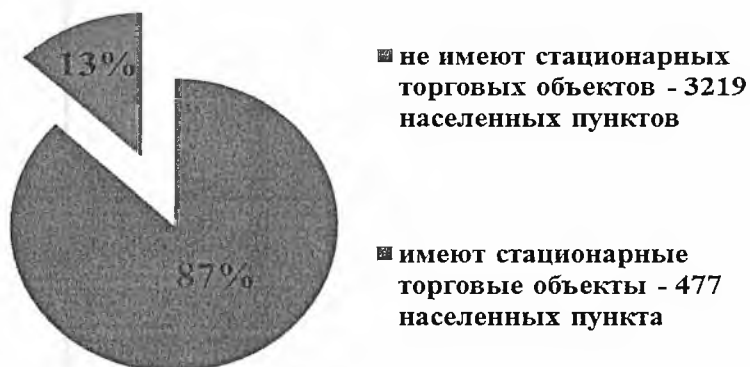
1.9. Настоящая Стратегия направлена на обеспечение постоянного роста значения такого показателя, как количество хозяйствующих субъектов на территории Новгородской области, занятых в сфере розничной торговли, прежде всего малых и средних предприятий, микропредприятий и индивидуальных предпринимателей, так как указанный показатель является важнейшим элементом формирования конкурентной среды.

1.10. Для реализации Стратегии необходима реализация мероприятий, указанных в приложении № 2 к настоящей Стратегии.

## **2. Анализ состояния торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области**

Уровень развития торговой инфраструктуры неоднороден в муниципальных образованиях Новгородской области. Это выражается как в уровне розничных цен, обеспеченности населения площадью стационарных торговых объектов, товарным ассортиментом.

На территории Новгородской области расположено 3696 населенных пунктов, не являющихся городами (сельские населенные пункты и поселки городского типа).



Из указанного количества населенных пунктов, не имеющих стационарной торговли, 2070 населенных пунктов обслуживаются посредством мобильной торговли – 111 мобильных торговых объектов, принадлежащих потребительским обществам и индивидуальным предпринимателям.

В оставшихся 1158 населенных пунктах услуги развозной торговли не оказываются по следующим причинам:

- 292 населенных пункта расположены в пешеходной доступности от других населенных пунктов, имеющих стационарные торговые объекты (жалоб от жителей не поступало);

- 823 населенных пункта не имеют постоянно проживающего населения.

Из общего числа населенных пунктов (3696) только 43 населенных пункта (1,2%), имеющих постоянно проживающее население, не имеют стационарных торговых объектов и не обслуживаются автомагазинами. Указанные населенные пункты расположены на территории 4 муниципальных районов области: Боровичского, Маловишерского, Окуловского, Шимского районов. Численность постоянно проживающего населения в данных населенных пунктах варьируется в большинстве случаев от 1 до 4 человек. Как правило, жители данных поселений имеют личный автомобильный транспорт и осуществляют покупки самостоятельно.

В соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» и постановлением Правительства Российской Федерации от 09 апреля 2016 года № 291 «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов и методики расчета нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также признания утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754» на региональном уровне принято постановление Правительства Новгородской области от 30.05.2017 № 183 «Об утверждении нормативов минимальной обеспеченности населения Новгородской области площадью торговых объектов»

Постановление предусматривает утверждение для муниципальных районов, городского округа и области нормативов минимальной обеспеченности населения Новгородской области площадью стационарных торговых объектов (с разделением на суммарный норматив, норматив по продаже продовольственных товаров, норматив по продаже непродовольственных товаров), нормативов минимальной обеспеченности населения Новгородской области площадью нестационарных торговых объектов, нормативов минимальной обеспеченности населения Новгородской области площадью торговых мест, используемых для осуществления деятельности по продаже продовольственных товаров на розничных рынках.

Для каждого поселения утверждается норматив минимальной обеспеченности населения Новгородской области площадью торговых объектов местного значения. Под торговыми объектами местного значения понимаются магазины и торговые павильоны по продаже продовольственных товаров и товаров смешанного ассортимента с площадью торгового объекта до 300 кв. м включительно, кроме магазинов и торговых павильонов, размещаемых в крупных торговых центрах (комплексах).<sup>1</sup>

Расчет нормативов был произведен на основе данных Федеральной службы государственной статистики и торгового реестра Новгородской области.

Нормативы устанавливают минимально допустимое количество торговых объектов, то есть определяют нижние пороги обеспеченности населения торговлей. Востребованность и необходимость торговых объектов любого формата определяется исключительно готовностью бизнеса к созданию новых объектов. Данные нормативы не могут являться обоснованием для сокращения существующих или недопущения открытия новых торговых объектов.

Не смотря на то, что в целом по субъекту фактическая обеспеченность населения площадью стационарных торговых объектов превышает нормативы минимальной обеспеченности, не во всех муниципальных образованиях (муниципальные районы и городской округ) достигнуты нормативы минимальной обеспеченности.

фактическая обеспеченность населения субъекта площадью стационарных торговых объектов превышает нормативы минимальной обеспеченности, фактическая обеспеченность населения площадью стационарных торговых объектов не во всех муниципальных образованиях (муниципальные районы и городской округ) соответствует или превышает нормативы минимальной обеспеченности.

Суммарный норматив минимальной обеспеченности населения Новгородской области площадью стационарных торговых объектов, рассчитываемый на основе суммирования фактической обеспеченности площадью стационарных торговых объектов, на которой осуществляется продажа продовольственных товаров, и площадью стационарных торговых

---

<sup>1</sup> Под крупными торговыми центрами (комплексами) понимаются торговые центры (комплексы) с торговой площадью: более 1500 кв. м – в муниципальных образованиях с численностью населения до 100000 человек; более 3000 кв. м – в муниципальных образованиях с численностью населения от 100000 до 500000 человек.

объектов, на которой осуществляется продажа непродовольственных товаров, достигнут в 19 муниципальных образованиях из 22 (86,4%).

Из общего количества поселений в составе муниципальных районов (120 ед.) норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов местного значения достигнут в 117 поселениях (97,5%).

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

Нормативы обеспеченности населения площадью нестационарных торговых объектов по продаже продукции общественного питания достигнуты 7 муниципальных образованиях из 22 (31,8%).

Следует отметить, что достижение и фактическое превышение минимальных нормативов обеспеченности населения площадью торговых объектов происходит за счет развивающейся торговой инфраструктуры в городском округе Великий Новгород 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 нецелесообразно с экономической точки зрения открывать магазины в населенных пунктах с невысоким платежеспособным спросом и с недостаточно развитой инфраструктурой.

Основными причинами отсутствия равномерного распределения торговых объектов на территории области являются сохраняющаяся тенденция сокращения численности сельского населения, а также невысокий уровень покупательской способности жителей сельских населенных пунктов. В течение 2017 года население области сократилось на 6 тысяч человек (на 1%), в том числе в городской местности на 3,3 тысячи (на 0,8%), в сельской - на 2,8 тысячи человек (на 1,6%). По сравнению с 2016 годом общая убыль населения области увеличилась на 2,9 тысячи человек, на 90,7%.

В части мобильной торговли также следует отметить неудовлетворительное состояние автомобильных дорог.

Помимо факторов, свидетельствующих о недостаточной привлекательности для бизнеса сельской торговли, особенно в труднодоступных и отдаленных населенных пунктах, в настоящее время идет сокращение численности действующих стационарных торговых объектов.

Основными хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность в сельских населенных пунктах, являлись организации потребительской кооперации. Закрытие магазинов потребительской кооперации в сельской местности связано, помимо общей сложной социально-экономической обстановки сельских территорий, неблагоприятной ситуаций, сложившейся в системе потребительской кооперации Новгородской области.

Из 17 районных потребительских обществ 10 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 населенных пунктов.

В настоящее время в области работают 8 организаций потребительской кооперации, осуществляющие деятельность на территории 10 муниципальных районов области: Батецком, Волотовском, Демянском, Маревском, Новгородском, Парфинском, Солецком, Старорусском, Хвойнинском и Чудовском.

Система потребительской кооперации области включает:



Среднесписочная численность работников предприятий потребительской кооперации составляет 867 человек.

Оборот предприятий розничной торговли за 2017 год составил 1 млрд. 744 млн. рублей, оборот предприятий общественного питания 225 млн. рублей.

В 2017 потребительскими обществами уплачено налогов в бюджеты всех уровней 140 млн. рублей.

На территории 11 муниципальных районов 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. В виду сокращения присутствия организаций потребительской кооперации на селе, заготовительная деятельность на территории Новгородской области осуществляется также не во всех муниципальных образованиях.



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

Мониторинг заготовительной деятельности 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. Управление отраслью торговли в Новгородской области**

Торговля имеет стратегическое значение для обеспечения социально-экономической стабильности в Новгородской области, так как в результате удовлетворения потребительского спроса обеспечивается доступность необходимых для жизнедеятельности товаров, которая в свою очередь определяет динамику инфляционных процессов, структуру денежных расходов и динамику денежных доходов. Объекты торговли традиционно являются местом занятости для высвобождаемых из производственных секторов работников.

Для сохранения рыночных принципов управления отраслью требуется стратегическое согласованное планирование действий исполнительных органов государственной власти Новгородской области по поддержке позитивных процессов в отрасли (её росту, развитию) с учётом прогнозируемых внешних и внутренних условий, содействию в эффективном использовании ресурсов сферы торговли и её потенциала. При этом планируемые действия должны быть скоординированы не только между исполнительными органами государственной власти и органами местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области, но и с действиями, потребностями и ожиданиями торгового бизнеса и общества в целом. Конкретные стратегические цели, задачи и индикаторы должны ориентировать органы исполнительной власти, органы местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области и хозяйствующих субъектов на поддержку всестороннего развития многоформатной торговли.

### **4. Механизмы и способы достижения цели и решения задач настоящей Стратегии, решения проблем торговли и заготовительной деятельности**

#### ***4.1. Повышение эффективности и уровня сбалансированности регулирования отношений торговой и заготовительной деятельности в нормативных правовых актах Новгородской области***

Для решения задачи повышения эффективности регулирования отношений в области торговой и заготовительной деятельности в Новгородской области необходимо:

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

2) на основе результатов анализа привести нормативные правовые акты Новгородской области в соответствие с федеральным законодательством.

#### ***4.2. Матрица торговых форматов***

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

Сформированная матрица торговых форматов – это наличие на территории Новгородской области максимального количества торговых объектов (и сетевых, и 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 муниципальных образований Новгородской области. Комфортная среда для граждан и рост производства в потребительском секторе достигается только при наличии торговых форматов в каждом городе и поселении, в первую очередь малых форматов торговли.

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

Каждый формат торговли 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 объёмов и типов товаров требуются разные форматы торговли как каналы сбыта).

Каждый из 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 удалённая торговля – удобство выбора товаров для потребителя.

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

Построение на каждой территории муниципального образования полноценной матрицы торговых форматов с учётом демографических, географических, экономических, инфраструктурных и прочих особенностей территории и есть главное направление деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области.

### ***4.3. Меры по развитию конкурентной среды в торговле***

4.3.1. Для достижения разнообразия торговых форматов и формирования конкурентной среды важными направлениями развития являются:

1) 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 взаимоотношения торговых сетей и их поставщиков (производителей).

Развитие потребительской кооперации в отрасли торговли является обязательным элементом развития экономики Новгородской области, основанной на рыночных началах;

2) малая форма торговли, в том числе семейного бизнеса, основанного на правах собственности либо долгосрочной аренды стационарных помещений, на специализации, позволяющей предоставлять эксклюзивные услуги (булочные, кондитерские, мясные лавки, рыбные магазины и пр.);

3) 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 даёт толчок развитию малых предприятий сервиса, сопутствующих услуг и производства. Кроме того, мобильная торговля является способом снабжения жителей малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктов Новгородской области товарами;

4) 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 мелкой торговле и малом и среднем производстве. Ярмарки позволяют максимально быстро вовлечь в торговлю продукты и товары, производимые на территории Новгородской области и, соответственно, дать толчок к увеличению их производства;

5) обеспечение возможности стабильного функционирования нестационарных торговых объектов и обеспечение гарантии прав хозяйствующих субъектов. При отсутствии системных нарушений правил торговли и желании хозяйствующего субъекта продолжать торговую деятельность по истечении сроков размещения торгового объекта необходимо обеспечить продление договоров (иных разрешительных документов) без проведения конкурентных процедур. При территориальной необходимости освобождения места размещения торгового объекта следует обеспечить предоставление хозяйствующему субъекту альтернативных равноценных компенсационных мест (реализация принципа «меняется место – сохраняется бизнес»). Требуется также сокращение сроков и упрощение процедуры размещения новых торговых объектов для удовлетворения потребностей как населения Новгородской области в услугах торговли, так и хозяйствующих субъектов, желающих открывать новый торговый бизнес либо расширять существующий;

6) организация современных сельскохозяйственных рынков, преимущественно с максимальной их шаговой доступностью 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 иных правил. 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;

7) удалённые форматы розничной торговли (интернет-торговля, торговля по каталогам, в том числе через почту, и прочее);

8) создание системы адресной продовольственной помощи малоимущим гражданам, которая является эффективным инструментом стимулирования потребления, развития розничной торговли и соответствующего производства;

9) разработка специальных мер поддержки в создании и развитии торговых предприятий специфических сегментов розницы, имеющих ярко выраженное социальное значение, – реализация свежих скоропортящихся продуктов питания, фермерской продукции, печатной продукции, народных и художественных промыслов, изделий ремесленничества;

10) необходимость дифференциации территории муниципальных образований по их значимости как рынков сбыта;

11) увеличение 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.

4.3.2. В целях оптимального размещения крупных торговых объектов, магазинов шаговой доступности, супермаркетов и минимаркетов, объектов мелкорозничной торговли, оптовых и розничных рынков, построения многоформатной торговой инфраструктуры в Новгородской области необходимо проанализировать целесообразность установления критериев размещения крупных торговых объектов.

Для нормального взаимодействия организаций розничной торговли и производителей сельскохозяйственной продукции и продуктов питания необходимо современное оптовое звено, включающее в себя 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 производителей, так и организаций розничной торговли, а также сократить сроки реализации продуктов. Как следствие, продукты на полках магазинов будут более свежими, то есть более качественными, и более дешёвыми.

4.3.3. Опыт развития торговли свидетельствует, что 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 ведёт к прекращению деятельности последних. Необходимо учитывать, что с экономической точки зрения малые форматы, как правило, 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 и обеспечением сбыта продукции малых и средних местных производителей).

#### ***4.4. Повышение уровня привлекательности осуществления торговой деятельности, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах***

Опыт развития торговли в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых 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 Правительством Новгородской области мероприятий по поддержке ведения торговой деятельности в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах включает в себя организацию выездных ярмарок и предоставление хозяйствующим субъектам, планирующим осуществление предпринимательской деятельности в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах, земельных участков на льготных условиях.

Участниками мероприятий по поддержке ведения торговой деятельности в малочисленных, отдалённых и труднодоступных населённых пунктах является в основном малые предприятия и индивидуальные предприниматели, для которых сложность участия в административных процедурах (подготовка документации, учёт и отчётность) со временем снижают уровень привлекательности ведения торговой деятельности в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах, несмотря на поддержку органов власти.

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

Для малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах мобильная торговля - один из немногих, а порой единственный способ снабжения жителей товарами.

Важное значение мобильная торговля имеет для проведения массовых мероприятий, а также в чрезвычайных ситуациях, так как мобильная торговля является постоянно действующей инфраструктурой по реализации продовольствия, которая может быть быстро передислоцирована и развернута в любом месте, где это будет необходимо. В отсутствие на территории постоянно действующих мобильных торговых объектов различных товарных специализаций отсутствует резерв для развертывания системы снабжения населения продовольствием в экстренных случаях.

Осуществление мобильной торговли предполагает серьезные инвестиции хозяйствующего субъекта в приобретение и обслуживание автомагазина, то есть в автомобильную промышленность и сопутствующую инфраструктуру. В этой связи мобильная торговля должна быть освобождена от излишнего администрирования.

#### ***4.5. 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, прежде всего юридических и физических лиц.

Отмеченная проблема в настоящее время 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. Мобильные офисы — это банковские отделения, установленные в поездах, на автодорожном транспорте, и т. д., которые обслуживают районы без стационарных почтовых отделений. Транспортные средства имеют высокую степень безопасности, оборудованы спутниковыми системами местоопределения в зависимости от их потребностей. Организация банковского обслуживания сельской местности через мобильные офисы ведет к снижению издержек и охвату большей территории для обслуживания. Так, например, мобильный офис может выезжать к удалённому поселку по заранее определенному графику и обслуживать клиентов 2-3 раза в месяц по 3-4 часа. Жители сельской местности смогут получить доступ к таким услугам как: прием и выдача денежных средств, в том числе пособий и пенсий, погашение кредитов, открытие счетов и вкладов, осуществление переводов, оплата коммунальных услуг, сборов и пошлин.

Вместе с предоставлением услуг банк может проводить инкассацию банкоматов и организаций, расположенных по маршруту следования мобильного офиса. По расчётам, затраты на мобильное транспортное средство примерно на 75% меньше, чем затраты на аренду здания и персонала на этот же период. Кроме того использование мобильных офисов приводит к расширению территории банковского обслуживания.

Таким образом, принимая во внимание отмеченные трудности и ограничения, 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.

#### **4.6. Обеспечение развития сельскохозяйственных и потребительских кооперативов**

Важную роль в развитии торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области играют сельскохозяйственные и потребительские 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.

Таким образом, 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.

Для решения вышеуказанных вопросов необходимо министерству промышленности и торговли Новгородской области и министерству сельского хозяйства в 2019 году проработать вопрос о разработке государственной программы, направленной на развитие сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории Новгородской области.

#### **4.7. Содействие в повышении кадровой обеспеченности отрасли торговли и заготовительной деятельности**

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 партнёрства между образовательными организациями и торговыми компаниями, находящимися на территории Новгородской области, повышение престижности труда и предпринимательства в торговой отрасли, содействие в развитии социального партнёрства в отрасли.

Повышение престижности труда в торговле, формирование в обществе позитивного отношения к работникам торговли и предпринимателям обеспечиваются на корпоративном и региональном уровне путём проведения различных просветительских и мотивационных мероприятий (конкурсов профессионального мастерства, широкого общественного чествования победителей таких конкурсов), а также осуществления комплекса мер по кадровому обеспечению отрасли, обеспечению условий для создания в сфере торговли новых рабочих мест, сохранения и модернизации имеющихся, повышения уровня производительности труда и оплаты труда в отрасли.

С целью содействия в повышении престижности труда в отрасли торговли на территории Новгородской области необходимо проводить областной конкурс «Лучшая организация торговли Новгородской области», а также применяются различные формы поощрения работников отрасли торговли, в том числе награждение Правительством Новгородской области.

### **5. Этапы и механизмы реализации Стратегии**

Настоящая Стратегия реализуется в два этапа:

переходный этап – 2019 год;

основной этап – 2020-2024 годы.

На переходном этапе в рамках настоящей Стратегии запланирована реализация следующих мероприятий:

внесение изменений в нормативные правовые акты Новгородской области;

разработка методологических документов и рекомендаций в сфере торговой и заготовительной деятельности для органов местного самоуправления муниципальных образований;

организация мероприятий, направленных на оказание государственной поддержки субъектам предпринимательской деятельности в сфере торговли и заготовительной деятельности;

создание условий для продвижения региональных и территориальных брендов, товарных знаков с целью привлечения к товарам местных товаропроизводителей жителей региона и других субъектов Российской Федерации;

наблюдение за состоянием и развитием отрасли торговли и заготовительной деятельности, инфраструктурными преобразованиями на территории Новгородской области для подведения итогов реализации первоочередных мероприятий настоящей Стратегии, при необходимости – корректировка целевых индикаторов;

разработка и корректировка мероприятий на 2020-2024 годы /при необходимости/.

На основном этапе решение задач по развитию торговли будет продолжено путём реализации на территории Новгородской области мероприятий настоящей Стратегии, обеспечивающих достижение скорректированных значений целевых индикаторов, завершение формирования инфраструктурных преобразований в сфере торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области.

К механизмам реализации настоящей Стратегии относятся:

Комплексное управление реализацией мероприятий настоящей Стратегии, а также методическое и информационное сопровождение реализации указанных мероприятий осуществляет Министерство промышленности и торговли Новгородской области.

Исполнителям реализации мероприятий, указанных в приложении № 2 к настоящей Стратегии, необходимо ежегодно к 15 июля и 20 января представлять в министерство промышленности и торговли Новгородской области (далее - министерство) информацию о реализации мероприятий Плана.

Ежегодно Министерство промышленности и торговли Новгородской области предоставляется доклад Правительству Новгородской области о реализации мероприятий настоящей Стратегии.

Приложение 1  
к Стратегии развития торговли и  
заготовительной деятельности в  
Новгородской области на 2019 – 2021  
годы и период до 2025 года

**ЦЕЛЕВЫЕ ИНДЕКАТОРЫ СТРАТЕГИИ**

№ п/ п	Наименование показателя (целевого индикатора)	Значение показателя по годам					
		2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год
1.	Достижение нормативов минимальной обеспеченности населения нестационарными торговыми объектами по продаже продовольственных товаров и сельскохозяйственной продукции в муниципальных образованиях, %	59,0	73,0	82,0	91,0	97,0	100,0
2.	Достижение нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых мест, используемых для осуществления деятельности по продаже продовольственных товаров на розничных рынках в муниципальных образованиях, %	74,0	78,0	85,0	90,0	96,0	100,0
3.	Доля малых и микропредприятий в структуре розничного товарооборота, %	23	24,0	25,0	26,0	26,5	27,0
4.	Общее количество автомагазинов, осуществляющих торговое обслуживание жителей сельских населенных пунктов, ед.	113	118	123	128	133	138
5.	Общее количество заготовительных пунктов, ед.	21	22	24	26	28	30
6.	Модернизация производства в организациях, занятых в переработке сельскохозяйственной продукции и сырья, ед.	1	1	1	1	2	2

Приложение 2  
к Стратегии развития торговли и  
заготовительной деятельности в  
Новгородской области на 2019 – 2021  
годы и период до 2025 года

**П Л А Н**  
**мероприятий Стратегии развития торговли и заготовительной**  
**деятельности в Новгородской области**  
**на 2019-2021 годы и период до 2025 года**

№ п/п	Наименование мероприятия, реализуемого в рамках Стратегии развития торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года	Итоговый документ, ожидаемый результат	Срок реали- зации по годам, регуляр- ность (для отдельных меропри- ятий)	Исполнитель
1	2	3	4	5
<b>I. ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ</b>				
<b>1. Повышение эффективности и уровня сбалансированности регулирования отношений в области торговой деятельности</b>				
1.1.	Разработка и утверждение дорожной карты развития торговли на территории Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах	приказ министерства промышленности и торговли Новгородской области (далее – министерство)	1 квартал 2019 года	министерство администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
1.2.	Разработка и реализация дорожной карты развития торговли на территории Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года, в том числе в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах	реализация мероприятий дорожной карты развития торговли на территории Новгородской области	2019 - 2024 годы	министерство администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
1.3.	Анализ нормативных правовых актов, регулирующих отношения в области торговой деятельности, и приведение их в соответствие с федераль-	разработка областных нормативных правовых актов	2019 -2021 годы	министерство

	ными законами и другими федеральными нормативными правовыми актами			
1.4.	Мониторинг развития и состояния розничной торговли, в том числе по форматам и по сегментам рынка в Новгородской области	подготовка аналитических материалов	2019 - 2024 годы	министерство
1.5.	Разработка комплексной оценки эффективности торговой политики, реализуемой на территории Новгородской области, муниципальных образований Новгородской области (определение системы ключевых показателей эффективности, порядка мониторинга таких показателей)	подготовка предложений для представления в министерство	2019 - 2024 годы	администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
1.6.	Разработка и утверждение дорожной карты развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года	приказ министерства	1 квартал 2019 года	министерство
1.7.	Обеспечение реализации дорожной карты развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года	реализация мероприятий дорожной карты развития заготовительной деятельности на территории Новгородской области	2019 - 2024 годы	министерство  администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
1.8.	Разработка и утверждение дорожной карты развития сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года	Приказ министерства	1 квартал 2019 года	министерство
1.9.	Обеспечение реализации дорожной карты развития сельскохозяйственной и потребительской кооперации на территории	реализация мероприятий дорожной карты развития сельскохозяйств	2019 - 2024 годы	министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской

	Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года	венной и потребительской кооперации на территории Новгородской области		области администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
1.10.	Разработка и утверждение дорожной карты развития финансовых ресурсов в сельской местности на 2019-2021 годы и период до 2025 года	приказ министерства	1 квартал 2019 года	министерство
1.11.	Обеспечение реализации дорожной карты развития финансовых ресурсов в сельской местности на 2019-2021 годы и период до 2025 года	реализация мероприятий дорожной карты развития финансовых ресурсов в сельской местности	2019 - 2024 годы	министерство кредитные организации (по согласованию)
1.12.	Разработка комплексной оценки эффективности торговой и заготовительной деятельности, реализуемой на территории Новгородской области	разработка анкеты и других материалов для проведения социологических исследований	2019 год	министерство
2. Улучшение имиджа торговой отрасли				
2.1.	Организация и проведение областного конкурса «Лучшая организация торговли Новгородской области»	Выявление победителей конкурса, их поощрение	2019-2024 годы, ежегодно в июле	министерство
3. Обеспечение условий для развития конкуренции в отрасли				
3.1.	Мониторинг практики применения Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»	подготовка аналитических материалов	2019-2024 годы, 1 раз в год	министерство
3.2.	Организация отраслевых торговых мероприятий (ярмарок, выставок-продаж, форумов, круглых столов и иных мероприятий)	отчёты о мероприятиях	2019-2024 годы	министерство

4. Повышение уровня привлекательности осуществления торговой деятельности в малочисленных и отдалённых населённых пунктах Новгородской области				
4.1.	Организация торгового обслуживания в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах Новгородской области, участие в реализации проекта министерства «Автолавки на село»	определение мер поддержки для организации торговли в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах	2019-2024 годы	администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
4.2.	Анализ эффективности действующих мер поддержки торгового обслуживания и торговой деятельности в малочисленных, труднодоступных и отдалённых населённых пунктах Новгородской области	подготовка аналитических данных для представления в министерство	2019-2024 годы, 2 раз в год	администрации муниципальных районов области (по согласованию)
5. Содействие в развитии заготовительной деятельности на территории области				
5.1.	Организация мероприятий, направленных на развитие заготовительной деятельности на территории области. Организация общественных работ для ищущих работу граждан по заготовке грибов, ягод, плодов, дикорастущих растений по заявкам субъектов предпринимательской деятельности, ведущих заготовительную деятельность	проведение «круглых столов, семинаров и других мероприятий, направление ищущих работу граждан на временное трудоустройство	2019-2024 годы	министерство администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)  государственное областное казенное учреждение «Центр занятости населения Новгородской области (по согласованию)
5.2.	Анализ эффективности действующих мер поддержки заготовительной деятельности на территории области	подготовка аналитических данных для представления в министерство	2019-2024 годы, 2 раз в год	администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
6. Поддержка развития малого и среднего бизнеса в сфере торговли				
6.1.	Совершенствование ярмарочной торговли, розничных рынков, нестационарной и мобильной	организация проведения мероприятий	2019-2024 годы	министерство  министерство

	торговли с целью расширения и развития форматов торговли			сельского хозяйства Новгородской области  администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
6.2.	Реализация мероприятий, предусмотренных в государственных программах экономического развития Новгородской области	увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих торговую деятельность	2019-2024 годы	министерство  министерство инвестиционной политики Новгородской области  администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
6.3.	Содействие субъектам предпринимательской деятельности в реализации проектов: «Фермерская лавка»; «Фермерский базар»; «Покупайте Новгородское» и т.д.	увеличение количества субъектов предпринимательской деятельности, участвующих в реализации проектов	2019-2024 годы, 2 раз в год	министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской области  администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
6.4.	Анализ ситуации и выработка мероприятий по стимулированию сельскохозяйственной и потребительской кооперации для развития малого и среднего предпринимательства в сфере торговли и заготовительной деятельности, сельскохозяйственного производства товаров	подготовка аналитических материалов, разработканормативных правовых актов	2019-2024 годы, 2 раз в год	министерство  министерство сельского хозяйства Новгородской области  администрации муниципальных районов области и городского округа (по согласованию)
<b>II. ОРГАНИЗАЦИОННО-КОНТРОЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ</b>				
1.	Анализ результатов реализации первоочередных мероприятий Стратегии	Подготовка доклада Губернатору	2020-2025 годы, ежегодно	министерство



	развития торговли и заготовительной деятельности в Новгородской области на 2019-2021 годы и период до 2025 года (далее – Стратегии)	Новгородской области – Председателю Правительства Новгородской области	в апреле	
2.	Разработка мероприятий Стратегии с учётом достигнутых результатов, а также в связи с появлением новых проблем (модификаций их структурных элементов)	Уточнение целевых индикаторов и корректировка плана мероприятий Стратегии	2021-2024 годы	министерство
<b>III. УТОЧНЁННЫЕ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ</b>				
1.	Мероприятия, предусмотренные по итогам корректировки Стратегии, внесение изменений в Стратегию	разработка областных нормативных правовых актов, подготовка аналитических материалов	2019-2024 годы	министерство