



ПРАВИТЕЛЬСТВО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ПОСТАНОВЛЕНИЕ

28.06.2019

№ 387-ПП

г. Екатеринбург

**Об утверждении Стратегии развития потребительского рынка
Свердловской области на период до 2035 года**

В соответствии с Законом Свердловской области от 15 июня 2015 года № 45-ОЗ «О Стратегическом планировании в Российской Федерации, осуществляемом на территории Свердловской области», постановлением Правительства Свердловской области от 07.12.2015 № 1083-ПП «Об утверждении Порядка принятия решений о разработке, формирования, утверждения и реализации отраслевых и межотраслевых стратегий социально-экономического развития Свердловской области», в целях реализации распоряжения Правительства Свердловской области от 03.08.2017 № 629-РП «Об утверждении Перечня концепций отраслевых и межотраслевых стратегий социально-экономического развития Свердловской области, планируемых к разработке в 2017 году» Правительство Свердловской области

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Стратегию развития потребительского рынка Свердловской области на период до 2035 года (прилагается).

2. Назначить координатором реализации Стратегии развития потребительского рынка Свердловской области на период до 2035 года (далее – Стратегия) Министерство агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области.

3. Рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, руководствоваться Стратегией, утвержденной настоящим постановлением, при осуществлении своей деятельности в сфере потребительского рынка.

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на Первого Заместителя Губернатора Свердловской области А.В. Орлова.

5. Настоящее постановление опубликовать на «Официальном интернет-портале правовой информации Свердловской области» (www.pravo.gov66.ru).

Губернатор
Свердловской области



Е.В. Куйвашев

УТВЕРЖДЕНА
постановлением Правительства
Свердловской области
от 28.06.2019 № 387-ПП
«Об утверждении Стратегии
развития потребительского рынка
Свердловской области на период
до 2035 года»

СТРАТЕГИЯ
развития потребительского рынка Свердловской области
на период до 2035 года

Часть 1. Общие положения

Стратегия развития потребительского рынка Свердловской области на период до 2035 года (далее – Стратегия) разработана в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», Стратегией развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года, утвержденной приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 25.12.2014 № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года», Стратегией социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы, утвержденной Законом Свердловской области от 21 декабря 2015 года № 151-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы» (далее – Стратегия–2030).

Основаниями для разработки Стратегии являются следующие документы:

- 1) Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- 2) Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
- 3) Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;
- 4) Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;
- 5) Указ Президента Российской Федерации от 30 января 2010 года № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации»;
- 6) распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1662-р;

7) распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.04.2019 № 768-р;

8) постановление Правительства Свердловской области от 23.10.2013 № 1285-ПП «Об утверждении государственной программы Свердловской области «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области до 2024 года» (далее – постановление Правительства Свердловской области от 23.10.2013 № 1285-ПП);

9) постановление Правительства Свердловской области от 23.10.2015 № 979-ПП «Об утверждении долгосрочного прогноза социально-экономического развития Свердловской области на период до 2030 года»;

10) постановление Правительства Свердловской области от 07.12.2015 № 1083-ПП «Об утверждении Порядка принятия решений о разработке, формирования, утверждения и реализации отраслевых и межотраслевых стратегий социально-экономического развития Свердловской области»;

11) распоряжение Правительства Свердловской области от 03.08.2017 № 629-РП «Об утверждении Перечня концепций отраслевых и межотраслевых стратегий социально-экономического развития Свердловской области, планируемых к разработке в 2017 году»;

12) перечень поручений Губернатора Свердловской области от 05.06.2017 № 13-ЕК.

Разработчиком Стратегии является Министерство агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области (далее – Министерство).

Ответственным исполнителем и ответственным за контроль и реализацию Стратегии является Министр агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области Д.С. Дегтярев.

Часть 2. Предпосылки, цель и задачи Стратегии

Раздел 1. Оценка и анализ развития отрасли

Устойчивое развитие локального потребительского рынка является важнейшим условием стабильного развития экономики, социального благополучия населения.

Глава 1. Розничная торговля

Основным показателем, характеризующим отрасль розничной торговли, является оборот розничной торговли. По указанному показателю Свердловская область занимает 5 место среди субъектов Российской Федерации (впереди – Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край), а среди областей Уральского федерального округа – 1 место.

По итогам 2017 года объемы оборота розничной торговли достигли показателя в 1078 млрд. рублей, что в фактических ценах на 2,3% выше аналогичного показателя 2016 года, в сопоставимых ценах на 1,5% ниже (рисунок 1).

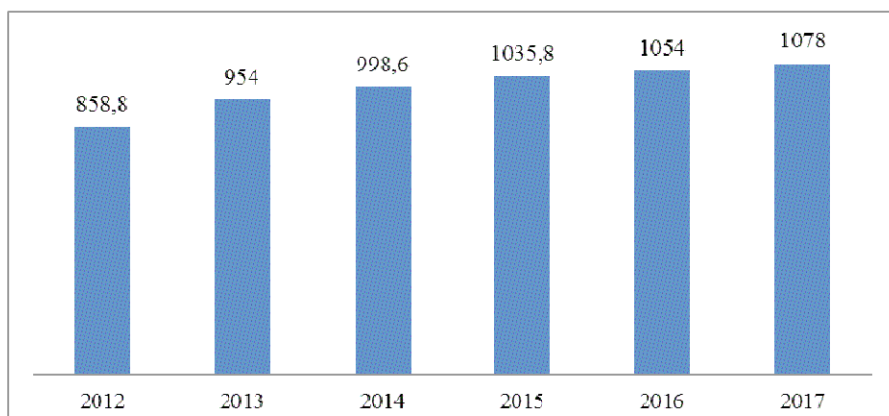


Рис. 1 Оборот розничной торговли Свердловской области (млрд. рублей)

Анализируя динамику основных показателей, характеризующих отрасль, можно сделать вывод об улучшении текущей экономической конъюнктуры.

Данный факт подтверждает индекс физического объема розничной торговли в Свердловской области (таблица 1).

Таблица 1

Индекс физического объема розничной торговли в Свердловской области

(процентов)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Индекс физического объема розничной торговли в Свердловской области	106,4	104,2	97,1	89,0	94,5	98,5

По итогам 2017 года оборот розничной торговли на душу населения Свердловской области составил 249,0 тыс. рублей, что на 2% выше аналогичного показателя 2016 года (рисунок 2).

По сумме продаж на душу населения в рейтинге среди субъектов Российской Федерации Свердловская область находится на 4 месте, среди областей Уральского федерального округа – на 1 месте.

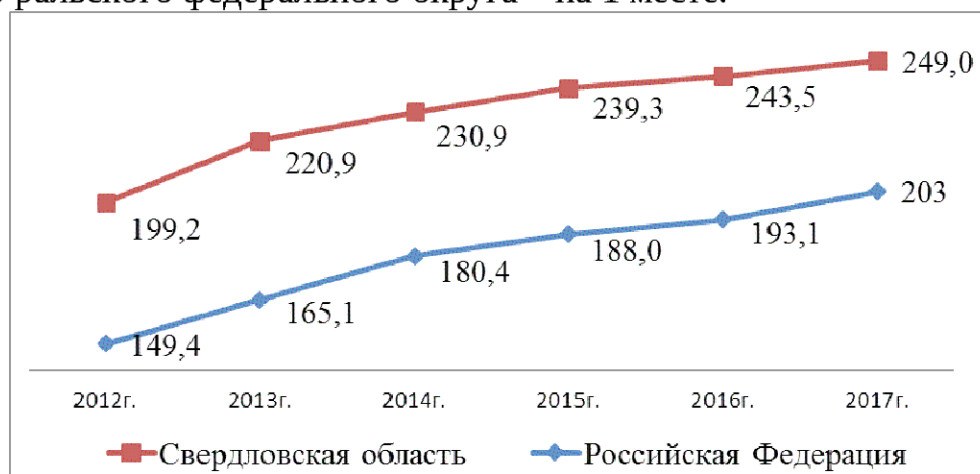


Рис. 2 Оборот розничной торговли на душу населения Свердловской области и Российской Федерации (тыс. рублей)

Анализируя структуру розничной торговли, наблюдается следующая закономерность – тенденция роста доли оборота розничных сетей в суммарном обороте розничных продаж.

В 2012 году доля сетевых игроков на рынке розничных продаж в Свердловской области составляла 19,8%, в 2017 году этот показатель достиг 29,9% (таблица 2).

Таблица 2

Доля оборота розничной торговли розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли

(процентов)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Доля оборота розничной торговли торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли	19,8	20,9	23,4	25,1	27,5	29,9

Наблюдается еще одна закономерность – сокращение доли розничных продаж, приходящихся на рыночную и ярмарочную торговлю. Формирование оборота розничной торговли осуществляется, в основном, за счет продажи товаров торгующими организациями и индивидуальными предприятиями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне рынка).

Доля оборота розничной торговли на рынках и ярмарках снизилась в Российской Федерации с 10,6% в 2012 году до 7,1% в 2017 году, в Свердловской области – с 5,2 до 3% соответственно. При этом в Свердловской области доля оборота розничной торговли на рынках и ярмарках в 2015 году показала рост, а в 2017 году сохранила значения 2016 года (таблица 3).

Таблица 3

Доля продажи на розничных рынках и ярмарках в общей структуре оборота розничной торговли Свердловской области

(процентов)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Свердловская область	5,2	3,6	3,4	3,7	3	3
Российская Федерация	10,6	9,4	8,7	7,9	7,1	-

Доля продовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли в 2017 году незначительно изменилась относительно предыдущего года и составила 48,7%, доля непродовольственных товаров – 51,3% соответственно (таблица 4).

Таблица 4

Доля продовольственных и непродовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли Свердловской области

(процентов)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Доля продовольственных товаров	46,2	46,6	46,7	48,6	48,2	48,7
Доля непродовольственных товаров	53,8	53,4	53,3	51,4	51,8	51,3

Фактором, оказывающим значительное влияние на динамику оборота розничной торговли, является инфляция и реальные располагаемые доходы населения. Стоимость минимального набора продуктов в 2017 году составила 4049,69 рубля.

Индексы потребительских цен представлены в таблице 5.

Таблица 5

Индексы потребительских цен

(процентов к декабрю предыдущего года)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Все товары и услуги	107,3	107	110,6	114	105,8	102,2
Продовольственные товары	107,4	106,8	115,8	116,1	105,1	102,2

В 2017 году реальные денежные доходы населения Свердловской области снизились на 3,2% (таблица 6).

Таблица 6

Реальные денежные доходы населения Свердловской области

(процентов к аналогичному периоду прошлого года)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Изменение реальных денежных доходов населения в процентах к аналогичному периоду прошлого года	+4,5	+3,8	-3,2	-6,4	-6,2	-3,2 (с учетом единовременной денежной выплаты пенсионерам)

Торговая отрасль является одним из лидеров среди отраслей экономики Свердловской области по количеству созданных рабочих мест, уступая только обрабатывающей промышленности.

Среднесписочная численность работников организаций в сфере оптовой и розничной торговли выросла с 212,4 тыс. человек в 2012 году до 243,8 тыс. человек в 2017 году (рисунок 3).

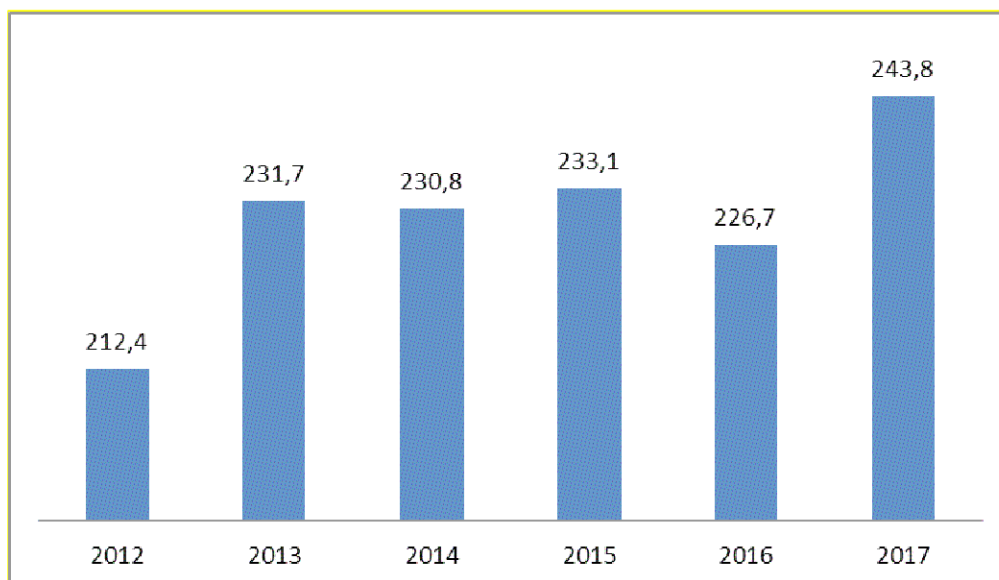


Рис. 3 Среднесписочная численность работников организаций в сфере оптовой и розничной торговли (тыс. человек)

Среднемесячная номинальная заработная плата работников сферы торговли в 2017 году составила 28,6 тыс. рублей, или 82,2% от уровня среднемесячной начисленной заработной платы работников в целом по области.

Инвестиции в основной капитал организаций Свердловской области (без субъектов малого предпринимательства, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) по виду деятельности «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами» выросли с 3155,7 млн. рублей в 2012 году до 7111,1 млн. рублей в 2017 году (таблица 7).

Таблица 7

Инвестиции в основной капитал организаций Свердловской области (без субъектов малого предпринимательства, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) по виду деятельности «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами»

(млн. рублей)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	3155,7	4005,4	6348,2	6373,8	7591,4	7111,1

Как и большинство сегментов российской экономики отечественный рынок розничных продаж находится в стадии восстановления после недавнего серьезного влияния общих для всего хозяйственного комплекса страны кризисных тенденций. Стоит отметить, что одним из самых основных проявлений кризиса являлось падение покупательной способности населения.

Ситуация, складывающаяся в розничной торговле Свердловской области, соответствует ситуации в Российской Федерации.

Инфраструктура розничной торговли Свердловской области достаточно развита. На территории Свердловской области осуществляют деятельность стационарные и нестационарные торговые объекты, проводятся ярмарочные мероприятия, а также функционируют розничные рынки.

По состоянию на 01.01.2018 на территории Свердловской области функционируют 26 733 объекта торговли:

- 1) 21 267 магазинов;
- 2) 4985 павильонов и киосков;
- 3) 481 торговый центр и торговый комплекс.

Структура торговой сети за период с 2012 по 2017 годы представлена в таблице 8.

Таблица 8

Структура торговой сети за период с 2012 по 2017 годы

(единиц)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Всего объектов	25 117	25 863	25 911	26 210	26 720	26 733
в том числе:						
магазины	19 011	19 815	20 130	20 480	21 068	21 267
павильоны и киоски	5912	5747	5402	5302	5183	4985
торговые центры	194	301	379	428	469	481

С 2012 года количество магазинов в Свердловской области увеличилось на 1616 единиц, количество торговых центров – на 287 единиц. Также в области наблюдается постепенное сокращение количества павильонов и киосков (в среднем от 2 до 4% в год) – с 2012 года их количество уменьшилось на 927 единиц.

Таким образом, за анализируемый период наблюдается стабильный рост стационарной розничной сети за счет строительства новых магазинов, реконструкции непригодных помещений, перевода жилых помещений в нежилые, появления новых торговых центров.

В отчетный период доля магазинов в торговой сети Свердловской области составила 80%, доля объектов мелкорозничной торговой сети уменьшилась с 23 до 19%, доля торговых центров за 8 лет увеличилась почти в два раза (таблица 9).

Таблица 9

Доля объектов торговой сети

(процентов)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Всего объектов	100	100	100	100	100	100
Доля магазинов	76	76,4	77,7	78,2	79	79,6
Доля павильонов и киосков	23	22,6	20,8	20,2	19,3	18,6
Доля торговых центров	1	1	1,5	1,6	1,7	1,8

В структуре стационарных объектов (магазинов) доля продовольственных, непродовольственных и смешанных магазинов с 2012 года практически не изменилась и остается достаточно стабильной (таблица 10).

Таблица 10

Структура стационарных объектов торговли

(единиц)

По состоянию на 01.01.2013	всего магазинов		19 011
	в том числе	продовольственных магазинов	6363
		доля в общем объеме (процентов)	33
		непродовольственных магазинов	10 388
		доля в общем объеме (процентов)	55
		смешанных магазинов	2260
		доля в общем объеме (процентов)	12
По состоянию на 01.01.2018	всего магазинов		21 267
	в том числе	продовольственных магазинов	7366
		доля в общем объеме (процентов)	34
		непродовольственных магазинов	11 383
		доля в общем объеме (процентов)	54
		смешанных магазинов	2518
		доля в общем объеме (процентов)	12

С 2012 года торговые площади в Свердловской области выросли в 1,4 раза (с 3,4 до 4,58 млн. кв. метров в 2017 году). Динамика торговых площадей в Свердловской области представлена в таблице 11.

Таблица 11

Торговые площади в Свердловской области

(тыс. кв. метров)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Всего площадей	3379	3811,2	3989,8	4102	4317,7	4583,8
в том числе						
магазинов	2182	2370	2355	2394	2445,5	2619,4
павильонов	67,5	70	68,3	66,9	66	65,3
торговых центров	1129,5	1371,2	1567	1640,7	1806,2	1899

С 2012 года доля площадей стационарных объектов (магазинов и торговых центров) постепенно увеличивается (с 98 до 98,5%).

По состоянию на 01.01.2013 обеспеченность торговыми площадями в среднем по Свердловской области составляла 750 кв. метров на 1000 жителей. Постепенно этот показатель увеличивался. На 01.01.2018 обеспеченность населения торговыми площадями составила 1044 кв. метра на 1000 жителей (таблица 12).

Обеспеченность стационарными торговыми площадями
(кв. метров на 1000 жителей)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Обеспеченность торговыми площадями	750	862	908	932	982	1044

В приложениях № 1–3 представлена статистическая информация по показателю «оборот розничной торговли» в разрезе муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области (далее – муниципальные образования).

На рисунке 4 представлена обеспеченность населения Свердловской области торговыми площадями.

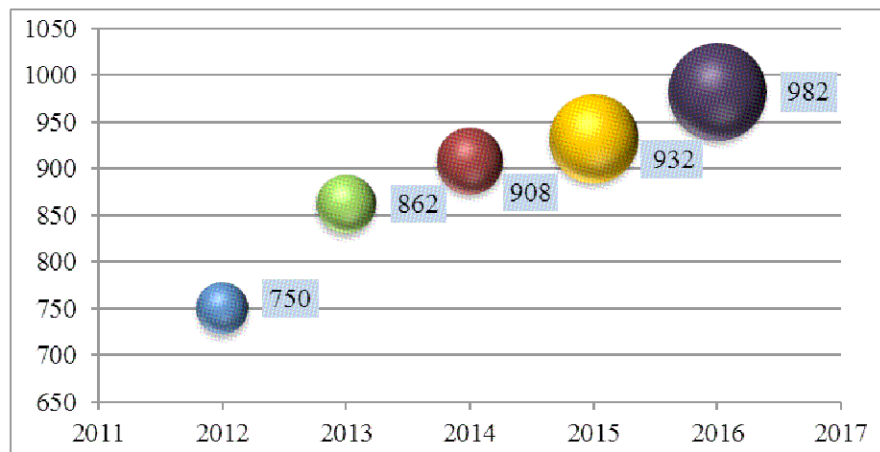


Рис. 4 Обеспеченность населения Свердловской области торговыми площадями
(кв. метров на 1000 жителей)

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 09.04.2016 № 291 «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, а также о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2010 г. № 754» норматив минимальной обеспеченности торговыми площадями с 2016 года устанавливается по следующим показателям:

1) норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов местного значения.

По состоянию на 01.01.2018 фактическое количество торговых объектов местного значения составляет 10 652 объекта, что превышает минимальный норматив на 535 объектов;

2) норматив минимальной обеспеченности населения площадью нестационарных торговых объектов.

Минимальный норматив обеспеченности населения площадью павильонов и киосков по продаже продовольственных товаров и сельскохозяйственной

продукции составляет 7,29 единицы на 10 000 жителей. Фактическая обеспеченность в 2017 году составила 6,52 единицы на 10 000 жителей. Таким образом, норматив минимальной обеспеченности выполнен только на 89,4%.

Минимальный норматив обеспеченности нестационарными объектами по продаже печатной продукции составляет 1,38 единицы на 10 000 жителей. На 01.01.2018 норматив минимальной обеспеченности превышен на 0,02%.

Норматив по продаже продукции общественного питания составляет 0,81 объекта на 10 000 человек. Фактическая обеспеченность – 0,61 объекта на 10 000 человек. Процент выполнения – 74%;

3) норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых мест, используемых для осуществления деятельности по продаже продовольственных товаров на розничных рынках Свердловской области.

Норматив составляет 0,64 торгового места на 1000 жителей. Достигнут норматив только в трех муниципальных образованиях (Асбестовский городской округ, городской округ Карпинск, Новоуральский городской округ). Стоит отметить, что даже в тех муниципальных образованиях, в которых действуют розничные рынки, норматив не достигнут в связи с недостаточным количеством торговых мест.

В целом по Свердловской области фактическое значение показателя составило 0,34 торгового места на 1000 жителей.

Создание сельскохозяйственных рынков и мест для реализации сельскохозяйственной продукции в настоящее время является одной из основных задач органов местного самоуправления муниципальных образований.

На территории Свердловской области функционируют 11 розничных рынков в 9 муниципальных образованиях, в том числе:

- 1) сельскохозяйственных – 4;
- 2) универсальных – 5;
- 3) непродовольственных – 2.

С момента вступления в силу нормы Федерального закона от 30 декабря 2006 года № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в трудовой кодекс Российской Федерации» (далее – Федеральный закон от 30 декабря 2006 года № 271-ФЗ), согласно которой с 1 января 2013 года для организации деятельности по продаже товаров на рынках управляющие непродовольственными и универсальными рынками компании вправе использовать исключительно капитальные здания, строения, сооружения, выявлена тенденция сокращения количества розничных рынков на территории Свердловской области.

Требования, предусмотренные Федеральным законом от 30 декабря 2006 года № 271-ФЗ к управляющим компаниям по организации деятельности на рынках и организации продажи товаров на них, существенно выше требований (реестр продавцов, реестр заключенных договоров, оформление карточки продавца с фотографией, иное) к организации деятельности иных, даже самых современных объектов торговли, что привело к переводу управляющими компаниями некоторых рынков в формат торговых центров, торговых комплексов, торгово-рыночных комплексов.

Одним из каналов сбыта сельскохозяйственной продукции является ярмарочная торговля. За 2017 год проведено 2620 ярмарок, в том числе 672 сельскохозяйственные, по сравнению с 2016 годом сельскохозяйственных ярмарок проведено больше на 31% (рисунок 5).

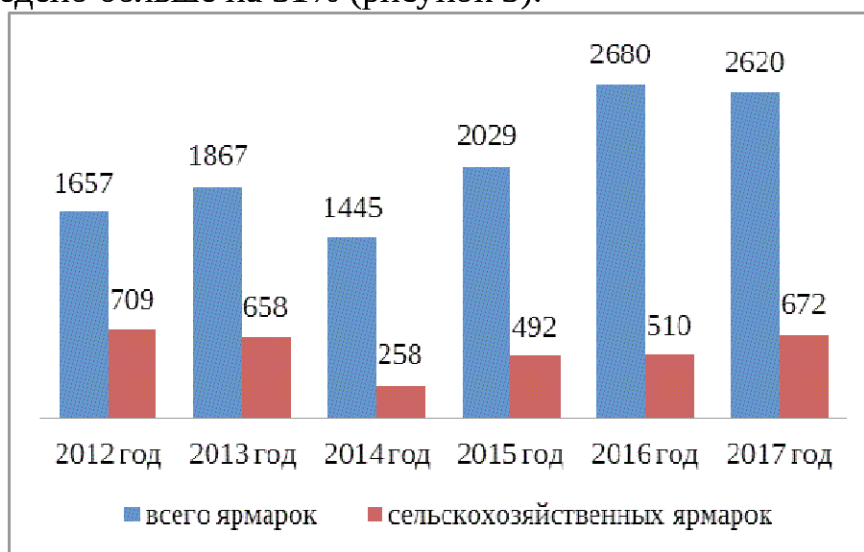


Рис. 5 Количество проведенных ярмарок

В 2017 году розничные торговые сети формировали 29,9% общего объема оборота розничной торговли (таблица 13). Тенденция роста доли сетевой розничной торговли является общероссийской и мировой тенденцией.

Таблица 13

Доля оборота розничной торговли розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли

(процентов)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Доля оборота розничной торговли торговых сетей в общем объеме	19,8	20,9	23,4	25,1	27,5	29,9

Развитие сетевой розничной торговли оказывает положительное влияние на развитие экономики в целом. Торговые сети создают новые рабочие места, предлагают покупателям широкий ассортимент товаров и повышают уровень предоставляемых услуг. Кроме того, предприятия сетевых структур стремятся к наиболее низкому ценовому позиционированию продукции.

Расширение присутствия торговых сетей и общее увеличение количества предприятий торговли означает усиление уровня конкуренции в отрасли. В свою очередь текущие макроэкономические условия и высокая конкуренция усложняют деятельность розничных точек небольшого и среднего размеров.

Динамика количества магазинов, принадлежащих сетевым структурам различного уровня, представлена на рисунке 6.

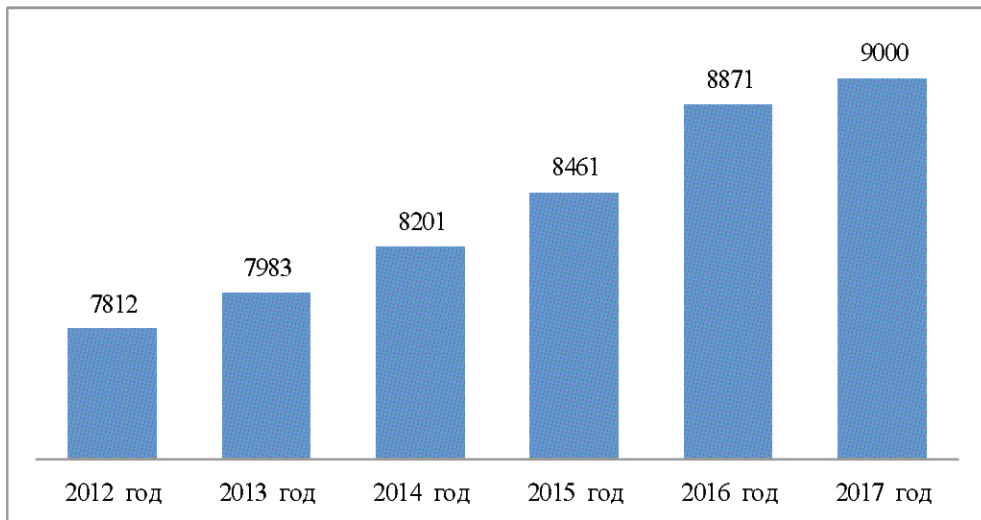


Рис. 6 Количество магазинов, принадлежащих сетевым структурам различного уровня

Следует отметить, что меняется внутренняя структура магазинов, входящих в состав торговых сетей. На рисунке 7 представлена структура торговых сетей в 2012 и 2017 годах.

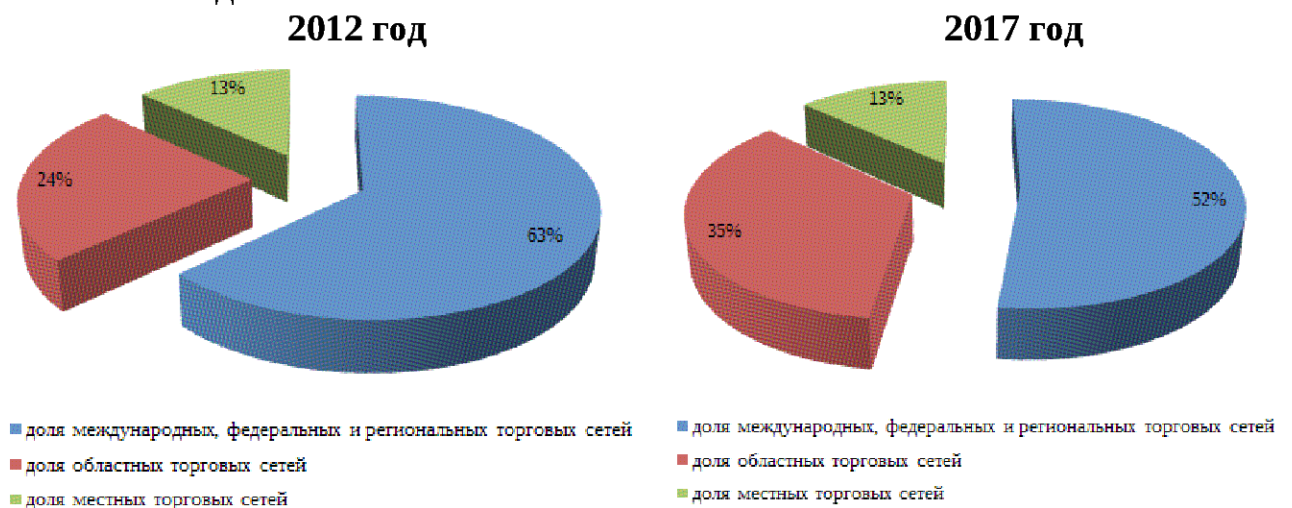


Рис. 7 Доля магазинов, принадлежащих торговым сетям, в 2012 и 2017 годах (процентов)

Сетевая форма развития бизнеса оказывает серьезное влияние на уровень развития потребительского рынка муниципальных образований. В настоящее время торговые сети расширяют свое географическое присутствие и открывают предприятия торговли не только в крупных городах, но и в отдаленных муниципальных образованиях, муниципальных образованиях с небольшой численностью населения, а также в сельских населенных пунктах.

С другой стороны, для независимых предприятий торговли, осуществляющих деятельность на территории села, достаточно сложно конкурировать с крупными предприятиями торговли, что требует выстраивания детальной стратегии для сохранения конкурентоспособности бизнеса.

По состоянию на 01.01.2018 на территории Свердловской области расположено 1777 сельских населенных пунктов с численностью проживающих 632,5 тыс. человек:

1) из общего числа сельских населенных пунктов 166 не имеют постоянно проживающего населения;

2) в 1023 сельских поселениях функционируют стационарные объекты торговли: 3728 магазинов, 326 павильонов и 108 киосков;

3) в 194 населенных пунктах организовано выездное обслуживание;

4) в 34 населенных пунктах работают «магазины на дому»;

5) в 360 населенных пунктах отсутствует торговое обслуживание.

Структура торговой сети на территориях сельских населенных пунктов Свердловской области представлена в таблице 14.

Таблица 14

Структура торговой сети на территориях сельских населенных пунктов
Свердловской области

	(единиц)					
	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Количество магазинов	3729	3792	3848	3937	3801	3728
Количество павильонов	414	419	395	402	329	326
Количество киосков	177	160	151	144	133	108
Количество сельских населенных пунктов, в которые организовано выездное обслуживание	236	226	205	211	217	194
Количество сельских населенных пунктов, в которых работают «магазины на дому»	36	36	33	35	37	34
Количество сельских населенных пунктов без торгового обслуживания	279	305	315	321	324	360
Количество сельских населенных пунктов без населения	134	134	146	144	167	166

Несмотря на уменьшение количества магазинов в сельских населенных пунктах, наблюдается увеличение такого показателя как обеспеченность торговыми площадями сельского населения.

Это связано с открытием магазинов федеральных торговых сетей, а также с оттоком сельского населения в города.

Обеспеченность сельского населения торговыми площадями увеличивается из года в год. По состоянию на 01.01.2018 обеспеченность составила 361 кв. метр на 1000 жителей против 348 кв. метров в 2016 году (рисунок 8).

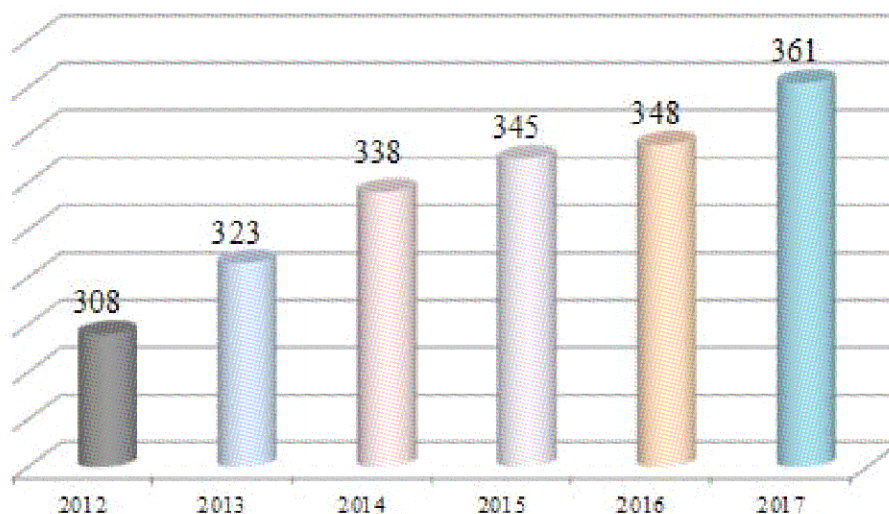


Рис. 8 Обеспеченность торговыми площадями сельского населения (кв. метров на 1000 жителей)

В настоящее время вопросы взаимодействия предприятий торговли и товаропроизводителей Свердловской области являются особо актуальными, так как направлены на устойчивое развитие экономики региона и качество предоставляемых услуг потребительского рынка.

Стратегия предполагает создание условий для формирования комфортной среды для граждан и субъектов предпринимательской деятельности через развитие многоформатной инфраструктуры торговли, что соответствует основной цели, установленной на федеральном уровне Стратегией развития торговли в Российской Федерации.

Таким образом, Стратегия предполагает построение такой системы, при которой одновременно обеспечивается удовлетворенность трех участников отношений в сфере торговли:

1) потребителя (в шаговой доступности приобретать товары, в том числе местного производства, на свой вкус, по справедливой цене, с возможностью выбора разных торговых форматов и хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, то есть на конкурентных условиях);

2) производителя (иметь возможность удобно, предсказуемо, выгодно и гарантировано сбывать свой товар);

3) субъекта торговли (выполнять функцию по соединению интересов потребителей и производителей, иметь возможность легально осуществлять торговую деятельность, комфортно открывать, вести и расширять свой торговый бизнес).

В цепочке между товаропроизводителем и потребителем торговля выполняет роль связующего звена.

В настоящее время в силу достаточной развитой инфраструктуры, предполагающей разнообразие форматов торговли, у производителей существует возможность выбора канала сбыта своей продукции. Выстраивание взаимодействия по вопросу сбыта продукции в различных форматах торговли имеет свои нюансы, требования и условия сотрудничества.

В нынешней экономической ситуации особую важность приобретают вопросы импортозамещения, связанные с рациональным снижением доли импортных товаров, их замещением продукцией отечественных производителей, в том числе местных. Для производителей важно не только найти канал сбыта продукции, но и удержать свою нишу, производя все более качественные, конкурентоспособные товары.

Конкурентоспособность местных товаропроизводителей должна основываться на качественном анализе рынка и предпочтениях потребителей. Задача производителей сводится к формированию эффективной системы реагирования на изменения в конъюнктуре потребительского рынка, частью которой является маркетинг продукции. Производитель должен сосредоточить усилия на создании позитивного имиджа товара, определить свою целевую аудиторию и обеспечить ее лояльность к марке продукции.

Предприятия торговли с учетом востребованности товара будут стремиться взаимодействовать с их производителями. Взаимодействие между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность по производству (поставке) товаров, основывается на законодательстве Российской Федерации.

Одной из наиболее ярких тенденций современного российского рынка розничных продаж продуктов питания является рост объемов реализации товаров, так называемых собственных товарных марок (далее – СТМ). Технически СТМ представляет собой брендовое наименование, владельцем которого является торговая компания, которая и занимается его реализацией.

Стоит отметить, что развитие производства товаров СТМ является одним из механизмов взаимовыгодного сотрудничества предприятий торговли и товаропроизводителей, поскольку гарантирует хозяйствующим субъектам стабильные объемы производства, сбыта и реализации продукции.

Данное направление активно развивается. В Свердловской области продукцию СТМ на рынке области выпускают такие торговые сети как: «Монетка», «О'КЕЙ», X5 Retail Group («Перекресток», «Пятерочка», «Карусель»), «Кировский», «Елисей», «Мегамарт», «Пикник», «Ашан», «METRO», «Лента».

Особый интерес представляет размещение заказов СТМ на социально значимые товары, которые представлены в большинстве торговых сетей. Под товарами СТМ реализуют следующие социально значимые товары: мясопродукты, молоко и молочные продукты, масло сливочное, масло подсолнечное, чай, муку, хлеб, яйцо, соль, крупу, вермишель, рыбу, рыбные консервы.

Стоит отметить, что товары СТМ, реализуемые в предприятиях торговли Свердловской области, в своем большинстве производятся предприятиями Свердловской области.

В рамках законодательства Российской Федерации органами государственной власти проводится работа для поддержки российских товаропроизводителей, в том числе местных.

С целью ведения прямых переговоров товаропроизводителей Свердловской области с менеджерами продовольственных направлений сетевых компаний проводятся торгово-закупочные сессии при поддержке Министерства.

На сессиях обсуждаются актуальные вопросы взаимодействия, поставок, требования, предъявляемые к товарам, а также конкурентные преимущества товаров, их качество и цена.

В 2017 году были проведены 13 торгово-закупочных сессий и коммерческих переговоров для товаропроизводителей Свердловской области от крупнейших международных и областных торговых сетей, таких как: «Лента», «О'КЕЙ», «Ашан», «X5 Retail Group» («Перекресток», «Пятерочка», «Карусель»), «Звездный», «Елисей», «Магнит», «Гипербола», «METRO». Участие в мероприятиях приняли порядка 50 товаропроизводителей Свердловской области.

Стоит отметить, что на территории Свердловской области проведение торгово-закупочных сессий становится традиционным и регулярным мероприятием, значимость которого в дальнейшем будет только усиливаться.

Производителям для эффективного взаимодействия с предприятиями торговли целесообразно основываться на существующих направлениях работы:

- 1) анализ конъюнктуры потребительского рынка;
- 2) проведение мониторинга каналов сбыта;
- 3) организация маркетинга производимой продукции;
- 4) формирование устойчивого спроса со стороны представителей торговли;
- 5) участие в торгово-закупочных сессиях;
- 6) интегрирование брендов торговых объектов и СТМ.

Для оптимального взаимодействия розничной торговли и производителей сельскохозяйственной продукции и продуктов питания необходимо развитие системы торгово-распределительных центров.

Распределительный центр – это многофункциональный складской комплекс, который получает товары от предприятий-производителей или от предприятий оптовой торговли, расположенных в других городах, регионах или за границей, и распределяет их более мелкими партиями заказчикам (предприятиям мелкооптовой и розничной торговли) через товаропроводящую сеть.

Система логистики – одна из ключевых составляющих крупных торговых сетей. Главным критерием работы таких складов является обеспечение надлежащего качества обслуживания и минимизация логистических расходов. Современные распределительные центры дают гарантию грамотного хранения товаров, позволяют поддерживать доступность и свежесть товаров для потребителей.

Поставщики и производители продукции, а также предприятия торговли уменьшают издержки на внутрифирменную логистику, что оказывает положительное влияние на систему ценообразования и сдерживания цен. Торговые сети могут предлагать доступные цены и в отдаленных муниципальных образованиях.

В настоящее время на рынке розничной торговли отмечается высокий уровень конкуренции. Поэтому предприятиям важно внедрять эффективные методы организации своих процессов.

Наличие торгово-распределительных центров положительно влияет на деятельность предприятий торговли, что приводит к минимизации расходов, сокращению потерь, обеспечению качества товара.

Для повышения эффективности управления сбытовой деятельностью и цепочками поставок строительство торгово-распределительных центров в настоящее время приобретает все большее значение.

Важной особенностью развития системы товародвижения является усиление взаимодействия и слияние розничных и оптовых структур. Крупные сетевые структуры организуют собственные распределительные центры, то есть становятся участниками оптового оборота.

За 2017 год оборот оптовой торговли организаций всех видов деятельности составил 1843,3 млрд. рублей, что больше соответствующего периода прошлого года в фактических ценах на 10,3%, в сопоставимых ценах на 1,1% (таблица 15).

Таблица 15

Оборот оптовой торговли Свердловской области

(млрд. рублей)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Оборот оптовой торговли	1392,0	1380,3	1423,7	1615,6	1732,3	1843,3

В таблице 16 представлена динамика оборота оптовой торговли в сопоставимых ценах.

Таблица 16

Динамика оборота оптовой торговли

(процентов к предыдущему году)

	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Оборот оптовой торговли	100,2	100	98,4	104,1	101,1

На рисунке 9 представлена структура оборота оптовой торговли крупных и средних организаций оптовой торговли по видам экономической деятельности в 2016 году.

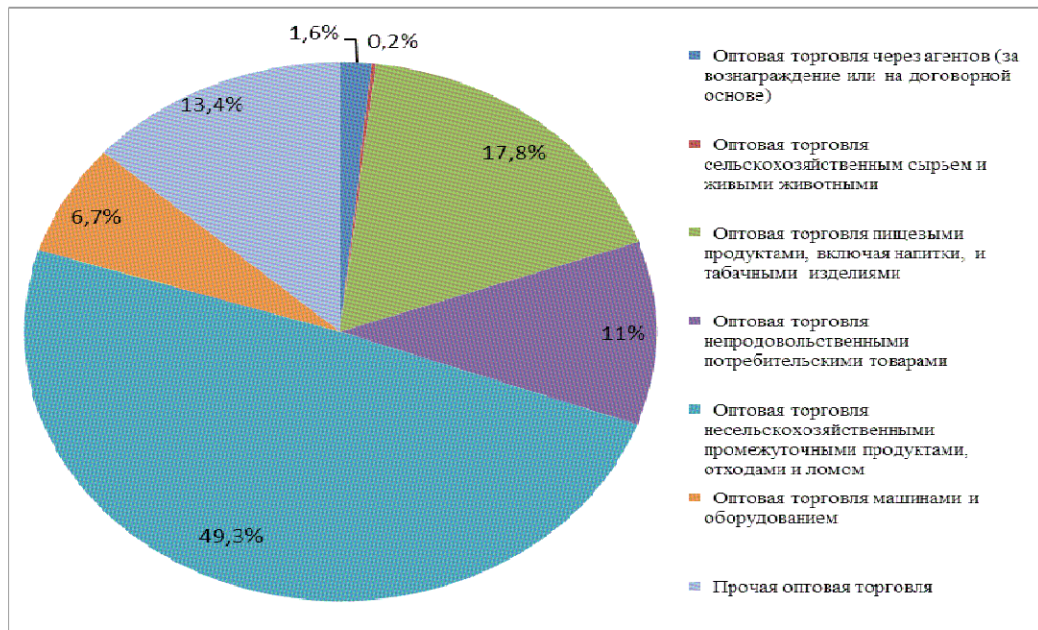


Рис. 9 Структура оборота оптовой торговли по видам деятельности крупных и средних организаций оптовой торговли в 2016 году (процентов)

Таким образом, в структуре оборота оптовой торговли:

1) оптовая торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями составила 17,8%;

2) оптовая торговля непродовольственными потребительскими товарами составила 11%.

Рассматривая состояние и перспективу развития торгово-распределительных центров, стоит отметить специфику Свердловской области – «срединное» экономико-географическое положение между европейской и азиатской частями страны. Транспортная система Свердловской области имеет не только областное значение, но и обеспечивает своими услугами сопредельные территории и даже международные потребности.

В Свердловской области собственные распределительные центры имеют следующие торговые сети:

1) международного и федерального уровней («Ашан», «Верный», «Магнит»; «Мегамарт», «Лента», «X5 Retail Group»);

2) регионального и областного уровней («Елисей», «Монетка»).

Распределительные центры, в основном, территориально находятся в городе Екатеринбурге. Кроме того, торговые сети разместили свои распределительные центры и на территории Свердловской области в городах Верхняя Пышма и Первоуральске.

Торгово-распределительные центры, расположенные на территории Свердловской области, обеспечивают поставки товаров в магазины, работающие в Свердловской, Тюменской, Челябинской, Курганской, Новосибирской, Омской, Кемеровской областях, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах, а также в Пермском крае.

Распределительные центры оснащены различными зонами хранения товаров, камерами среднетемпературного и низкотемпературного режима.

Современное развитие предприятий предполагает использование современных технологий и инноваций в отрасли. В 2017 году в Свердловской области были открыты два высокотехнологичных распределительных центра, которые обеспечивают поставку товаров в магазины «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель».

В указанных центрах введены инновационные решения, например, динамический слоттинг – математический алгоритм, позволяющий снизить дорожку пробега комплектовщика на основании данных о предыдущих заказах. Применяются голосовая комплектация, когда товар собирается с помощью голосового терминала, EDI-системы, позволяющих контролировать постоянное наличие товара на полке и планировать его сбыт, RFID-маркировка товара, обеспечивающая онлайн-контроль за его перемещением.

Все эти решения, а также системы биометрической идентификации сотрудников относятся к инновационным и позволяют увеличить производительность труда по сравнению с аналогичными центрами.

С учетом развития современных технологий существующая конкуренция подталкивает предприятия торговли к более эффективной сбытовой системе, оптимизированию методов поставки продукции и их хранению, использованию передовых инноваций.

В настоящее время вопросы логистики, хранения и распределения товаров имеют перспективу роста, которым необходимо уделять особое внимание.

Стоит отметить, что Свердловская область является перспективной областью для строительства и развития торгово-распределительных центров, что подкрепляется анализом текущего состояния отрасли, прогнозными значениями конъюнктуры рынка области в целом, а также конкурентным преимуществом по географическому расположению Свердловской области.

Потребительский рынок пищевой продукции представляет собой важнейшую часть современной экономики и требует комплексного и системного развития.

Обеспечение населения продуктами питания в достаточном количестве, ассортименте и высокого качества является одной из важнейших стратегических задач, так как является основной составляющей укрепления здоровья, увеличения продолжительности и повышения качества жизни населения. Как для производителей, так и для предприятий торговли важное значение имеют производство и продажа товаров надлежащего качества.

На территории Свердловской области в целях обеспечения населения Свердловской области качественными и безопасными продуктами питания, решения вопросов защиты прав потребителей реализуется подпрограмма III «Развитие потребительского рынка Свердловской области» государственной программы Свердловской области «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области до 2024 года», утвержденной постановлением Правительства Свердловской области от 23.10.2013 № 1285-ПП (далее – подпрограмма «Развитие потребительского рынка Свердловской области»).

Подпрограммой «Развитие потребительского рынка Свердловской области» запланированы следующие мероприятия:

1) проведение заседаний межотраслевой координационной комиссии по мониторингу и оперативному реагированию на изменение конъюнктуры продовольственного рынка Свердловской области.

Участниками заседаний (органами исполнительной власти, органами по сертификации, общественными организациями, предприятиями торговли и изготовителями) будут обсуждаться проблемы качества и безопасности пищевых продуктов, результаты информационно-аналитического наблюдения, а также проведение экспертной оценки качества закупленных в предприятиях розничной торговли образцов пищевых продуктов. В 2017 году проведено 4 заседания по вопросам состояния рынка молочных продуктов, колбасных изделий, масла сливочного, реализуемых на потребительском рынке;

2) информирование населения о выявленных нарушениях прав потребителей, актуальных проблемах в сфере оборота потребительских товаров, оказания услуг, в том числе посредством сопровождения сайта «Защита прав потребителей» (potrebitel66.ru).

По результатам проверок хозяйствующих субъектов, осуществляющих производство и продажу пищевых продуктов населению Свердловской области, еженедельно на сайте «Защита прав потребителей» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет) обновляется база данных. Публикуются информационные материалы о выявленных нарушениях прав потребителей;

3) проведение лабораторных испытаний пищевых продуктов.

С целью предотвращения поступления на потребительский рынок и оборота на нем некачественных и опасных пищевых продуктов и предупреждения заболеваний (отравлений), связанных с употреблением таких продуктов, возникает необходимость системы мониторинга путем проведения лабораторных исследований по отдельным группам социально значимых продовольственных товаров первой необходимости. Проведение лабораторных исследований позволяет объективно оценивать качество и безопасность пищевых продуктов, производимых на территории Свердловской области и ввозимых из-за ее пределов;

4) изготовление листовок для населения Свердловской области, содержащих алгоритм пользования сайтом «Защита прав потребителей», а также информацию о неоднократно выявленных фальсификатах пищевых продуктов;

5) проведение ежегодного областного конкурса среди средств массовой информации на лучшее освещение тем, направленных на просвещение потребителей.

В целях развития системы защиты прав потребителей Свердловской области принято постановление Правительства Свердловской области от 19.04.2018 № 185-ПП «Об утверждении комплексной программы Свердловской области «Обеспечение защиты прав потребителей в Свердловской области на 2019–2023 годы».

Комплексная программа Свердловской области «Обеспечение защиты прав потребителей в Свердловской области на 2019–2023 годы» (далее – комплексная программа) направлена на минимизацию рисков нарушения законных прав и интересов потребителей, а также обеспечение необходимых условий для их эффективной защиты с учетом динамики развития потребительского рынка товаров, работ и услуг и обеспечение необходимых условий для реализации потребителями своих прав.

Комплексная программа охватывает сразу несколько отраслей, в том числе сферы продовольственной торговли, общественного питания, бытового обслуживания.

Анализ международного опыта развития розничной торговли демонстрирует схожие тенденции во многих как развитых, так и развивающихся странах.

Главной тенденцией современного мирового рынка розничных продаж остается упрочнение положения наиболее крупных сетевых предприятий торговли, формирующих свою сбытовую сеть в форме гипермаркетов и супермаркетов. Более быстрый рост выручки демонстрируют сети, стремящиеся к наиболее низкому ценовому позиционированию продукции (предлагают цены заметно ниже среднерыночных). Такой политики придерживаются торговые сети формата дискаунтер. Данный факт соответствует тому, что цена остается одним из важнейших факторов, влияющих на выбор потребителя, по всему миру.

Следующая тенденция рынка розничной торговли неразрывно связана с научно-техническим прогрессом и провоцируемым им изменением стиля жизни человека. Данная тенденция включает в себя такие направления, как:

1) розничная продажа людям, непосредственно находящимся в процессе трансграничного перемещения. В настоящее время международный туризм продолжает расти, что сказывается на количестве совершаемых покупок за границей. На ближайшее будущее такой тренд в розничной торговле будет являться одним из самых очевидных точек роста;

2) розничная покупка, осуществляемая при помощи мобильных телефонов. Объем розничных покупок через мобильные устройства будет расти в ближайшие годы высокими темпами;

3) розничная продажа с применением новых технологий. Постоянно ускоряющийся ритм жизни выводит экономию времени на первую роль среди прочих критериев выбора потребителя. При этом данное направление предполагает не только удобное расположение объекта торговли и отсутствие очередей, но и быстрый вывод на рынок новых продуктов, быстрое освоение новых технологий. Быстрая реакция на изменения в поведении потребителя приобретает большую важность для успеха розничного предприятия.

Следующая мировая тенденция рынка розничной торговли – участие в процессе покупки цифровых технологий, которые используются в процессе выбора продукта, его заказа и оплаты. И хотя для сегмента пищевых продуктов значение цифровых технологий и интернета не так велико, их влияние имеет устойчивую тенденцию к росту.

Еще одной важной характеристикой современного рынка розничной торговли, тесно связанной с распространением крупных сетевых предприятий торговли, работающих в мультипродуктовом формате, является рост продаж товаров СТМ. Наиболее активное развитие направления СТМ в наибольшей степени присуще сетям-дискаунтерам.

Важной тенденцией глобального розничного рынка продуктов питания является продажа натуральных продуктов питания, при выращивании и производстве которых не используются генные, химические и иные технологии.

Мировой тенденцией государственной политики в области розничной торговли является деятельность органов государственной власти, направленная на создание условий для более широкого распространения конкурирующей между собой розничной торговли, обучения потребителя в плане сознательного выбора продуктов питания исходя из качества и влияния на здоровье. Данная тенденция является следствием того, что в подавляющем большинстве случаев наравне с ценой продукта возможности потребителя ограничены лишь самым ближайшим к месту его проживания кругом розничных магазинов.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Во-первых, очевидно, что состояние национального рынка сферы розничной торговли во многом определяется уровнем покупательной способности населения. Во-вторых, существует явная тенденция распространения новых технологий и форматов розничной торговли от передовых, наиболее развитых стран, к менее развитым. В-третьих, все большую значимость на рынке розничной торговли приобретают сетевые предприятия торговли крупного формата. В-четвертых, в сфере розничной торговли все более заметны структурные изменения, связанные с активным развитием цифровых технологий.

Указанные выше мировые тенденции присущи также и рынку розничной торговли Российской Федерации.

Одной из основных тенденций российского рынка розничной торговли, которая также коррелируется с общемировым трендом, является изменение структуры рынка в пользу сетевых предприятий торговли, происходящее за счет независимых операторов традиционного формата, рынков и ярмарок.

Данная тенденция хорошо видна в динамике совокупной доли федеральных и региональных торговых сетей в суммарном обороте розничной торговли, относящейся к продуктам питания. Помимо общей тенденции роста доли сетевых предприятий торговли в суммарном обороте розничной торговли продуктами питания одновременно наблюдается усиление позиций самых крупных сетевых компаний.

Таким образом, основной тенденцией российского рынка продуктового ритейла является его консолидация. Но существуют еще несколько важных тенденций в розничной торговле Российской Федерации, которые соответствуют мировым.

Одной из наиболее ярких тенденций современного российского рынка розничных продаж является рост объемов реализации товаров СТМ. В целом развитие направления СТМ на российском рынке является привилегией наиболее

крупных рыночных предприятий торговли и может рассматриваться в качестве инструмента их вертикальной интеграции.

Хотя продажа товаров СТМ в мировой практике применяется давно и успешно, в Российской Федерации, несмотря на широкое распространение крупных сетевых предприятий торговли, до последнего времени СТМ не занимали большую долю, какую они уже давно имеют, например, в развитых странах Европы.

В последние годы развитие направления СТМ в Российской Федерации значительно ускорилось. Однако розничный рынок в Российской Федерации имеет свою специфику, связанную с тем, что рост направления СТМ на нем выглядит «антикризисной» тенденцией, изначально предопределившей позиционирование основной массы товаров СТМ сети в качестве продукта нижнего ценового сегмента.

Определяющими нынешний вектор развития направления СТМ стали изменения, затронувшие российский рынок в 2014 году, а именно девальвация рубля, снижение покупательной способности населения, введение режима контрсанкций.

Стоит отметить, что развитие производства товаров СТМ является одним из механизмов взаимовыгодного сотрудничества предприятий торговли и товаропроизводителей, поскольку гарантирует хозяйствующим субъектам стабильные объемы производства, сбыта и реализации продукции.

Еще одной, заслуживающей упоминания, тенденцией российского рынка розничных продаж является рост значения такого инструмента, как реализация товара с помощью сети Интернет. В большинстве случаев интернет-торговля касается непродовольственных товаров.

В интернет-торговле продуктами питания стоит отметить некоторые сложности.

Во-первых, потребитель изначально лоялен к определенному перечню продуктовых магазинов, которые изначально выбраны им среди наиболее приемлемых для него по расположению.

Во-вторых, при покупке продуктов питания особую значимость приобретает временной фактор. Для предприятий торговли, занятых продажей через сеть Интернет, необходимо обеспечить быструю доставку товаров.

В-третьих, удаленная покупка непродовольственного товара несет для потребителя меньше рисков в плане соответствия его ожиданиям, чем покупка фруктов, овощей или мяса.

Тем не менее, для развития рынка розничной торговли продуктами питания через сеть Интернет в настоящее время складываются все необходимые условия:

- 1) широкое распространение сети Интернет, доступ к которой обеспечивается не просто со стационарных компьютеров, но уже и с широкого перечня мобильных устройств (планшет, смартфон, телефон). Возможность сделать заказ продукта по сети Интернет становится доступной для человека в любое время и практически в любом месте;

- 2) в настоящее время в Российской Федерации на фоне уже давно произошедшей урбанизации наблюдается процесс все большей концентрации

населения в крупных городах, то есть там, где наиболее удобна и оправдана организация бизнеса по доставке продуктов посредством заказа через сеть Интернет;

3) свою роль играет вопрос экономии издержек: интернет-продавец не несет издержек по оборудованию и эксплуатации торговых площадей (за исключением складских) и экономит затраты на персонал.

Развитие технологий, а также доступность сети Интернет в совокупности с расширением ее возможностей создают все предпосылки для развития интернет-продаж продуктов питания. Кризисное сокращение потребительского спроса (падение доходов), осложнившееся проблемами со стабильным наличием и качеством продуктов (контрсанкции, уход с рынка поставщиков), совместно наложили ограничения на развитие рассматриваемого направления в сегменте продуктовой розницы. Однако такое ограничение является лишь временным фактором. Даже в условиях текущего сокращения покупательной способности покупка продукта онлайн имеет свои преимущества, связанные с экономией издержек и ценовым позиционированием. Основным «тормозящим» фактором является инерционность в поведении потребителя, которому требуется время для адаптации к новой технологии покупки.

Следующей тенденцией на российском рынке является особое внимание покупателей к качеству и безопасности продуктов питания. В настоящее время отмечается рост интереса к натуральным продуктам, в производстве которых участие химических, генных и иных технологий, влияющих на урожайность и сохранность продукта, либо вообще отсутствует, либо минимально.

Уже состоявшийся к настоящему времени качественный рост индустрии производства и продаж экологически чистой продукции начался в 1990-х годах в Соединенных Штатах Америки. Затем он стал общемировой тенденцией, характерной прежде всего для наиболее богатых и развитых стран. В Российской Федерации рынок экологически чистых продуктов питания до настоящего времени не успел приобрести зрелую конфигурацию и находится в стадии своего становления. В ближайшей перспективе стоит ожидать его ускоренное развитие.

Таким образом, развитие сферы розничной торговли как в целом в Российской Федерации, так и в частности в Свердловской области соответствует общемировым тенденциям.

Глава 2. Общественное питание

Общественное питание является определенным индикатором, реагирующим на возможные социальные изменения, характеризует качество жизни и экономическое благополучие населения.

Динамику развития отрасли общественного питания определяют следующие показатели:

- 1) объем оборота общественного питания;
- 2) количественные показатели развития сети предприятий;
- 3) степень обеспеченности населения услугами общественного питания.

Оборот общественного питания Свердловской области за период 2011–2017 годов увеличился с 39,9 до 50,54 млрд. рублей в год. Однако 2016 и 2017 годы показывают снижение оборота общественного питания на 5,5 млрд. рублей за этот период (рисунок 10).

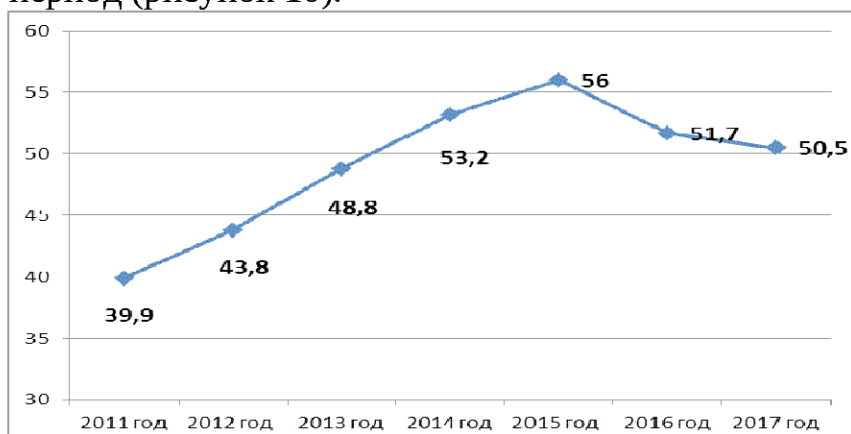


Рис. 10 Оборот общественного питания Свердловской области (млрд. рублей)

В 2017 году оборот общественного питания Свердловской области сложился в фактических ценах на 2,5% ниже аналогичного показателя 2016 года, в сопоставимых ценах – на 5,5% соответственно (рисунок 11).

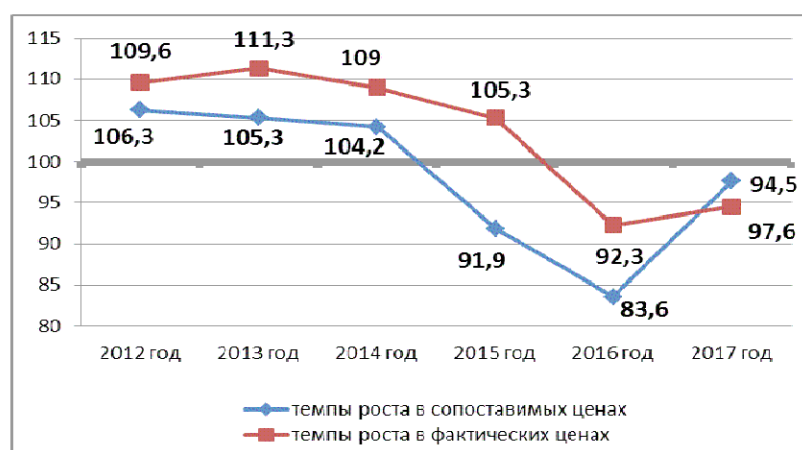


Рис. 11 Темпы роста оборота общественного питания в целом по Свердловской области в фактических и сопоставимых ценах (процентов)

Основные причины, оказавшие влияние на снижение оборота общественного питания в 2017 году:

1) общая экономическая ситуация в стране и, как следствие, продолжившееся снижение покупательской способности населения;

2) переход предприятий питания высокой ценовой категории в среднюю ценовую категорию для поддержания деятельности (снижение себестоимости блюд за счет замены дорогостоящего сырья, снижение общей наценки);

3) сокращение количества посетителей в ресторанном сегменте по причинам роста цен на продовольственные продукты и, как следствие, стоимости услуги питания; введения запрета на курение в общественных помещениях;

4) незначительный прирост общего числа предприятий питания (за 2017 год увеличение составило 2%).

Оборот общественного питания на душу населения области за 2017 год снизился на 2,5% от показателя 2016 года (рисунок 12).

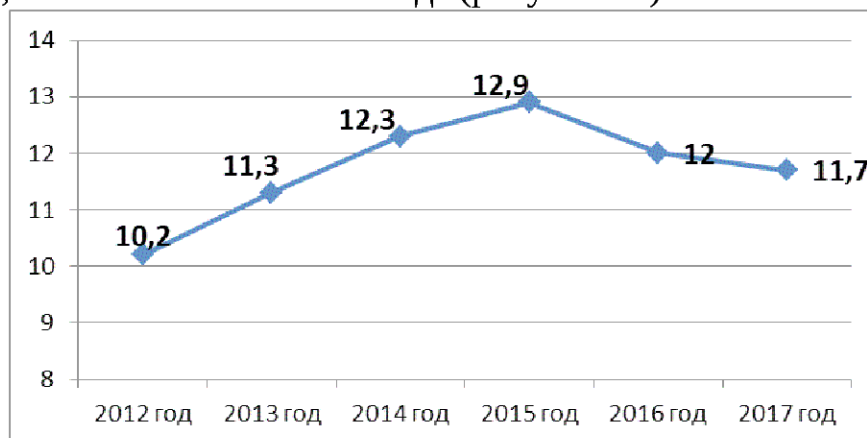


Рис. 12 Оборот общественного питания на душу населения Свердловской области (тыс. рублей)

Доля оборота общественного питания Свердловской области в обороте общественного питания Уральского федерального округа снизилась и составила 33,7% (2016 год – 35,0%), Российской Федерации – 3,5% (2016 год – 4,0%).

В 2017 году по обороту общественного питания и обороту общественного питания на душу населения Свердловская область занимала 2 место в Уральском федеральном округе (на 1 месте – Тюменская область).

По обороту общественного питания среди субъектов Российской Федерации Свердловская область занимала 7 место (впереди – Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Республика Дагестан, Краснодарский край, Тюменская область).

Несмотря на особенную экономическую ситуацию количественные показатели развития отрасли общественного питания по итогам 2017 года несколько улучшились.

Наметившаяся в 2014–2016 годах тенденция к замедлению темпов роста количества предприятий питания прекратилась и по итогам 2017 года получена положительная динамика (рисунок 13).

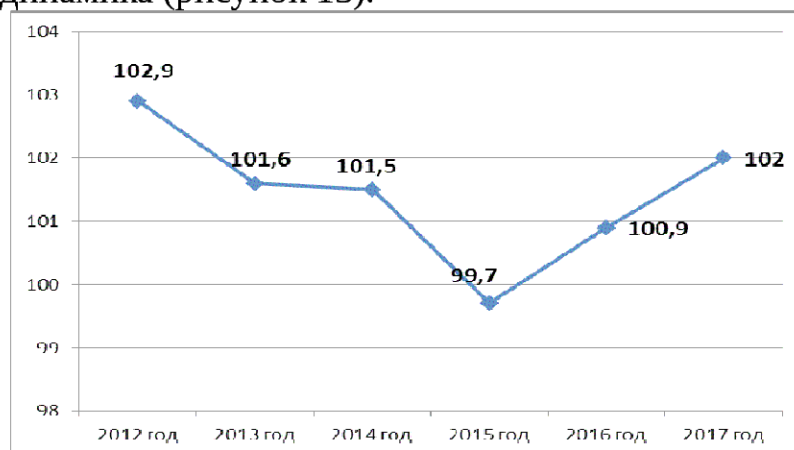


Рис. 13 Темпы развития сети предприятий общественного питания за 2012–2017 годы (процентов)

По итогам 2017 года количество предприятий, предоставляющих услуги питания, составило 7386 единиц, в том числе 6715 стационарных объектов и 671 нестационарный объект. За год общий рост количества объектов питания составил 264 единицы, в том числе стационарных – 134 единицы и нестационарных – 130 единиц (рисунок 14).

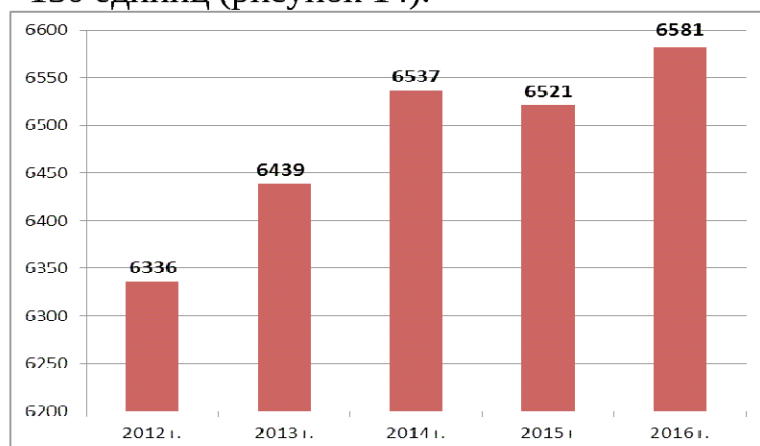


Рис.14 Динамика развития сети стационарных объектов общественного питания за 2012–2017 годы (единиц)

В структуре стационарных объектов доля общедоступных предприятий питания составляет 62,8%, или 4220 единиц против 4063 единиц в 2016 году. Увеличение показателя «доля общедоступных предприятий» за год составило 1,11%, рост на 157 объектов.

Доля предприятий питания закрытой (социальной сети) составляет 37,2%. Количество предприятий закрытой (социальной) сети за 2017 год сократилось на 23 единицы и составило 2495 объектов против 2518 объектов в 2016 году (рисунок 15).

Предприятия питания социальной (закрытой) сети – это объекты:

1) в учреждениях системы образования (школьное, студенческое питание) – 1484 единицы против 1568 единиц в 2016 году, сокращение составило 84 единицы;

2) по месту работы (на промышленных предприятиях, в организациях, учреждениях, а также в министерствах и ведомствах) – 862 единицы против 791 единицы в 2016 году, рост на 71 единицу;

3) в санаториях, профилакториях, домах отдыха, а также в учреждениях системы здравоохранения – 149 единиц против 159 единиц в 2016 году, сокращение на 10 единиц.

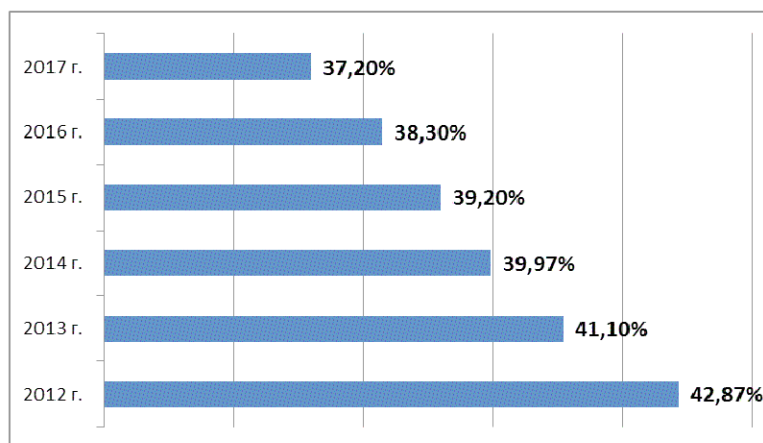


Рис. 15 Динамика доли закрытой (социальной) сети предприятий общественного питания за 2012–2017 годы (процентов)

Снижение составляет в среднем 1,5–2% в год.

Таким образом, рост количества стационарных объектов питания в Свердловской области достигается преимущественно за счет увеличения количества общедоступных объектов.

По состоянию на 01.01.2017 сеть общественного питания Свердловской области представлена следующими типами предприятий (рисунок 16):

- 1) рестораны – 237 (3,5%), рост за год на 3 единицы;
- 2) бары – 409 (6,1%), рост на 109 единиц;
- 3) кафе – 1165 (17,4%), рост на 43 единицы;
- 4) закусочные – 726 (10,8%), сокращение на 1 единицу;
- 5) столовые (включая общедоступные школьные, студенческие, рабочие) 2445 (36,4%), рост на 15 единиц;
- 6) предприятия прочих типов (буфеты, кафетерии, магазины, кулинарии, кофейни, предприятия быстрого обслуживания) – 1733 (25,8%), рост на 64 единицы.



Рис. 16 Сеть общественного питания Свердловской области в разрезе типов предприятий (единиц)

Количественным показателем развития сети предприятий общественного питания является плотность предприятий питания из расчета на 1000 жителей. Средний по области показатель в 2017 году составил 1,55 предприятия на 1000 жителей, что на 0,03 выше уровня 2016 года.

По сегменту общедоступных предприятий данный показатель составляет 0,97 предприятия на 1000 жителей (в 2016 году – 0,94). С 2012 года по настоящее время данный показатель увеличился с 0,81 единицы на 0,16 пункта.

В Свердловской области только 11 муниципальных образований имеют значение плотности общедоступных предприятий выше 0,97 единицы на 1000 жителей (среднее областное значение показателя).

Оценка развития отрасли общественного питания по количеству посадочных мест в предприятиях питания открытой (общедоступной) сети следующая:

1) общее количество посадочных мест в общедоступных предприятиях питания составляет 173,4 тысячи, что на 2,7 тысячи посадочных мест больше, чем в 2016 году;

2) обеспеченность населения Свердловской области посадочными местами в общедоступных предприятиях из расчета на 1000 жителей в 2017 году составляет 40 посадочных мест на 1000 жителей (39,4 посадочного места – в 2016 году);

3) в среднем по Свердловской области степень обеспеченности посадочными местами в предприятиях общедоступной сети составляет 100% и соответствует расчетному нормативу.

Динамика обеспеченности населения Свердловской области посадочными местами в предприятиях общедоступной сети представлена на рисунке 17.

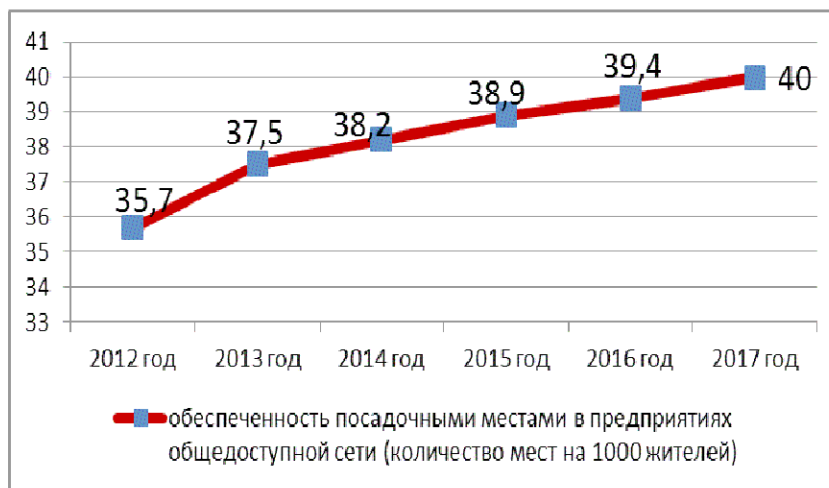


Рис. 17 Динамика обеспеченности населения Свердловской области посадочными местами в предприятиях общедоступной сети за 2012–2017 годы (посадочных мест на 1000 жителей)

Индикатором развития отрасли общественного питания является также обеспеченность торговыми площадями в предприятиях питания общедоступной сети. По итогам 2017 года данный показатель увеличился с 56,3 в 2013 году до 60,6 кв. метра на 1000 жителей.

Стратегией–2030 установлены индикаторы развития сферы общественного питания и к 2030 году данный показатель должен достичь 89,7 кв. метра на 1000 жителей. Выполнение по итогам 2017 года составляет 91,5%.

Дальнейшее развитие отрасли общественного питания будет основываться на максимальном использовании собственного потенциала, имеющегося в Свердловской области, в том числе за счет обеспечения доступности услуг питания и пропорционального развития инфраструктуры в городских округах и муниципальных районах Свердловской области.

Глава 3. Бытовые услуги

Потребительский рынок Свердловской области также включает бытовое обслуживание, которое является одной из социально значимых сфер экономики. Сфера бытового обслуживания обеспечивает удовлетворение потребностей населения Свердловской области в разнообразных видах и формах сервисных услуг, играет значительную роль в создании комфортных условий для жизни, работы и отдыха жителей и гостей Свердловской области, в том числе оказание высококачественных услуг по доступным ценам.

В Свердловской области с 2012 года наблюдаются следующие тенденции в развитии сферы бытового обслуживания населения, характерные и для Российской Федерации в целом:

1) постепенное уменьшение спроса на ряд традиционных бытовых услуг (прокат, фотоателье), которые вытесняются возросшей технологической оснащенностью домашнего хозяйства;

2) расширение сегмента услуг, ориентированных на высокодоходные группы населения и основанных на стремлении к улучшению качества жизни, мобильности и рациональному использованию свободного времени (индустрия красоты, автосервис, пошив швейных и меховых изделий, ремонт и строительство жилья, клининговые услуги, услуги по уходу за детьми, больными и иные услуги). Развитие данного сегмента услуг характерно, прежде всего, для городов. В сельских населенных пунктах Свердловской области в структуре услуг по-прежнему доминируют бытовые услуги традиционного типа.

Стремление к повышению качества жизни, высокие требования к состоянию среды обитания, увеличение доходов и ограничение свободного времени у работающего населения в 2012–2013 годах способствовали стабильному росту объема бытовых услуг. Но изменения в экономике страны повлекли за собой снижение темпов роста объемов платных и бытовых услуг населению Свердловской области с 2013 года.

Статистический показатель «Объем платных услуг населению» отражает объем потребления гражданами различных видов услуг, оказанных им за плату.

Официальная статистическая информация о платных услугах населению формируется в разрезе следующих групп:

- 1) бытовые услуги;
- 2) транспортные услуги;
- 3) услуги связи;

- 4) жилищные услуги;
- 5) коммунальные услуги;
- 6) услуги учреждений культуры;
- 7) туристские услуги;
- 8) услуги гостиниц и аналогичных средств размещения;
- 9) услуги физической культуры и спорта;
- 10) медицинские услуги;
- 11) санаторно-оздоровительные услуги;
- 12) ветеринарные услуги;
- 13) услуги правового характера;
- 14) услуги системы образования;
- 15) социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам;
- 16) прочие виды платных услуг населению.

По данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области, объем бытовых услуг за 2017 год составил 33,3 млрд. рублей, или 100,1% в сопоставимой оценке к соответствующему периоду 2016 года.

Оборот платных и бытовых услуг за 5 последних лет вырос в 1,4 и в 1,1 раза соответственно (рисунок 18).

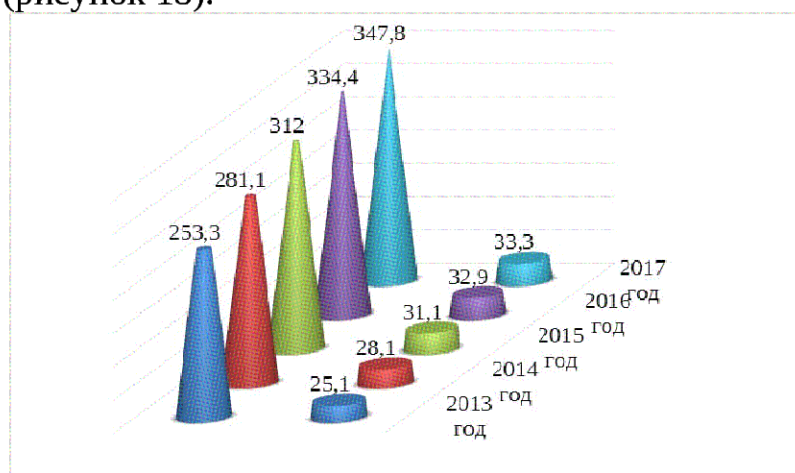


Рис. 18 Изменение объема платных и бытовых услуг населению Свердловской области с 2013 по 2017 год (млрд. рублей)

В структуре платных услуг объем бытовых услуг в 2016 году находился на 4 месте после транспортных, коммунальных и телекоммуникационных услуг.

Доля объема бытовых услуг в общем объеме платных услуг Свердловской области за последние 5 лет стабильно сохраняет свои позиции и составляет 10%. Данный показатель по Российской Федерации за последние 5 лет чуть выше – 10,8%.

Объем бытовых услуг в процентах к предыдущему году в сопоставимых ценах в Свердловской области за последние 5 лет ниже средних значений по Российской Федерации (рисунок 19).



Рис. 19 Объем бытовых услуг в сопоставимых ценах в Свердловской области и Российской Федерации (процентов)

За 2017 год в расчете на душу населения Свердловской области годовой объем бытовых услуг составил 7,7 тыс. рублей. С 2014 года Свердловская область занимает 18 место по Российской Федерации.

Объем бытовых услуг на душу населения за 5 лет увеличился почти в 1,3 раза к уровню 2013 года в фактически действующих ценах.

Данный показатель по Свердловской области на протяжении 5 лет был выше средних значений по Российской Федерации (рисунок 20).



Рис. 20 Изменение объема бытовых услуг на душу населения Свердловской области и Российской Федерации с 2012 по 2017 год (тыс. рублей)

Структура бытовых услуг неоднородна, Управлением Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области в 2017 году наблюдалось 13 основных видов услуг, произошло объединение услуг прачечных и химической чистки и крашения.

В структуре объема бытовых услуг 73,8% приходилось на четыре вида услуг:

- 1) ремонт и строительство жилья и других построек (32,6%);
- 2) техобслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования (19,2%);

3) ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий технической галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий (12,1%);

4) ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий (9,9%).

Наибольшее развитие в 2013–2017 годах получили такие виды бытовых услуг, как ремонт и строительство жилья и других построек, техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования, ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий технической галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий, услуги парикмахерских.

Особенностью сферы бытового обслуживания населения выступает явное количественное доминирование предприятий малого бизнеса. По состоянию на 01.01.2018 согласно данным муниципальных образований 10 757 хозяйствующих субъектов, или 89% от количества субъектов, оказывающих бытовые услуги населению, занимает малый бизнес. Именно данные предприятия обеспечивают основной прирост занятости населения Свердловской области.

В результате анализа современного состояния рынка бытового обслуживания населения Свердловской области выявлены наиболее значимые проблемы:

1) слабо развитая инфраструктура бытового обслуживания:

дефицит стационарной сети бытового обслуживания в районах массовых застроек, а также сельской местности;

низкий уровень развития выездных форм оказания услуг;

неразвитая система межмуниципальных связей организаций бытового обслуживания в реализации совместных проектов, способствующих развитию рынка бытовых услуг;

2) недостаток квалифицированных кадров в сфере бытового обслуживания:

отсутствие в Свердловской области системы подготовки профессиональных кадров по некоторым видам сервисных услуг (ритуальные, услуги химической чистки и иные);

непрестижность профессий бытового обслуживания.

Для дальнейшего развития сферы услуг Свердловской области необходимо формирование современного конкурентоспособного комплекса, предоставляющего широкий спектр доступных и качественных бытовых услуг, обеспечивающих повышение качества и уровня жизни населения.

Приоритетными направлениями, повышающими качество предоставляемых бытовых услуг, являются:

1) формирование в Свердловской области сети предприятий бытового обслуживания путем количественных и качественных изменений: увеличение количества объектов, повышение уровня обслуживания, качества и расширения ассортимента предоставляемых услуг, совершенствование технологических процессов;

2) повышение качества предоставления услуг за счет реконструкции и модернизации действующих предприятий сферы услуг, предусматривающих замену устаревшего оборудования на современное и применение новых передовых технологий;

3) разработка и реализация органами местного самоуправления муниципальных образований программ, планов развития бытового обслуживания населения территорий;

4) проведение научно-практических конференций, круглых столов и семинаров по развитию бытового обслуживания населения;

5) развитие сетевых и франчайзинговых форм ведения бизнеса в сфере бытовых услуг;

6) развитие комплексных организаций бытового обслуживания типа «мультисервис», предоставляющих три и более видов услуг повседневного спроса, в целях предоставления широкого спектра высококачественных бытовых услуг;

7) повышение эффективности системы поддержки малого и среднего предпринимательства путем:

снижения неформальной занятости, повышения уровня сознательности предпринимателей и наемных работников;

повышения уровня предпринимательской грамотности;

повышения информированности субъектов малого и среднего предпринимательства;

консультирования и информирования субъектов малого и среднего предпринимательства по вопросам ведения предпринимательской деятельности;

8) содействие формированию высокопрофессиональной кадровой среды путем проведения обучающих мероприятий по переподготовке и повышению квалификации управленческого персонала и специалистов в сфере бытовых услуг, в том числе с привлечением отраслевых учебных учреждений.

Приоритетными для развития в Свердловской области должны стать технологичные услуги, оказание которых подразумевает наличие современного оборудования и высококвалифицированного персонала, а также услуги, обладающие высокой социальной значимостью.

Для определения стратегических задач и приоритетов развития отрасли потребительского рынка проведен анализ по выявлению сильных и слабых сторон развития отрасли, а также возможностей и угроз развития (таблица 17).

SWOT-анализ потребительского рынка Свердловской области

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1	2
1. Выгодное экономико-географическое положение Свердловской области для развития отрасли.	1. Неравномерность социально-экономического развития муниципальных образований.
2. Развитая сеть транспортных коммуникаций.	2. Низкая платежеспособность части населения, особенно в городах и районах, отдаленных от областного центра.
3. Развитая инфраструктура потребительского рынка, многоформатность.	3. Недостаток квалифицированных специалистов, высокая текучесть кадров, слабая мотивация персонала для закрепления в профессии, низкий уровень заработной платы.
4. Устойчивая положительная тенденция развития отрасли потребительского рынка Свердловской области.	4. Снижение доли продажи товаров на розничных рынках и ярмарках в структуре оборота розничной торговли.
5. Высокая насыщенность товарами местного производства, переработки пищевой и сельскохозяйственной продукции.	5. Наличие труднодоступных отдаленных территорий.
6. Достаточно стабильное экономическое состояние практически всех отраслей экономики Свердловской области, в связи с этим устойчивый платежеспособный спрос населения.	6. Отсутствие государственного регулирования отрасли общественного питания, слабая законодательная база, регулирующая деятельность на внутреннем рынке Российской Федерации.
7. Наличие в каждом управленческом округе Свердловской области городов, отмеченных как локомотивы роста.	7. Ограниченное влияние государства на хозяйственную деятельность предприятий торговли.
8. Достаточная обеспеченность населения стационарными торговыми площадями и посадочными местами в предприятиях общедоступной сети.	8. Развитие крупных сетевых предприятий общественного питания, обладающих достаточным опытом работы, стандартами организации, только в крупных городах Свердловской области.
9. Инвестиционная привлекательность Свердловской области.	9. Слабая материально-техническая база мелких и средних предприятий общественного питания, отсутствие современного ресурсосберегающего оборудования.
10. Наличие образовательной системы для формирования кадрового потенциала.	
11. Наличие областных программ поддержки предприятий общественного питания, предоставляющих услуги социально-незащищенным слоям населения Свердловской области, из средств областного бюджета.	
Возможности (O)	Угрозы (T)
1. Дальнейшее развитие и совершенствование сети предприятий потребительского рынка.	1. Территориальная асимметрия в развитии муниципальных образований, особенно отдаленных и сельских территорий.

1	2
2. Внедрение прогрессивных тенденций, связанных с совершенствованием технологий, методов и форм обслуживания.	2. Дефицит высококвалифицированных кадров, низкий уровень заработной платы.
3. Развитие транспортной инфраструктуры.	3. Проникновение на рынок контрафактной, низкокачественной продукции.
4. Повышение уровня обслуживания населения Свердловской области.	4. Недобросовестная конкуренция.
5. Государственная поддержка (методическая, организационная, финансовая) предприятий общественного питания, предоставляющие услуги социально-незащищенным слоям населения Свердловской области.	5. Рост импорта в структуре потребительских товаров.
6. Развитие системы производственного контроля за качеством, безопасностью сырья, продовольственной продукции и услуг. Разработка, внедрение и поддержание процедур безопасности, основанных на принципах системы анализа опасных факторов и критических точек контроля.	6. Стагнация в экономике, высокая волатильность рубля и снижение уровня жизни населения в Российской Федерации (падение реальных доходов населения).
7. Создание новых и модернизация существующих производственных мощностей, обновление материально-технической базы предприятий общественного питания.	7. Низкий уровень инвестиций во всех отраслях экономики.
8. Возмещение затрат на горюче-смазочные материалы, произведенных при доставке товаров в отдаленные труднодоступные сельские населенные пункты, не имеющие стационарной торговой сети и стационарных предприятий бытового обслуживания.	8. Зависимость предприятий социальной направленности при заключении контрактов на поставку продукции и предоставление услуг от основополагающего критерия «цена», значительно влияющего на качество товара (услуги).

Анализ отрасли, в том числе проведенный SWOT-анализ, выявил ряд слабых сторон и угроз, которые существуют в потребительском рынке Свердловской области.

Это позволило сформировать перечень задач, выполнение которых является наиболее актуальным и необходимым для дальнейшего сбалансированного развития отрасли.

Основной задачей сферы потребительского рынка является развитие многоформатной инфраструктуры – стационарных и нестационарных объектов, функционирование розничных рынков и проведение ярмарочных мероприятий. Данная задача решает вопрос удовлетворения потребностей населения, при этом обеспечивая возможности по реализации предпринимательского потенциала.

Развитие различных форматов потребительского рынка также позволит устранить неравномерности отрасли в муниципальных образованиях, особое проявление которых зафиксировано в отдаленных и труднодоступных населенных пунктах.

В то же время угроза проникновения на рынок контрафактной, низкокачественной продукции нашла отражение в другой задаче – повышение качества и безопасности пищевых продуктов потребительского рынка. Здесь усилия направлены на увеличение доли предприятий торговли

и товаропроизводителей, показатели качества и безопасности продукции которых демонстрируют положительную тенденцию.

Косвенно эту угрозу нивелирует расширение прозрачных кооперационных связей между предприятиями торговли и производителями потребительской продукции. Однако основной положительный эффект от кооперации ожидается в росте доли отечественных товаропроизводителей, в том числе местных, а также в снижении недобросовестной конкуренции.

С другой стороны, следствием естественной конкуренции среди предприятий торговли стала задача повышения уровня торгового обслуживания. Положительным аспектом данной задачи является постоянный рост доли потребительского рынка, использующий современные технологии в своей деятельности.

Слабой стороной и угрозой для отрасли общественного питания являются снижение реальных доходов населения и дефицит высококвалифицированных кадров. Недостаток квалифицированных кадров влияет на уровень обслуживания населения в общественном питании. В такой ситуации самым неблагоприятным сценарием развития следует считать возможную стагнацию рынка общественного питания. Данную проблему сможет решить выполнение задачи по созданию условий, стимулирующих развитие общедоступных предприятий общественного питания, в том числе предприятий питания современных форматов. Используя имеющиеся возможности, грамотно построенная система управления рисками позволит менеджменту данных предприятий сосредоточить свои усилия на оптимизации внутренних процессов и мобилизовать все имеющиеся ресурсы для сопротивления негативным явлениям в экономике.

Учитывая, что на территории Свердловской области и в административном центре – городе Екатеринбурге системно проводятся мероприятия российского и международного уровней, требующие для участников и гостей данных мероприятий обеспечения соответствующего уровня сервиса и услуг, у предприятий общественного питания имеются реальные возможности по созданию новых и модернизации существующих производственных мощностей, а также обновлению материально-технической базы.

Неблагоприятное развитие экономики может оказать существенное негативное влияние на потребительский рынок. В частности, снижение платежеспособности населения на фоне падения реальных доходов населения в значительной степени скажется на всем спектре розничной торговли. Высокая волатильность курса рубля будет негативно влиять на ожидания производителей продукции потребительского рынка и снижать рентабельность торговых объектов. Такая угроза как усиление дефицита высококвалифицированных специалистов ограничит возможность наращивания торговых мощностей. Перечисленные проблемы относятся к общеэкономическим условиям, которые находятся вне Стратегии, однако принимаются во внимание при прогнозировании ключевых показателей развития потребительского рынка Свердловской области.

Перспектива развития потребительского рынка Свердловской области рассматривается в двух сценариях – минимальном и целевом. В целевом варианте к 2035 году предполагается рост объемных показателей потребительского рынка,

в частности оборота розничной торговли, общественного питания и бытовых услуг, более чем в 3 раза относительно показателя 2017 года. Это приведет к соответствующему росту инвестиций в сфере потребительского рынка Свердловской области. На этом фоне ожидается рост среднесписочной численности работников в сфере розничной торговли на 15 тыс. человек, а в сфере общественного питания на 4 тыс. человек. Прогнозируется рост заработной платы практически в 3 раза относительно показателя 2017 года.

В минимальном сценарии развития потребительского рынка данные показатели также вырастут, однако в меньшей степени. Оборот розничной торговли, объем общественного питания и бытовых услуг к 2035 году увеличится в 2 раза относительно показателя 2017 года. Здесь, как и в случае с целевым вариантом, ожидается соответствующий рост инвестиционной активности, в результате чего увеличится среднесписочная численность работников в розничной торговле на 2,8 тыс. человек, а в общественном питании – на 1,4 тыс. человек. Заработная плата увеличится в 2 раза к показателю 2017 года.

В обоих сценариях развития потребительского рынка динамика среднесписочной численности сотрудников напрямую связана с объемом инвестиций, направленных как на строительство новых объектов, так и на модернизацию действующих мощностей. При этом в общественном питании наибольшая доля прироста рабочих мест ожидается на территории города Екатеринбурга, в то время как в сфере розничной торговли география распределения рабочих мест более широкая. Последнее обусловлено активной экспансией предприятий торговли в муниципальные образования.

Раздел 2. Территориальная привязка и графическая информация

Развитие сферы потребительского рынка на уровне Свердловской области определяется тем, какие тренды доминируют в отдельных муниципальных образованиях и какие существуют перспективные направления и проблемные вопросы. В настоящее время отмечается значительная степень дифференциации территорий по различным статистическим показателям.

В целях повышения организации торгового обслуживания населения, а также предоставления качественных бытовых услуг и услуг общественного питания актуальным является проведение оценки состояния и характеристики неравномерности, дифференциации развития данных направлений в муниципальных образованиях.

Это обуславливает необходимость проведения зонирования муниципальных образований в соответствии с критериями развития с целью определения зависимостей дифференциации и тенденций к выравниванию уровней обслуживания.

Глава 4. Розничная торговля

Анализ территориальной дифференциации торгового обслуживания населения проведен по показателю «Обеспеченность населения торговыми

площадями» (далее – Показатель) как основному Показателю, отражающему качество жизни населения. В соответствии с законодательством Российской Федерации Показатель является критерием оценки доступности продовольственных и непродовольственных товаров для населения и удовлетворения спроса на такие товары.

Данные по Показателю сформированы на основе информации, ежегодно предоставляемой органами местного самоуправления муниципальных образований. Для проведения анализа использована динамика за 5 лет – с 2011 по 2016 год.

С целью объективного рассмотрения вопроса зонирование муниципальных образований выполнено в несколько этапов с использованием различных критериев.

На первом этапе проведен расчет среднегодовых темпов прироста Показателя за периоды 5 лет и 3 года, а также изменения Показателя за 2016 год в сравнении с 2015 годом. Далее проведен сравнительный анализ изменения среднегодовых темпов прироста с целью дифференцирования муниципальных образований.

В результате анализа выделены две существенные характеристики муниципальных образований:

- 1) замедление темпов роста обеспеченности населения торговыми площадями;
- 2) ускорение темпов роста Показателя.

С целью адекватного объяснения причин наметившейся динамики Показателя и прогнозирования дальнейшего развития, а также необходимых действий для достижения актуальных целей использован дополнительный критерий.

Следующим шагом для территориального зонирования выбран анализ достижения минимального норматива обеспеченности населения торговыми площадями, установленного для каждого муниципального образования, и сопоставление с фактически достигнутыми значениями Показателя.

По совокупности критериев муниципальные образования зонированы на 4 группы.

К 1 группе отнесены муниципальные образования, у которых зафиксировано замедление темпов роста Показателя. Причиной данной тенденции является то, что муниципальные образования, вошедшие в эту группу, уже достигли достаточно высоких показателей уровня развития торговой деятельности, которые можно охарактеризовать для них как пиковые значения. Дальнейшее развитие не предполагает активных количественных темпов, акцент будет сделан на повышение качества торгового обслуживания населения.

Ко 2 группе отнесены муниципальные образования, у которых также зафиксировано замедление темпов роста Показателя, однако причины данной тенденции противоположны. Данная тенденция обусловлена некими негативными факторами и в данную группу входят муниципальные образования, у которых одновременно с замедлением темпов роста Показателя также зафиксирована одна из следующих ситуаций:

1) недостижение минимального норматива обеспеченности населения торговыми площадями;

2) превышение фактической обеспеченности населения торговыми площадями над минимальным нормативом менее чем на 20%;

3) отрицательный среднегодовой темп роста.

К 3 группе отнесены муниципальные образования, у которых отмечается ускорение темпов роста Показателя. Муниципальные образования, у которых зафиксирована данная тенденция, имеют дифференцированные значения по второму критерию – уровню превышения фактической обеспеченности над минимальным нормативом. В данную группу решено включить территории, которые в настоящее время показывают очень высокую обеспеченность населения торговыми площадями, а именно превышения фактической обеспеченности над минимальным нормативом более чем на 80%.

К 4 группе отнесены муниципальные образования, у которых также отмечается наращивание темпов роста Показателя. При этом превышение фактической обеспеченности над минимальным нормативом не настолько сильное. Принято считать, что к данной группе относятся муниципальные образования, у которых одновременно с ускорением темпов роста Показателя отмечается превышение фактической обеспеченности над минимальным нормативом менее чем на 80%.

Зонирование муниципальных образований по критериям изображено на рисунке 21.



Рис. 21 Зонирование муниципальных образований по критериям

В таблице 18 представлено зонирование по количеству муниципальных образований.

Зонирование по количеству муниципальных образований

(единиц)

Номер группы	Количество муниципальных образований
1 группа	18
2 группа	18
3 группа	29
4 группа	8

Распределение муниципальных образований по группам представлено в таблице 19.

Территориальная привязка муниципальных образований Свердловской области по направлению «Розничная торговля»

Номер группы	Наименование муниципального образования	Номер группы	Наименование муниципального образования
1	2	3	4
1 группа (зеленый цвет)	1. Арамилский городской округ 2. Березовский городской округ 3. Город Каменск-Уральский 4. Городской округ Верхнее Дуброво 5. Городской округ Верхний Тагил 6. Городской округ Верхняя Тура 7. Городской округ Сухой Лог 8. «Городской округ «Город Лесной» 9. Новоуральский городской округ 10. Североуральский городской округ 11. Серовский городской округ 12. Слободо-Туринский муниципальный район 13. Таборинский муниципальный район 14. Тавдинский городской округ 15. Талицкий городской округ 16. Тугулымский городской округ 17. Муниципальное образование «город Екатеринбург» 18. Муниципальное образование «посёлок Уральский»	2 группа (красный цвет)	1. Байкаловский муниципальный район 2. Бисертский городской округ 3. Городской округ Верх-Нейвинский 4. Городской округ Верхотурский 5. Городской округ Дегтярск 6. Городской округ Заречный 7. Городской округ Красноуральск 8. Городской округ Среднеуральск 9. Горноуральский городской округ 10. Городской округ Староуткинск 11. Ивдельский городской округ 12. Ирбитское муниципальное образование 13. Камышловский городской округ 14. Камышловский муниципальный район 15. Кушвинский городской округ 16. Малышевский городской округ 17. Городской округ Рефтинский 18. Сосьвинский городской округ
3 группа (желтый цвет)	1. Артемовский городской округ 2. Артинский городской округ 3. Ачитский городской округ	4 группа (синий цвет)	1. Асбестовский городской округ 2. Волчанский городской округ 3. Гаринский городской округ

1	2	3	4
	4. Белоярский городской округ 5. Верхнесалдинский городской округ 6. Город Нижний Тагил 7. Городской округ Богданович 8. Городской округ Верхняя Пышма 9. Городской округ ЗАТО Свободный 10. Городской округ Карпинск 11. Городской округ Нижняя Салда 12. Городской округ Пелым 13. Городской округ Ревда 14. Каменский городской округ 15. Качканарский городской округ 16. Кировградский городской округ 17. Махнёвское муниципальное образование 18. Муниципальное образование город Алапаевск 19. Муниципальное образование Алапаевское 20. Муниципальное образование город Ирбит 21. Муниципальное образование Красноуфимский округ 22. Невьянский городской округ 23. Нижнесергинский муниципальный район 24. Новолялинский городской округ 25. Городской округ Первоуральск 26. Полевской городской округ 27. Пышминский городской округ 28. Режевской городской округ 29. Сысертский городской округ		4. Городской округ Красноурьинск 5. Городской округ Красноуфимск 6. Нижнетуринский городской округ 7. Туринский городской округ 8. Шалинский городской округ

Зонирование муниципальных образований позволяет определить стратегические направления развития для муниципальных образований и необходимые действия для достижения актуальных целей.

1 группа – в связи с достижением уже высоких показателей по количеству торговых объектов дальнейшее стратегическое направление развития отрасли предполагает в большей степени улучшение именно качества торгового обслуживания населения, совершенствование логистики товародвижения, обеспечение населения качественными и безопасными товарами и услугами розничной торговли.

2 группа – с целью выравнивания торгового обслуживания в Свердловской области существует необходимость определения проблемных вопросов и выстраивания работы по дальнейшей их ликвидации для наиболее полного

удовлетворения потребностей абсолютного большинства населения в качественных и безопасных товарах и услугах розничной торговли. Актуальными целями для данной группы являются развитие современной инфраструктуры торгового обслуживания населения, создание условий для формирования конкурентной среды, организация эффективного взаимодействия субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и субъектов, осуществляющих поставки товаров.

3 группа – муниципальные образования показывают достаточно высокие показатели обеспеченности населения торговыми площадями. Дальнейший рост с точки зрения количества предприятий торговли прогнозируется, однако предполагается, что темпы роста могут замедлиться в связи с достижением в ближайшей перспективе своих пиковых значений.

4 группа – муниципальные образования, которые имеют хорошую перспективу роста, показывая постепенный рост.

Глава 5. Общественное питание

Отдельно проведен анализ показателей развития общественного питания в разрезе муниципальных образований. 48 муниципальных образований (66,7%) против 40 муниципальных образований в 2016 году и 27 муниципальных образований в 2015 году сохранили действующую сеть предприятий общественного питания на уровне 2017 года или имеют положительные значения роста.

По итогам 2017 года наибольший темп роста объектов питания (5 и более процентов) отмечен в 19 муниципальных образованиях (приложение № 4). Следует отметить, что в сравнении с итогами 2016 года количество таких муниципальных образований увеличилось на семь.

Сокращение сети предприятий общественного питания отмечено в 24 муниципальных образованиях (33,3 против 44,4% в 2016 году и 62,5% в 2015 году). При этом половина указанных территорий потеряла сеть незначительно, в пределах одного-двух объектов.

Наибольшее сокращение доли предприятий общественного питания (10 и более процентов) отмечено в 12 муниципальных образованиях (приложение № 5).

В таблице 20 представлены муниципальные образования, которые имеют значение плотности предприятий общественного питания общедоступной сети выше среднего областного показателя (0,97).

Муниципальные образования, имеющие показатель плотности предприятий общественного питания на 1000 жителей выше среднего значения

Номер строки	Наименование муниципального образования	Количество предприятий общественного питания из расчета на 1000 жителей (общедоступная сеть)	Количество предприятий общественного питания на 1000 жителей (вся сеть)
1.	Белоярский городской округ	1,66	2,29
2.	Бисертский городской округ	1,51	1,81
3.	Арамилский городской округ	1,36	1,85
4.	город Нижний Тагил	1,34	1,93
5.	Муниципальное образование «город Екатеринбург»	1,27	1,74
6.	Качканарский городской округ	1,27	2,41
7.	Городской округ Верхнее Дуброво	1,18	1,38
8.	Городской округ Верх-Нейвинский	1,18	1,76
9.	Байкаловский муниципальный район	1,12	2,3
10.	Сысертский городской округ	1,09	1,73
11.	Камышловский городской округ	1,06	2,03

Самые низкие значения показателя плотности предприятий общественного питания на 1 тыс. жителей (0,5 единиц и ниже) имеют 14 муниципальных образований, в их числе: городской округ Пелым, Шалинский городской округ, Гаринский городской округ, Сосьвинский городской округ, городской округ Нижняя Салда, городской округ Рефтинский, Каменский городской округ, городской округ Карпинск, городской округ Краснотурьинск, городской округ Дегтярск, Камышловский муниципальный район, Нижнесергинский муниципальный район, Ирбитское муниципальное образование, муниципальное образование «посёлок Уральский».

Анализ обеспеченности жителей муниципальных образований услугами общественного питания показал, что степень обеспеченности посадочными местами в предприятиях общедоступной сети на уровне 100 и более процентов имеют 19 территорий.

В таблице 21 представлены муниципальные образования с максимальной степенью обеспеченности посадочными местами.

**Муниципальные образования
с максимальной степенью обеспеченности посадочными местами**

Номер строки	Наименование муниципального образования	Степень обеспеченности (процентов)	Количество посадочных мест на 1000 жителей
1.	Город Нижний Тагил	100,7	43,3
2.	Нижнесергинский муниципальный район	103,3	34,1
3.	«Городской округ «Город Лесной»	103,5	35,2
4.	Невьянский городской округ	105,5	32,7
5.	Горноуральский городской округ	106,5	33
6.	Байкаловский муниципальный район	107,1	33,2
7.	Пышминский городской округ	111,6	34,6
8.	Муниципальное образование «город Екатеринбург»	113,5	59
9.	Муниципальное образование Алапаевское	121,9	37,8
10.	Городской округ Красноуральск	122,2	39,1
11.	Сысертский городской округ	129,1	43,9
12.	Городской округ Заречный	130,6	41,8
13.	Арамилский городской округ	135,5	42
14.	Бисертский городской округ	137,1	42,5
15.	Городской округ Верх-Нейвинский	142,3	44,1
16.	Качканарский городской округ	143,1	45,8
17.	Городской округ Староуткинск	152,9	47,4
18.	Нижнетуринский городской округ	154,5	47,9
19.	Белоярский городской округ	162,1	55,1

В приложении № 6 представлен оборот общественного питания в муниципальных образованиях в 2017 году.

В десятку муниципальных образований, возглавляющих рейтинг по обороту общественного питания, входят: муниципальное образование «город Екатеринбург», город Нижний Тагил, город Каменск-Уральский, городской округ Первоуральск, Полевской городской округ, Серовский городской округ, городской округ Сухой Лог, Качканарский городской округ, городской округ Краснотурьинск, городской округ Ревда.

По итогам 2017 года наименьшее значение показателя оборота общественного питания в Таборинском муниципальном районе, городском округе Староуткинск, Гаринском городском округе, городском округе Верхнее Дуброво и городском округе Пелым.

На основании проведенного анализа и по совокупности критериев развития сферы общественного питания муниципальные образования разделены на 4 основные группы.

К 1 группе отнесены муниципальные образования, имеющие опережающие темпы развития по всем анализируемым критериям.

Муниципальные образования, вошедшие в эту группу, достигли достаточно высоких показателей уровня развития сферы общественного питания, близкие к пиковым значениям. При этом продолжается дальнейшее развитие отрасли, в том числе делается акцент на качественные показатели развития. В данную группу, в основном, входят города, отнесенные к административным центрам, и крупные промышленные центры Свердловской области.

Ко 2 группе отнесены муниципальные образования, имеющие высокие показатели развития сферы общественного питания.

Муниципальные образования, вошедшие в эту группу, показывают высокие показатели по критериям развития сети предприятий общественного питания, имеют положительную динамику роста, однако их темпы несколько замедлились. В данных муниципальных образованиях – высокие показатели обеспеченности посадочными местами в предприятиях общественного питания общедоступной сети, оборота общественного питания на душу населения.

К 3 группе отнесены муниципальные образования, в которых зафиксировано существенное замедление темпов роста количественных показателей. Дальнейшее развитие анализируемых критериев стабилизировалось, принимаются меры, направленные на сохранение имеющегося потенциала. Значительные изменения качественных показателей развития не зафиксированы. В данную группу входят средние и малые по численности муниципальные образования, отдаленные территории.

К 4 группе отнесены муниципальные образования, в которых зафиксирован отрицательный среднегодовой темп роста сети, сфера общественного питания развита слабо или предприятия питания общедоступной сети отсутствуют. В данную группу входят преимущественно сельские территории.

В таблице 22 представлено зонирование по количеству муниципальных образований.

Таблица 22

Зонирование по количеству муниципальных образований

(единиц)

Номер группы	Количество муниципальных образований
1 группа	5
2 группа	13
3 группа	40
4 группа	15

Распределение муниципальных образований по группам представлено в таблице 23.

Территориальная привязка муниципальных образований
по направлению «Общественное питание»

Номер группы	Наименование муниципального образования
1	2
Группа 1 (зеленый цвет)	1. Белоярский городской округ 2. Город Нижний Тагил 3. Городской округ Верхнее Дуброво 4. Муниципальное образование «город Екатеринбург» 5. Сысертский городской округ
Группа 2 (желтый цвет)	1. Арамилский городской округ 2. Артемовский городской округ 3. Березовский городской округ 4. Городской округ Богданович 5. Городской округ Верх-Нейвинский 6. Городской округ Верхняя Пышма 7. Городской округ Заречный 8. Городской округ Первоуральск 9. Городской округ Ревда 10. Качканарский городской округ 11. Невьянский городской округ 12. Новоуральский городской округ 13. Серовский городской округ
Группа 3 (голубой цвет)	1. Артинский городской округ 2. Асбестовский городской округ 3. Ачитский городской округ 4. Байкаловский муниципальный район 5. Бисертский городской округ 6. Верхнесалдинский городской округ 7. Волчанский городской округ 8. Горноуральский городской округ 9. Город Каменск-Уральский 10. «Городской округ «Город Лесной» 11. Городской округ Верхняя Тура 12. Городской округ Верхотурский 13. Городской округ Дегтярск 14. Городской округ Краснотурьинск 15. Городской округ Красноуральск 16. Городской округ Красноуфимск 17. Городской округ Нижняя Салда 18. Городской округ Рефтинский 19. Городской округ Среднеуральск 20. Городской округ Сухой Лог 21. Каменский городской округ 22. Камышловский городской округ 23. Камышловский муниципальный район 24. Кушвинский городской округ 25. Махнёвское муниципальное образование

1	2
	26. Муниципальное образование «посёлок «Уральский» 27. Муниципальное образование Алапаевское 28. Муниципальное образование город Алапаевск 29. Муниципальное образование город Ирбит 30. Муниципальное образование Красноуфимский округ 31. Нижнесергинский муниципальный район 32. Нижнетуринский городской округ 33. Новолялинский городской округ 34. Полевской городской округ 35. Пышминский городской округ 36. Режевской городской округ 37. Североуральский городской округ 38. Тавдинский городской округ 39. Талицкий городской округ 40. Туринский городской округ
Группа 4 (красный цвет)	1. Гаринский городской округ 2. Городской округ Верхний Тагил 3. Городской округ ЗАТО Свободный 4. Городской округ Карпинск 5. Городской округ Пелым 6. Городской округ Староуткинск 7. Ивдельский городской округ 8. Ирбитское муниципальное образование 9. Кировградский городской округ 10. Малышевский городской округ 11. Слободо-Туринский муниципальный район 12. Сосьвинский городской округ 13. Таборинский муниципальный район 14. Тугулымский городской округ 15. Шалинский городской округ

Глава 6. Бытовые услуги

Сфера бытовых услуг наряду с другими отраслями подвергается влиянию территориальных факторов.

Обеспеченность населения рабочими местами сферы бытовых услуг на 1000 жителей (далее – показатель сферы бытовых услуг) является одним из основных параметров, характеризующих уровень развития бытового обслуживания населения.

Данные по показателю сферы бытовых услуг сформированы на основе информации, представляемой органами местного самоуправления муниципальных образований. На основе анализа динамики показателя сферы бытовых услуг за последние три года (с 2014 по 2016 год) проведено зонирование муниципальных образований.

Используя сравнительный анализ среднегодовых темпов роста показателя сферы бытовых услуг, выделены основные характеристики развития услуг в муниципальных образованиях:

- 1) замедление темпов роста показателя сферы бытовых услуг;

2) ускорение темпов роста показателя сферы бытовых услуг.

По каждому муниципальному образованию дополнительно проведен анализ соответствия показателя сферы бытовых услуг среднеобластному показателю сферы бытовых услуг по итогам 2016 года.

В итоге по совокупности критериев муниципальные образования зонированы на 4 группы.

К 1 группе отнесены муниципальные образования, у которых отмечаются высокие темпы роста показателя сферы бытовых услуг. Прирост показателя сферы бытовых услуг варьируется от 5% до его увеличения почти в 4 раза.

Ко 2 группе отнесены муниципальные образования, у которых зафиксировано замедление темпов роста показателя сферы бытовых услуг либо его стагнация.

К 3 группе отнесены муниципальные образования, у которых наблюдается отрицательная тенденция изменения показателя сферы бытовых услуг. Процентное снижение показателя сферы бытовых услуг по муниципальным образованиям составило до 20%.

К 4 группе отнесены муниципальные образования, у которых наблюдается значительное снижение темпов роста показателя сферы бытовых услуг. Процентное снижение показателя по муниципальным образованиям составило от 20 до 40%.

Зонирование муниципальных образований по критериям изображено на рисунке 22.



Рис. 22 Зонирование муниципальных образований по критериям

В таблице 24 представлено зонирование по количеству муниципальных образований.

Зонирование по количеству муниципальных образований

(единиц)

Номер группы	Количество муниципальных образований
1 группа	24
2 группа	19
3 группа	18
4 группа	12

Распределение муниципальных образований по группам представлено в таблице 25.

Территориальная привязка муниципальных образований
по направлению «Бытовое обслуживание»

Номер группы	Наименование муниципального образования	Номер группы	Наименование муниципального образования
1	2	3	4
1 группа (зеленый цвет)	1. Арамильский городской округ 2. Артемовский городской округ 3. Березовский городской округ 4. Верхнесалдинский городской округ 5. Волчанский городской округ 6. Городской округ Верх-Нейвинский 7. Городской округ Верхний Тагил 8. Городской округ ЗАТО Свободный 9. Городской округ Красноуральск 10. Городской округ Нижняя Салда 11. Городской округ Рефтинский 12. Городской округ Староуткинск 13. Городской округ Сухой Лог 14. Ирбитское муниципальное образование 15. Каменский городской округ 16. Камышловский городской округ 17. Малышевский городской округ 18. Муниципальное образование «город Екатеринбург» 19. Муниципальное образование «посёлок Уральский» 20. Нижнетуринский городской округ 21. Полевской городской округ 22. Сысертский городской округ	2 группа (желтый цвет)	1. Артинский городской округ 2. Асбестовский городской округ 3. Ачитский городской округ 4. Белоярский городской округ 5. Бисертский городской округ 6. Город Нижний Тагил 7. Городской округ Верхняя Тура 8. Городской округ Верхотурский 9. «Городской округ «Город Лесной» 10. Городской округ Заречный 11. Городской округ Карпинск 12. Городской округ Первоуральск 13. Кировградский городской округ 14. Муниципальное образование Алапаевское 15. Махнёвское муниципальное образование 16. Новолялинский городской округ 17. Новоуральский городской округ 18. Талицкий городской округ 19. Тугулымский городской округ

1	2	3	4
	23. Таборинский муниципальный район 24. Шалинский городской округ		
3 группа (синий цвет)	1. Байкаловский муниципальный район 2. Гаринский городской округ 3. Город Каменск-Уральский 4. Городской округ Богданович 5. Городской округ Дегтярск 6. Городской округ Краснотурьинск 7. Городской округ Красноуфимск 8. Городской округ Среднеуральск 9. Горноуральский городской округ 10. Качканарский городской округ 11. Кушвинский городской округ 12. Муниципальное образование город Алапаевск 13. Муниципальное образование город Ирбит 14. Невьянский городской округ 15. Режевской городской округ 16. Североуральский городской округ 17. Серовский городской округ 18. Сосьвинский городской округ	4 группа (красный цвет)	1. Городской округ Верхнее Дуброво 2. Городской округ Верхняя Пышма 3. Городской округ Пелым 4. Городской округ Ревда 5. Ивдельский городской округ 6. Камышловский муниципальный район 7. Муниципальное образование Красноуфимский округ 8. Нижнесергинский муниципальный район 9. Пышминский городской округ 10. Слободо-Туринский муниципальный район 11. Тавдинский городской округ 12. Туринский городской округ

Зонирование муниципальных образований позволяет определить стратегические направления развития для муниципальных образований и необходимые действия для достижения актуальных целей.

1 группа – в связи с высокими значениями показателя сферы бытовых услуг дальнейшее стратегическое направление развития отрасли предполагает в большей степени улучшение качества обслуживания населения.

2 группа – с целью повышения показателя сферы бытовых услуг по муниципальным образованиям, вошедшим в данную группу, существует необходимость определения проблемных вопросов и выстраивания работы по их решению для наиболее полного удовлетворения потребностей населения в предоставлении качественных услуг.

3 группа – муниципальные образования, которые показывают снижение показателя до 20%. Практически все территории, вошедшие в группу, имеют хорошую перспективу роста.

4 группа – муниципальные образования, которые показывают значительное снижение показателя (более 20%). Необходим анализ причин, вызвавших отрицательные тенденции состояния рынка бытовых услуг по каждой территории. При выявлении высокой потребности населения в той или иной услуге потребуется разработка мер по повышению инвестиционной привлекательности территории.

Раздел 3. Цель Стратегии

Целью Стратегии является формирование благоприятной среды для удовлетворения потребностей граждан и субъектов предпринимательской деятельности (производителей и субъектов торговли, общественного питания и бытовых услуг) как фактора, определяющего ключевую роль потребительского рынка в социально-экономическом развитии Свердловской области.

Раздел 4. Задачи Стратегии

Глава 7. Перечень задач

Наименование задачи	Результат	Срок	Ключевые показатели (критические точки), на решение которых направлена задача
1	2	3	4
Задача 1 Развитие многоформатной инфраструктуры потребительского рынка	удовлетворение потребностей граждан и субъектов предпринимательской деятельности	в период до 2035 года	количество мобильных объектов торговли; количество мобильных объектов общественного питания; количество объектов нестационарной торговли; количество сельскохозяйственных ярмарочных мероприятий, проведенных на территориях муниципальных образований; оборот розничной торговли на рынках и ярмарках в действующих ценах; количество магазинов, принадлежащих сетевым структурам различного уровня
Задача 2 Развитие торговли в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах	обеспечение доступности товаров для населения в труднодоступных и отдаленных населенных пунктах	в период до 2035 года	обеспеченность сельского населения торговыми площадями
Задача 3 Расширение кооперационных связей	выстраивание взаимодействия предприятий торговли и товаропроизводителей, поддержка отечественных производителей, в том числе местных	в период до 2035 года	количество организационных мероприятий, в том числе торгово-закупочных сессий
Задача 4 Повышение качества и безопасности пищевых продуктов на потребительском рынке	обеспечение населения качественными и безопасными пищевыми продуктами	в период до 2035 года	доля предприятий торговли в Свердловской области и товаропроизводителей, продукция которых реализуется на территории Свердловской области, показатели качества и безопасности продукции которых улучшились

1	2	3	4
			по результатам проведения лабораторных исследований в рамках системы мониторинга качества, безопасности пищевых продуктов и здоровья населения
Задача 5 Повышение уровня обслуживания на потребительском рынке	развитие применения современных технологий в отрасли, повышение уровня конкуренции и обслуживания населения; обеспечение доступности объектов общественного питания, бытового обслуживания средствами доступности для инвалидов, маломобильных групп населения и граждан с ограниченными возможностями	в период до 2035 года	доля площадей предприятий торговли, использующих современные технологии; доля объектов общественного питания, обеспеченных средствами доступности; доля объектов бытового обслуживания, обеспеченных средствами доступности
Задача 6 Повышение эффективности поставок товаров через развитие торгово-распределительных центров торговых сетей	оптимальное взаимодействие розничной торговли и производителей сельскохозяйственной продукции и продуктов питания	в период до 2035 года	площадь торгово-распределительных центров, расположенных на территории Свердловской области
Задача 7 Создание условий для обеспечения жителей Свердловской области рабочими местами в сфере бытового обслуживания	повышение профессионального уровня кадров, обеспечение рабочими местами	в период до 2035 года	обеспеченность рабочими местами сферы бытовых услуг
Задача 8 Создание условий, стимулирующих развитие общедоступных предприятий	повышение обеспеченности населения качественными услугами общественного питания	в период до 2035 года	обеспеченность населения услугами общественного питания; обеспеченность площадями в предприятиях питания общедоступной сети

1	2	3	4
общественного питания Свердловской области, в том числе предприятий питания современных форматов			
Задача 9 Создание условий для развития и совершенствования питания по месту учебы и работы	улучшение качества питания на основе внедрения новых форм и методов обслуживания, расширения ассортимента рационов, совершенствование технического и технологического уровня производства продукции	в период до 2035 года	охват питанием студентов профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования; охват питанием работающих на промышленных предприятиях Свердловской области

Глава 8. Основные показатели по этапам Стратегии

Номер строки	Наименование показателя	Единица измерения	2016 год (факт)	2017 год (факт)	2018 год (факт)	2019 год		2020 года		2021 год		2024 год		2030 год		Целевой ориентир, 2035 год	
						минимальное значение	целевое значение	минимальное значение	целевое значение	минимальное значение	целевое значение	минимальное значение	целевое значение	минимальное значение	целевое значение	минимальное значение	целевое значение
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.	Оборот розничной торговли в действующих ценах	млрд. рублей	1054,2	1078,2	1131,0	1184,2	1208,6	1233,9	1283,4	1291,9	1372,1	1484,3	1680	1981,5	2522,9	2567,9	3554,2
2.	Индекс физического оборота розничной торговли	процентов	94,5	98,5	102,3	100,4	102,2	100,6	102,7	100,6	102,8	100,8	102,9	101,3	103,0	101,6	103,2
3.	Инвестиции в основной капитал по виду деятельности «Розничная торговля»	млрд. рублей	7,6	7,1	6,6	6,8	7,3	7,1	7,8	7,4	8,4	8,3	11,1	12,2	17,2	16,7	23,54
4.	Среднемесячная номинальная заработная плата работников сферы розничной торговли	рублей	22 824	25 517	26 451	26 714	28 861	27 249	30 832	27 794	33 035	33 264	44 797	43 559	58 853	58 689	75 113
5.	Среднесписочная численность работников организаций розничной торговли	тыс. человек	93,8	95,9	97,1	97,1	97,2	97,2	97,5	97,3	98,3	97,6	100,8	98,2	106,0	98,7	111,3
6.	Оборот общественного питания в действующих ценах	млрд. рублей	51,8	50,5	52,5	54,7	55,5	56,9	58,8	59,2	62,5	66,8	76,3	85,1	115,3	104,0	162,9
7.	Индекс физического объема общественного питания	процентов	83,6	94,5	103,0	100,1	101,6	100,1	101,9	100,1	102,2	100,1	103,0	100,1	103,0	100,1	103,2
8.	Инвестиции в основной капитал по виду деятельности «Общественное питание»	млрд. рублей	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8	0,8	1,1	1,0	1,5
9.	Среднемесячная номинальная заработная	рублей	15 606,8	17 362,6	18 830,9	19 244,4	20 303,3	19 530,7	20 683,9	19 994,6	21 223,5	22 857	26 503	27 154	34 688,7	33 963	48 018,5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	плата работников сферы общественного питания																
10.	Среднесписочная численность работников предприятий общественного питания	тыс. человек	22,0	20,3	20,3	20,4	20,6	20,5	20,8	20,6	21,2	20,7	22	21,4	22,5	21,7	24
11.	Объем бытовых услуг населению в действующих ценах	млрд. рублей	32,9	33,8	34,2	35,6	36,2	37,1	38,3	38,6	40,7	43,6	49,7	55,5	75,1	67,8	106,2
12.	Индекс физического объема бытовых услуг	процентов	99,6	100,1	101,1	100,1	101,6	100,1	101,9	100,1	102,2	100,1	103,0	100,1	103,0	100,1	103,2
13.	Задача 1. Развитие многоформатной инфраструктуры потребительского рынка																
14.	Количество мобильных объектов торговли	единиц	589	606	614	615	617	617	620	620	622	625	630	635	640	645	650
15.	Количество мобильных объектов общественного питания	единиц	541	671	685	690	700	710	720	725	730	775	780	800	830	850	850
16.	Количество объектов нестационарной торговли	единиц	6771	6914	7005	7010	7020	7025	7030	7040	7050	7080	7100	7120	7150	7180	7200
17.	Количество сельскохозяйственных ярмарочных мероприятий, проведенных на территориях муниципальных образований	единиц	510	672	679	680	712	712	748	748	786	790	800	810	820	830	850
18.	Оборот розничной торговли на рынках и ярмарках в действующих ценах	млрд. рублей	31,7	32,1	32,8	33,1	34,1	33,8	35,2	34,7	36,4	36,4	39,0	40,0	44,8	43,7	50,6
19.	Количество магазинов, принадлежащих сетевым структурам различного уровня	единиц	8900	9000	9000	9040	9060	9060	9070	9070	9080	9100	9150	9200	9250	9300	9400
20.	Задача 2. Развитие торговли в малочисленных, труднодоступных и отдаленных населенных пунктах																
21.	Обеспеченность сельского населения торговыми площадями	кв. м на 1000 жителей	348	361	347	370	375	380	385	390	395	410	420	440	445	450	460

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
22.	Задача 3. Расширение кооперационных связей																
23.	Количество организационных мероприятий, в том числе торгово-закупочных сессий	единиц	11	12	15	13	15	14	16	15	17	15	17	17	19	17	19
24.	Задача 4. Повышение качества и безопасности пищевых продуктов на потребительском рынке																
25.	Доля предприятий торговли в Свердловской области и товаропроизводителей, продукция которых реализуется на территории Свердловской области, показатели качества и безопасности продукции которых улучшились по результатам проведения лабораторных исследований в рамках системы мониторинга качества, безопасности пищевых продуктов и здоровья населения	процентов	69	71	70,8	71	70	71	70	71	70	71	70	71	-	-	-
26.	Задача 5. Повышение уровня обслуживания на потребительском рынке																
27.	Доля площадей предприятий торговли, использующих современные технологии	процентов	64	65	70	70	72	72	74	74	75	78	80	80	82	85	85
28.	Доля объектов общественного питания, обеспеченных средствами доступности	процентов	59,2	65,4	67,7	67,8	68,5	68,3	69,5	69	70	73	74	79	80	85	87
29.	Доля объектов бытового обслуживания, обеспеченных средствами доступности	процентов	18,0	22,33	26	27,5	33,6	30,25	40,3	33,2	48,4	43,2	77,4	61,2	80,0	82,0	95,0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
30.	Задача 6. Повышение эффективности поставок товаров через развитие торгово-распределительных центров торговых сетей																
31.	Площадь торгово-распределительных центров, расположенных на территории Свердловской области	тыс. кв. м	165	227	271	281	291	301	311	311	311	341	361	391	391	421	421
32.	Задача 7. Создание условий для обеспечения жителей Свердловской области рабочими местами в сфере бытового обслуживания																
33.	Обеспеченность рабочими местами сферы бытовых услуг	рабочих мест на 1000 жителей	11,8	12,0	12,4	12,6	12,8	12,8	13,0	13,0	13,2	13,4	13,8	16,0	17,0	21,0	23,6
34.	Задача 8. Создание условий, стимулирующих развитие общедоступных предприятий общественного питания Свердловской области, в том числе предприятий питания современных форматов																
35.	Обеспеченность населения услугами общественного питания	количество предприятий на 1000 жителей	0,94	0,97	1,01	1,01	1,015	1,015	1,02	1,02	1,025	1,06	1,07	1,12	1,13	1,2	1,25
36.	Обеспеченность площадями в предприятиях питания общедоступной сети	кв. м на 1000 жителей	59,9	60,6	67,7	67,9	69	68,5	70	69,5	71	70,5	72	73,5	79,7	82,0	85,5
37.	Задача 9. Создание условий для развития и совершенствования питания по месту учебы и работы																
38.	Охват питанием студентов профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования	процентов от количества обучающихся	72,1	72,3	73,5	74,0	75,5	74,5	75,6	74,7	75,7	74,9	76,0	75,2	77,0	75,5	77,3
39.	Охват питанием работающих на промышленных предприятиях Свердловской области	процентов от количества работающих	64,8	68,5	68,5	68,8	70,3	68,9	70,3	70,0	70,3	70,1	70,3	70,3	71,0	71,0	71,3

Раздел 5. Технология реализации Стратегии

Глава 9. Механизм реализации Стратегии

В рамках реализации цели Стратегии актуальным является создание условий для формирования комфортной потребительской среды, которая достигается посредством развития многоформатной инфраструктуры торговли, предприятий питания, бытовых услуг через стимулирование роста любых форм предпринимательской активности.

Каждый формат предприятия уникален и для потребителя, так как предоставляет разные услуги по набору и качеству (в том числе по разнообразию ассортимента, ценового уровня и сопутствующих услуг), и для производителя (возможность сбыта продукции разных объемов и типов, что требует различных каналов сбыта).

Для реализации цели Стратегии предусмотрены следующие основные механизмы:

1) совершенствование нормативно-правового, организационного и координационного обеспечения сферы потребительского рынка. Анализ и прогнозирование потребительского рынка;

2) реализация государственных и комплексных программ, включающих вопросы развития потребительского рынка;

3) формирование конкурентной среды, развитие многоформатной инфраструктуры отрасли.

Развитие конкуренции способствует росту качества продаваемой продукции, уровню обслуживания населения, развитию и совершенствованию современных форматов и форм обслуживания, формированию справедливых рыночных цен, удовлетворению спроса населения;

4) стимулирование деловой активности торговых предприятий и организация взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и хозяйствующими субъектами, осуществляющими производство (поставки) товаров.

Приведенный перечень механизмов реализации Стратегии не является исчерпывающим. Он может дополняться и меняться в соответствии с возможностями, открывающимися во внешней среде, а также в зависимости от результатов реализации Стратегии.

Глава 10. Информация о программах и проектах, их территориальной привязке

Номер стоки	Наименование проекта (программы)	Период реализации проекта	Наименование муниципального образования
1	2	3	4
1.	Государственная программа Свердловской области «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области до 2024 года»	до 2024 года	Арамильский городской округ Артемовский городской округ Артинский городской округ Асбестовский городской округ Ачитский городской округ Белоярский городской округ Березовский городской округ Бисертский городской округ
2.	Комплексная программа Свердловской области «Обеспечение защиты прав потребителей в Свердловской области на 2019–2024 годы»	до 2024 года	Верхнесалдинский городской округ Волчанский городской округ Гаринский городской округ Горноуральский городской округ город Каменск-Уральский город Нижний Тагил
3.	Приоритетный региональный проект «Повышение уровня самообеспечения сельскохозяйственной продукции населению Свердловской области»	2017–2022 годы	городской округ Богданович городской округ Верхнее Дуброво городской округ Верх-Нейвинский городской округ Верхний Тагил городской округ Верхняя Пышма Городской округ Верхняя Тура городской округ Верхотурский
4.	План организации розничных рынков на территории Свердловской области	ежегодно	городской округ Дегтярск городской округ Заречный городской округ ЗАТО Свободный городской округ Карпинск
5.	Сводный План организации и проведения ярмарок на территории Свердловской области	ежегодно	городской округ Краснотурьинск городской округ Красноуральск городской округ Красноуфимск городской округ Нижняя Салда городской округ Пелым городской округ Первоуральск городской округ Ревда городской округ Рефтинский городской округ Среднеуральск городской округ Староуткинск городской округ Сухой Лог «Городской округ «Город Лесной» Ивдельский городской округ Ирбитское муниципальное образование Каменский городской округ Камышловский городской округ Качканарский городской округ Кировградский городской округ Кушвинский городской округ

1	2	3	4
			<p>Малышевский городской округ Махнёвское муниципальное образование муниципальное образование «город Екатеринбург» муниципальное образование «посёлок Уральский» Муниципальное образование Алапаевское Муниципальное образование город Алапаевск Муниципальное образование город Ирбит Муниципальное образование Красноуфимский округ Невьянский городской округ Нижнетуринский городской округ Новолялинский городской округ Новоуральский городской округ Полевской городской округ Пышминский городской округ Режевской городской округ Североуральский городской округ Серовский городской округ Сосьвинский городской округ Сысертский городской округ Тавдинский городской округ Талицкий городской округ Тугулымский городской округ Туринский городской округ Шалинский городской округ Байкаловский муниципальный район Камышловский муниципальный район Нижнесергинский муниципальный район Слободо-Туринский муниципальный район Таборинский муниципальный район</p>

Глава 11. Связь с иными документами

Решение задач Стратегии взаимосвязано с реализацией программы «Развитие потребительского рынка Свердловской области», комплексной программы «Обеспечение защиты прав потребителей в Свердловской области на 2019–2023 годы», а также со стратегиями социально-экономического развития муниципальных образований в части развития потребительского рынка.

Также Стратегия взаимосвязана со Стратегией–2030, Стратегией развития торговли в Российской Федерации и отраслевыми стратегическими документами, такими как:

1) Концепция Стратегии развития агропромышленного комплекса Свердловской области на период до 2035 года, утвержденная приказом Министерства агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области от 06.09.2018 № 378 «Об утверждении Концепции Стратегии развития агропромышленного комплекса Свердловской области на период до 2035 года»;

2) Концепция Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года, утвержденная приказом Министерства инвестиций и развития Свердловской области от 17.09.2018 № 194 «Об утверждении Концепции Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года»;

3) Концепция Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области на период до 2035 года, утвержденная приказом Министерства инвестиций и развития Свердловской области от 17.09.2018 № 193 «Об утверждении Концепции Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области на период до 2035 года»;

4) Концепция Инвестиционной стратегии Свердловской области до 2035 года, утвержденная приказом Министерства инвестиций и развития Свердловской области от 20.09.2018 № 205 «Об утверждении Концепции Инвестиционной стратегии Свердловской области до 2035 года»;

5) Концепция развития логистического комплекса и оптовой торговли в Свердловской области на период до 2035 года, утвержденная приказом Министерства экономики и территориального развития Свердловской области от 29.10.2018 № 70 «Об утверждении Концепции развития логистического комплекса и оптовой торговли Свердловской области на период до 2035 года».

Приложение № 1
к Стратегии развития
потребительского рынка
Свердловской области
на период до 2035 года

ОБОРОТ
розничной торговли муниципальных образований за 2017 год

Номер строки	Наименование муниципального образования	Оборот розничной торговли (млн. рублей)	Рейтинг
1	2	3	4
1.	Муниципальное образование «город Екатеринбург»	75 5085	1
2.	Город Нижний Тагил	56 763	2
3.	Город Каменск-Уральский	28 597,2	3
4.	Городской округ Первоуральск	18 362,8	4
5.	Серовский городской округ	12 570,1	5
6.	Березовский городской округ	9187,2	6
7.	Городской округ Верхняя Пышма	9113,4	7
8.	Асбестовский городской округ	8978,1	8
9.	Полевской городской округ	7525,7	9
10.	Городской округ Сухой Лог	7256,4	10
11.	Городской округ Краснотурьинск	7103,4	11
12.	Сысертский городской округ	6044,3	12
13.	Городской округ Ревда	5902,2	13
14.	Качканарский городской округ	5889,9	14
15.	Верхнесалдинский городской округ	5598	15
16.	Городской округ Богданович	5582	16
17.	Муниципальное образование город Ирбит	5258,7	17
18.	Городской округ Заречный	5229	18
19.	Североуральский городской округ	4623,4	19
20.	Городской округ Красноуфимск	4285,6	20
21.	Артемьевский городской округ	4158,3	21
22.	Невьянский городской округ	3942,7	22
23.	Кушвинский городской округ	3915,1	23
24.	Нижнетуринский городской округ	3838	24
25.	Камышловский городской округ	3747	25
26.	Режевской городской округ	3595,5	26
27.	Муниципальное образование город Алапаевск	3488,6	27
28.	Городской округ Карпинск	3124	28
29.	Арамилевский городской округ	3101,4	29
30.	Нижнесергинский муниципальный район	2908,5	30

1	2	3	4
31.	Городской округ Среднеуральск	2766,9	31
32.	Тавдинский городской округ	2599,8	32
33.	Талицкий городской округ	2489,8	33
34.	Кировградский городской округ	2454,4	34
35.	Городской округ Красноуральск	2379,3	35
36.	Белоярский городской округ	2104,5	36
37.	Туринский городской округ	1959,2	37
38.	Артинский городской округ	1912,8	38
39.	Горноуральский городской округ	1910,7	39
40.	Каменский городской округ	1822,5	40
41.	Городской округ Рефтинский	1671,3	41
42.	Ирбитское муниципальное образование	16 401	42
43.	Муниципальное образование Алапаевское	1471	43
44.	Сосьвинский городской округ	1416,8	44
45.	Новолялинский городской округ	1370,6	45
46.	Ачитский городской округ	1353,7	46
47.	Ивдельский городской округ	1350,9	47
48.	Тугулымский городской округ	1161,3	48
49.	Городской округ Верхотурский	1152,9	49
50.	Бисертский городской округ	1091,2	50
51.	Пышминский городской округ	1087,5	51
52.	Михайловское муниципальное образование	1055,4	52
53.	Муниципальное образование Красноуфимский округ	1036	53
54.	Городской округ Нижняя Салда	1025,2	54
55.	Камышловский муниципальный район	1009,2	55
56.	Нижнесергинское городское поселение	973,4	56
57.	Городской округ Верхний Тагил	950,2	57
58.	Мальшевский городской округ	904,3	58
59.	Байкаловский муниципальный район	872,1	59
60.	Городской округ Дегтярск	862,6	60
61.	Шалинский городской округ	832,2	61
62.	Слободо-Туринский муниципальный район	750,7	62
63.	Волчанский городской округ	734,8	63
64.	Байкаловское сельское поселение	617	64
65.	Городской округ Верхняя Тура	584	65
66.	Слободо-Туринское сельское поселение	582,6	66
67.	Городской округ Верх-Нейвинский	458,1	67
68.	Муниципальное образование «Калиновское сельское поселение»	414,6	68
69.	Махнёвское муниципальное образование	371,9	69
70.	Городской округ Верхнее Дуброво	360,7	70
71.	Городское поселение Верхние Серги	296,7	71
72.	Гаринский городской округ	270,6	72
73.	Кленовское сельское поселение	250,5	73
74.	Муниципальное образование «Обуховское сельское поселение»	211	74

1	2	3	4
75.	Дружининское городское поселение	189,8	75
76.	Городской округ Пелым	179,3	76
77.	Муниципальное образование «Галкинское сельское поселение»	179,3	77
78.	Муниципальное образование «Зареченское сельское поселение»	148,4	78
79.	Муниципальное образование рабочий посёлок Атиг	142,8	79
80.	Баженовское сельское поселение	133,7	80
81.	Краснополянское сельское поселение	121,4	81
82.	Городской округ Староуткинск	101,2	82
83.	Усть-Ницинское сельское поселение	90	83
84.	Таборинский муниципальный район	78,8	84
85.	Таборинское сельское поселение	57,4	85
86.	Муниципальное образование «Восточное сельское поселение»	55,8	86
87.	Сладковское сельское поселение	46,5	87
88.	Ницинское сельское поселение	31,5	88
89.	Итого по Свердловской области	1 078 233,8	

Приложение № 2
к Стратегии развития
потребительского рынка
Свердловской области
на период до 2035 года

ДИНАМИКА
оборота розничной торговли муниципальных образований
за 2016–2017 годы

Номер строки	Наименование муниципального образования	Темп роста оборота розничной торговли в фактического ценах в процентах к аналогичному периоду прошлого года	Рейтинг
1	2	3	4
1.	Муниципальное образование «Восточное сельское поселение»	143,4	1
2.	Городской округ Пелым	108	2
3.	Муниципальное образование рабочий поселок Атиг	106,7	3
4.	Городской округ Верхнее Дуброво	106,6	4
5.	Городской округ Дегтярск	105,6	5
6.	Шалинский городской округ	105,1	6
7.	Каменский городской округ	104,9	7
8.	Муниципальное образование «Зареченское сельское поселение»	104,3	8
9.	Камышловский муниципальный район	104	9
10.	Талицкий городской округ	103,5	10
11.	Ирбитское муниципальное образование	103,4	11
12.	Арамилский городской округ	103,2	12
13.	Муниципальное образование «Калиновское сельское поселение»	103	13
14.	Сосьвинский городской округ	102,9	14
15.	Горноуральский городской округ	102,7	15
16.	Городской округ Заречный	102,7	16
17.	Городской округ Нижняя Салда	102,6	17
18.	Городской округ Красноуфимск	102,6	18
19.	Белоярский городской округ	102,6	19
20.	Североуральский городской округ	102,4	20
21.	Городской округ Среднеуральск	102,3	21

1	2	3	4
22.	Город Каменск-Уральский	102,3	22
23.	Городской округ Сухой Лог	102,3	23
24.	Краснополянское сельское поселение	102,3	24
25.	Пышминский городской округ	102,3	25
26.	Таборинское сельское поселение	102,3	26
27.	Муниципальное образование «город Екатеринбург»	102,3	27
28.	Березовский городской округ	102,3	28
29.	Серовский городской округ	102,2	29
30.	Нижнетуринский городской округ	102,2	30
31.	Город Нижний Тагил	102,2	31
32.	Верхнесалдинский городской округ	102,2	32
33.	Артинский городской округ	102,2	33
34.	Городской округ Богданович	102,2	34
35.	Сысертский городской округ	102,2	35
36.	Новолялинский городской округ	102,1	36
37.	Городской округ Верхняя Пышма	102,1	37
38.	Городской округ Староуткинск	102,1	38
39.	Городской округ Рефтинский	102,1	39
40.	Слободо-Туринское сельское поселение	102,1	40
41.	Таборинский муниципальный район	102,1	41
42.	Тавдинский городской округ	102,1	42
43.	Городской округ Красноуральск	102	43
44.	Полевской городской округ	102	44
45.	Городской округ Ревда	102	45
46.	Асбестовский городской округ	102	46
47.	Муниципальное образование город Ирбит	102	47
48.	Ницинское сельское поселение	102	48
49.	Ивдельский городской округ	101,9	49
50.	Волчанский городской округ	101,9	50
51.	Слободо-Туринский муниципальный район	101,9	51
52.	Кузнецовское сельское поселение	101,9	52
53.	Тугулымский городской округ	101,9	53
54.	Режевской городской округ	101,9	54
55.	Кировградский городской округ	101,8	55
56.	Невьянский городской округ	101,8	56
57.	Городской округ Верх-Нейвинский	101,8	57
58.	Муниципальное образование город Алапаевск	101,8	58
59.	Артемовский городской округ	101,8	59
60.	Баженовское сельское поселение	101,8	60

1	2	3	4
61.	Сладковское сельское поселение	101,8	61
62.	Городской округ Карпинск	101,7	62
63.	Качканарский городской округ	101,7	63
64.	Городской округ Краснотурьинск	101,7	64
65.	Кушвинский городской округ	101,7	65
66.	Городской округ Первоуральск	101,7	66
67.	Ачитский городской округ	101,7	67
68.	Муниципальное образование Красноуфимский округ	101,7	68
69.	Нижнесергинское городское поселение	101,6	69
70.	Махнёвское муниципальное образование	101,6	70
71.	Муниципальное образование «Обуховское сельское поселение»	101,6	71
72.	Нижнесергинский муниципальный район	101,4	72
73.	Камышловский городской округ	101,4	73
74.	Михайловское муниципальное образование	101,3	74
75.	Городской округ Верхотурский	101,2	75
76.	Мальшевский городской округ	101,2	76
77.	Городской округ Верхний Тагил	101,1	77
78.	Городской округ Верхняя Тура	101,1	78
79.	Бисертский городской округ	101	79
80.	Муниципальное образование Алапаевское	101	80
81.	Гаринский городской округ	100,8	81
82.	Дружининское городское поселение	100,8	82
83.	Усть-Ницинское сельское поселение	100,8	83
84.	Туринский городской округ	100,7	84
85.	Городское поселение Верхние Серги	100,3	85
86.	Байкаловский муниципальный район	100,3	86
87.	Кленовское сельское поселение	100,2	87
88.	Муниципальное образование «Галкинское сельское поселение»	100,1	88
89.	Байкаловское сельское поселение	99,7	89
90.	Итого по Свердловской области	102,3	

Приложение № 3
к Стратегии развития
потребительского рынка
Свердловской области
на период до 2035 года

ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ
населения муниципальных образований
торговыми площадями в 2017 году

Номер строки	Наименование муниципального образования	Обеспеченность населения торговыми площадями (кв. м на 1000 жителей)	Рейтинг
1	2	3	4
1.	Арамилский городской округ	1540	1
2.	Муниципальное образование «город Екатеринбург»	1505	2
3.	Муниципальное образование город Ирбит	1460	3
4.	Нижнетуринский городской округ	1231	4
5.	Качканарский городской округ	1225	5
6.	Городской округ Красноуфимск	1096	6
7.	Верхнесалдинский городской округ	1082	7
8.	Городской округ Пелым	1047	8
9.	Серовский городской округ	1021	9
10.	Город Нижний Тагил	1020	10
11.	Городской округ Заречный	1004	11
12.	Туринский городской округ	985	12
13.	Камышловский городской округ	953	13
14.	Городской округ Верхняя Тура	939	14
15.	Городской округ Краснотурьинск	938	15
16.	Город Каменск-Уральский	911	16
17.	Городской округ Верхотурский	890	17
18.	Асбестовский городской округ	882	18
19.	Кушвинский городской округ	863	19
20.	Новоуральский городской округ	840	20
21.	Слободо-Туринское сельское поселение	838	21
22.	Невьянский городской округ	835	22
23.	Полевской городской округ	834	23
24.	Муниципальное образование город Алапаевск	832	24
25.	Городской округ Сухой Лог	831	25
26.	Артинский городской округ	795	26
27.	Березовский городской округ	789	27
28.	Городской округ Карпинск	782	28

1	2	3	4
29.	Североуральский городской округ	745	29
30.	Городской округ Первоуральск	745	30
31.	Городской округ Ревда	745	31
32.	Городской округ Красноуральск	740	32
33.	Режевской городской округ	740	33
34.	Артемовский городской округ	718	34
35.	Кировградский городской округ	714	35
36.	Сысертский городской округ	704	36
37.	Ивдельский городской округ	701	37
38.	Байкаловское сельское поселение	695	38
39.	Талицкий городской округ	686	39
40.	Муниципальное образование рабочий поселок Атиг	685	40
41.	Городской округ Рефтинский	682	41
42.	Городской округ Староуткинск	678	42
43.	Бисертский городской округ	677	43
44.	Городской округ Богданович	667	44
45.	Тугулымский городской округ	654	45
46.	«Городской округ «Город Лесной»	645	46
47.	Волчанский городской округ	643	47
48.	Городской округ Нижняя Салда	626	48
49.	Белоярский городской округ	625	49
50.	Махнёвское муниципальное образование	622	50
51.	Городской округ Среднеуральск	615	51
52.	Слободо-Туринский муниципальный район	598	52
53.	Байкаловский муниципальный район	595	53
54.	Таборинское сельское поселение	581	54
55.	Шалинский городской округ	578	55
56.	Городской округ Верх-Нейвинский	573	56
57.	Баженовское сельское поселение	571	57
58.	Городской округ Верхняя Пышма	564	58
59.	Городской округ Дегтярск	554	59
60.	Дружининское городское поселение	549	60
61.	Тавдинский городской округ	515	61
62.	Таборинский муниципальный район	506	62
63.	Новолялинский городской округ	506	63
64.	Малышевский городской округ	487	64
65.	Муниципальное образование город Алапаевск	482	65
66.	Городской округ Верхний Тагил	480	66
67.	Пышминский городской округ	476	67
68.	Нижнесергинский муниципальный район	472	68
69.	Нижнесергинское городское поселение	470	69
70.	Михайловское муниципальное образование	468	70
71.	Ачитский городской округ	462	71
72.	Городской округ Верхнее Дуброво	451	72
73.	Гаринский городской округ	439	73

1	2	3	4
74.	Кленовское сельское поселение	422	74
75.	Кузнецовское сельское поселение	396	75
76.	Краснополянское сельское поселение	391	76
77.	Сосьвинский городской округ	389	77
78.	Горноуральский городской округ	383	78
79.	Каменский городской округ	375	79
80.	Ирбитское муниципальное образование	358	80
81.	Унже-Павинское сельское поселение	355	81
82.	Муниципальное образование «Обуховское сельское поселение»	348	82
83.	Городское поселение Верхние Серги	340	83
84.	Сладковское сельское поселение	339	84
85.	Муниципальное образование «посёлок Уральский»	332	85
86.	Муниципальное образование Красноуфимский округ	306	86
87.	Городской округ ЗАТО Свободный	302	87
88.	Усть-Ницинское сельское поселение	298	88
89.	Муниципальное образование «Галкинское сельское поселение»	297	89
90.	Ницинское сельское поселение	291	90
91.	Муниципальное образование «Зареченское сельское поселение»	257	91
92.	Камышловский муниципальный район	222	92
93.	Муниципальное образование «Калиновское сельское поселение»	157	93
94.	Муниципальное образование «Восточное сельское поселение»	117	94

Приложение № 4
к Стратегии развития
потребительского рынка
Свердловской области
на период до 2035 года

**МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ,
имеющие наибольший рост сети предприятий общественного питания
в 2017 году**

Номер строки	Наименование муниципального образования	Темп роста к уровню прошлого года (процентов)	Количество объектов (единиц)
1.	Городской округ Дегтярск	138	3
2.	Ивдельский городской округ	129	7
3.	Городской округ Красноуральск	127	8
4.	Бисертский городской округ	113	2
5.	Городской округ Богданович	113	9
6.	Байкаловский муниципальный район	113	4
7.	Березовский городской округ	111	7
8.	Городской округ Среднеуральск	109	2
9.	Город Каменск-Уральский	109	20
10.	Новолялинский городской округ	108	2
11.	Город Нижний Тагил	108	49
12.	Кировградский городской округ	108	2
13.	Городской округ Верхний Тагил	106	1
14.	Тавдинский городской округ	105	3
15.	Режевской городской округ	105	3
16.	Белоярский городской округ	105	4
17.	Городской округ Сухой Лог	105	4
18.	Североуральский городской округ	105	3
19.	Качканарский городской округ	105	5

Приложение № 5
к Стратегии развития
потребительского рынка
Свердловской области
на период до 2035 года

**МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ,
имеющие максимальное сокращение сети
предприятий общественного питания в 2017 году**

Номер строки	Наименование муниципального образования	Темп роста к уровню прошлого года (процентов)	Количество объектов (единиц)
1.	Муниципальное образование «посёлок Уральский»	50	-1
2.	Городской округ ЗАТО Свободный	75	-2
3.	Камышловский муниципальный район	79,5	-8
4.	Городской округ Верх-Нейвинский	81,8	-2
5.	Городской округ Пелым	83,3	-1
6.	Городской округ Верхнее Дуброво	87,5	-1
7.	Тугулымский городской округ	87,9	-4
8.	Туринский городской округ	88,1	-5
9.	Нижнесергинский муниципальный район	89,4	-5
10.	Арамилский городской округ	89,5	-4
11.	Городской округ Верхотурский	89,7	-3
12.	Малышевский городской округ	90,9	-1

Приложение № 6
к Стратегии развития
потребительского рынка
Свердловской области
на период до 2035 года

ОБОРОТ
общественного питания муниципальных образований
за 2017 год

Номер строки	Наименование муниципального образования	Оборот общественного питания (млн. рублей)	Рейтинг
1	2	3	4
1.	Муниципальное образование «город Екатеринбург»	34 798,2	1
2.	Город Нижний Тагил	4070,6	2
3.	Город Каменск-Уральский	1527,8	3
4.	Городской округ Первоуральск	1058	4
5.	Полевской городской округ	638,2	5
6.	Серовский городской округ	486,8	6
7.	Городской округ Сухой Лог	437	7
8.	Качканарский городской округ	409,9	8
9.	Городской округ Краснотурьинск	402	9
10.	Городской округ Ревда	372,6	10
11.	Верхнесалдинский городской округ	359,9	11
12.	Муниципальное образование город Ирбит	326,8	12
13.	Городской округ Верхняя Пышма	314,2	13
14.	Североуральский городской округ	298,2	14
15.	Городской округ Заречный	292	15
16.	Невьянский городской округ	276,5	16
17.	Асбестовский городской округ	250,4	17
18.	Городской округ Богданович	207,6	18
19.	Березовский городской округ	204,9	19
20.	Кушвинский городской округ	195,8	20
21.	Артемовский городской округ	157,9	21
22.	Муниципальное образование город Алапаевск	143	22
23.	Режевской городской округ	124,4	23
24.	Сысертский городской округ	122,2	24
25.	Белоярский городской округ	116,6	25
26.	Нижнетуринский городской округ	106,5	26

1	2	3	4
27.	Городской округ Красноуральск	103,9	27
28.	Городской округ Красноуфимск	97,9	28
29.	Городской округ Рефтинский	95,8	29
30.	Талицкий городской округ	94,8	30
31.	Тавдинский городской округ	77,3	31
32.	Арамильский городской округ	70,8	32
33.	Камышловский городской округ	68,3	33
34.	Горноуральский городской округ	65,7	34
35.	Артинский городской округ	62,1	35
36.	Туринский городской округ	55,7	36
37.	Городской округ Среднеуральск	55,6	37
38.	Городской округ Дегтярск	54,4	38
39.	Ирбитское муниципальное образование	54	39
40.	Тугулымский городской округ	51,9	40
41.	Городской округ Нижняя Салда	46,4	41
42.	Кировградский городской округ	46,1	42
43.	Городской округ Карпинск	45,5	43
44.	Муниципальное образование Алапаевское	44,1	44
45.	Каменский городской округ	43,9	45
46.	Камышловский муниципальный район	42,1	46
47.	Муниципальное образование Красноуфимский округ	41,2	47
48.	Волчанский городской округ	38,9	48
49.	Ивдельский городской округ	37,5	49
50.	Пышминский городской округ	35,9	50
51.	Шалинский городской округ	34,6	51
52.	Нижнесергинский муниципальный район	32,7	52
53.	Байкаловский муниципальный район	30,4	53
54.	Городской округ Верхняя Тура	30,1	54
55.	Муниципальное образование «Обуховское сельское поселение»	27,6	55
56.	Городской округ Верхотурский	26,7	56
57.	Сосьвинский городской округ	26	57
58.	Городской округ Верх-Нейвинский	25,8	58
59.	Ачитский городской округ	24	59
60.	Новолялинский городской округ	23,8	60
61.	Слободо-Туринский муниципальный район	22,9	61
62.	Городской округ Верхний Тагил	17,2	62
63.	Байкаловское сельское поселение	17,1	63
64.	Мальшевский городской округ	16,8	64
65.	Слободо-Туринское сельское поселение	12,9	65
66.	Бисертский городской округ	12,3	66
67.	Михайловское муниципальное образование	11,8	67
68.	Нижнесергинское городское поселение	11,3	68
69.	Баженовское сельское поселение	10,1	69
70.	Усть-Ницинское сельское поселение	9,7	70

1	2	3	4
71.	Махнёвское муниципальное образование	9,3	71
72.	Гаринский городской округ	9,1	72
73.	Городской округ Пелым	9	73
74.	Городской округ Верхнее Дуброво	8,8	74
75.	Муниципальное образование «Зареченское сельское поселение»	8,6	75
76.	Городской округ Староуткинск	6,4	76
77.	Дружининское городское поселение	5,4	77
78.	Кленовское сельское поселение	4,3	78
79.	Муниципальное образование «Калиновское сельское поселение»	3,9	79
80.	Краснополянское сельское поселение	3,2	80
81.	Муниципальное образование «Галкинское сельское поселение»	1,8	81
82.	Муниципальное образование «Восточное сельское поселение»	0,3	82
83.	Сладковское сельское поселение	0,3	83
84.	Таборинский муниципальный район	0,1	84
85.	Таборинское сельское поселение	0,1	85
86.	Итого по Свердловской области	50 548,3	