

Приложение №2  
к муниципальной программе  
«предпринимательство городского округа Химки»

**Паспорт муниципальной Подпрограммы  
«Развитие потребительского рынка и сферы услуг на территории городского округа Химки Московской области»**

|   |   |  |   |                       |          |          |          |          |           |
|---|---|--|---|-----------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Наименование подпрограммы муниципальной программы   |   | Развитие потребительского рынка и сферы услуг на территории городского округа Химки Московской области   |   |                       |          |          |          |          |           |
| Цель подпрограммы муниципальной программы   |   | Повышение социально-экономической эффективности потребительского рынка городского округа Химки Московской области посредством создания условий для наиболее полного удовлетворения потребностей населения в качественных товарах и услугах, обеспечения устойчивого функционирования и сбалансированного развития различных видов, типов и способов торговли, общественного питания и бытового обслуживания. |   |                       |          |          |          |          |           |
| Муниципальный заказчик подпрограммы государственной программы   |   | Администрация городского округа Химки Московской области   |   |                       |          |          |          |          |           |
| Задачи подпрограммы муниципальной программы   |   | Задача 1. Развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг.<br>Задача 2. Реализация некоторых мер по защите прав потребителей в сфере торговли, общественного питания и бытовых услуг.<br>Задача 3. Реализация социального проекта «Ветеран».  |   |                       |          |          |          |          |           |
| Сроки реализации подпрограммы муниципальной программы   |   | 2014-2018 годы   |   |                       |          |          |          |          |           |
| Источники финансирования подпрограммы муниципальной программы по годам реализации и главным распорядителям бюджетных средств<br><br>В том числе по годам: | Наименование подпрограммы муниципальной программы   | ГРБС   | Источник финансирования                             | Расходы (тыс. рублей) |          |          |          |          |           |
|   |   |  |   | 2014 год              | 2015 год | 2016 год | 2017 год | 2018 год | Итого     |
|   | Подпрограмма «Развитие потребительского рынка и сферы услуг на территории городского округа | Администрация городского округа Химки Московской области   | Всего:  | 4 200,00              | 4 590,00 | 4 890,00 | 5 190,00 | 5 490,00 | 24 360,00 |
|   |   |  | Средства бюджета городского округа Химки Московской | 4 200,00              | 4 590,00 | 4 890,00 | 5 190,00 | 5 490,00 | 24 360,00 |

|  |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  | Химки<br>Московской<br>области<br>на 2014-2018<br>годы» | области   |   |   |   |   |   |   |
|  |   | Средства<br>бюджета<br>Московской<br>области  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  |   | Средства<br>федерального<br>бюджета   | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  |   | Внебюджетные<br>источники   | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Планируемые результаты<br>подпрограммы муниципальной<br>программы и мероприятий<br>(количественные показатели<br>эффективности реализации<br>подпрограммы муниципальной<br>программы) за счет выполнения<br>следующих мероприятий:<br>-Разработка и реализация стратегии развития<br>потребительского рынка и услуг городского<br>округа Химки Московской области до 2018 года;<br>-Разработка мер по рациональному размещению<br>объектов потребительского рынка и услуг на<br>территории городского округа Химки Московской<br>области;<br>-Ввод (строительство) новых современных<br>мощностей инфраструктуры<br>потребительского рынка и услуг<br>в том числе ориентированных на обслуживание<br>социально незащищенных категорий граждан;<br>-Строительство (реконструкция) зданий для<br>размещения розничных рынков (в том числе<br>сельскохозяйственных и сельскохозяйственных<br>кооперативных рынков с 2015 года) на<br>территории городского округа Химки<br>Московской области;<br>-Мониторинг разработки, утверждения и<br>исполнения в городском округе Химки<br>Московской области схем размещения<br>нестационарных торговых объектов, а также<br>мониторинг мер, направленных на демонтаж<br>нестационарных торговых объектов, размещение<br>которых не соответствует схеме размещения<br>нестационарных торговых объектов;<br>-Мониторинг разработки, утверждения и<br>исполнения в городском округе Химки<br>Московской области схем размещения |   | В результате реализации подпрограммы будут достигнуты следующие показатели:<br>годовой оборот розничной торговли в 2018 году вырастет в физическом выражении на 15% процентов к уровню 2012 года,<br>количество социально ориентированных предприятий в 2018 году потребительского рынка и услуг увеличится на 25<br>единиц;<br>реализация социального проекта «Ветеран» в сфере бытового обслуживания и продажи непродовольственных товаров;<br>модернизация и ребрендинг сети «Ветеран»;<br>улучшение качества обслуживания в сфере торговли и бытового обслуживания<br>поддержка отечественных производителей сельскохозяйственной продукции<br>популяризация и повышение престижа профессий работников торговли и услуг |   |   |   |   |   |   |

|  |  |
|--|--|
| <p>         нестационарных торговых объектов, а также мониторинг мер, направленных на демонтаж нестационарных торговых объектов, размещение которых не соответствует схеме размещения нестационарных торговых объектов;<br/>         -Согласование сводного перечня мест проведения ярмарок с участием производителей сельскохозяйственной продукции Московской области и ведение реестра ярмарок;<br/>         -Организация и проведение областных тематических ярмарок с участием субъектов малого и среднего предпринимательства:<br/>         «Товары народных промыслов<br/>         «Сад-огород» (Открытие дачного сезона)<br/>         «Богатство природы и плодородия»<br/>         «Школьный базар»<br/>         «Дары осени»<br/>         «Масленица»<br/>         «Новогодняя»<br/>         «Книжная»<br/>         «Международная»<br/>         -Организация и проведение «социальных» акций для обладателей социальных карт городского округа Химки Московской области;<br/>         -Реализация мероприятий, направленных на популяризацию и повышение престижа профессий работников торговли и услуг в целях привлечения постоянного населения городского округа Химки Московской области для работы в сфере потребительского рынка и услуг;<br/>         -Чемпионат среди субъектов малого и среднего предпринимательства Московской области по кулинарному искусству на Кубок Губернатора Московской области;<br/>         -Чемпионат среди субъектов малого предпринимательства в сфере парикмахерского искусства и декоративной косметики на Кубок Губернатора Московской области;<br/>         -Подготовка команды городского округа Химки, в составе команды Московской области, к Чемпионату России по парикмахерскому искусству, декоративной косметики, моделированию.       </p> |  |
|--|--|

Приложение №5  
к муниципальной программе  
«предпринимательство городского округа Химки»

**Перечень мероприятий муниципальной Подпрограммы  
«Развитие потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области»**

| №<br>п/п | Мероприятия по<br>реализации<br>подпрограммы  | Перечень<br>стандартных<br>процедур,<br>обеспечивающ<br>их выполнение<br>мероприятия с<br>указанием<br>предельных<br>сроков их<br>исполнения   | Источники<br>финансирования                                 | Срок<br>исполнен<br>ия<br>мероприя<br>тия | 2013 г. | Всего,<br>2014-2018<br>гг.<br>(тыс. руб.)   | Объем финансирования по годам, (тыс. руб.) |      |      |      |      | Ответственн<br>ый за<br>выполнение<br>мероприятия<br>подпрограмм<br>ы   | Результаты<br>выполнения<br>мероприятий<br>подпрограмм<br>ы  |
|----------|---|--|---|---|---------|---|--|------|------|------|------|---|--|
|          |   |  |   |   |         |   | 2014                                       | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |   |  |
| 1        | 2   | 3  | 4   | 5   | 6       | 7   | 8  | 9    | 10   | 11   | 12   | 13  | 14   |
| 1.       | <b>Задача 1</b>   | <b>Развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг</b>  |   |   |         |   |  |      |      |      |      |   |  |
| 1.1.     | Разработка и реализация стратегии развития потребительского рынка и услуг городского округа Химки Московской области до 2018 года | 1.Разработка и утверждение стратегии, 2014 г.<br>2. Поэтапная реализация положений стратегии, в том числе посредством разработки и принятия соответствующих их нормативных актов, 2018 г.<br>3.Анализ и мониторинг реализации стратегии, 2018 г. | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018                                 |         | За счет средств, выделяемых на обеспечение деятельности Управления предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области |  |      |      |      |      | Управление предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области, Химкинская торгово – промышленная палата | Определени<br>е<br>приоритетн<br>ых<br>направлени<br>й развития<br>потребител<br>ьского<br>рынка и<br>услуг. |
| 1.2.     | Разработка мер по   | 1.Проведение   | Средства бюджета  | 2014-2018                                 |         | За счет средств, выделяемых на обеспечение деятельности Управления  |  |      |      |      |      | Управление  | Размещение   |

|  |  |   |  |  |  |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|--|--|--|
|  | рациональному размещению объектов потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области. | анализа обеспеченности населения муниципально го образования площадью торговых объектов, их доступности с учетом специфики застройки, форматов и специализации , 2014 г.<br>2. Разработка рекомендаций по рациональному размещению торговых объектов с учетом проведенного анализа, 2014г.<br>3. Информационная поддержка хозяйствующих субъектов, реализующих инвестиционные проекты в сфере развития инфраструктуры оптовой и розничной торговли, 2014-2018 гг.<br>4. Создание условий по реализации инвестиционных проектов, направленных на создание объектов оптовой торговли, выполняющих дистрибуторские | городского округа Химки Московской области |  |  | предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области | предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области, Химкинская торгово – промышленная палата | объектов потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области с учетом потребности в данных объектах и их доступности |
|--|--|---|--|--|--|--|--|--|

|      |   |   |                        |           |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
|------|---|---|------------------------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|---|---|
|      |   | кие функции и непосредственно обслуживающих товаропотоков, 2014-2018 гг.  |                        |           |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 1.3. | Ввод (строительство) новых современных мощностей инфраструктуры потребительского рынка и услуг в том числе ориентированных на обслуживание социально незащищенных категорий граждан . | 1.Определение потребностей городского округа Химки в количестве и специализации объектов потребительского рынка и услуг, 2014 гг.<br>2.Привлечение инвесторов с целью строительства (реконструкции) объектов потребительского рынка и услуг, 2014-2018 гг.<br>3..Информационная поддержка хозяйствующих субъектов, реализующих инвестиционные проекты в сфере развития инфраструктуры потребительского рынка и услуг, 2014-2018 гг. | Итого                  | 2014-2018 |  |  |  |  |  |  |  | Управление предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области, Химкинская торгово – промышленная палата | Обеспечение современных мощностям и инфраструктуры потребительского рынка и услуг и повышение качества обслуживания |
|      |   |   | Внебюджетные источники | 2014-2018 |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 1.4. | Строительство (реконструкция) зданий для  | 1.Проведение мониторинга организации и  | Итого                  | 2014-2018 |  |  |  |  |  |  |  | Министерство потребительских  | Организация деятельности  |
|      |   |   | Внебюджетные           | 2014-2018 |  |  |  |  |  |  |  |   |   |

|  |   |  |           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   |
|--|---|--|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|
|  | размещения розничных рынков (в том числе сельскохозяйственных и сельскохозяйственных кооперативных рынков с 2015 года) на территории городского округа Химки Московской области | деятельности розничных рынков на предмет их соответствия требованиям законодательства РФ, в том числе в части осуществления продажи товаров в капитальных зданиях, строениях, сооружениях для универсальных рынков и готовности с/х и с/х кооперативных рынков перейти с 1 января 2015 года в капитальные здания, строения, сооружения, 2014-2015 гг. 2.Привлечение инвесторов с целью строительства (реконструкции) розничных рынков, 2014-2018 гг. 3..Информационная поддержка хозяйствующих субъектов, реализующих инвестиционные проекты в сфере развития инфраструктуры розничной торговли на | источники |  |  |  |  |  |  |  |  | кого рынка и услуг Московской области<br><br>Администрация городского округа Химки | и розничных рынков в соответствии с требованиями законодательства |
|--|---|--|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|

|     |  |   |   |           |   |  |  |  |  |  |  |   |  |
|-----|--|---|---|-----------|---|--|--|--|--|--|--|---|--|
|     |  | рынках, 2014-2018 гг.   |   |           |   |  |  |  |  |  |  |   |  |
| 1.5 | Мониторинг разработки, утверждения и исполнения в городском округе Химки Московской области схем размещения нестационарных торговых объектов, а также мониторинг мер, направленных на демонтаж нестационарных торговых объектов, размещение которых не соответствует схеме размещения нестационарных торговых объектов | Сбор информации об исполнении распоряжения Министерства потребительского рынка и услуг Московской области от 27.12.12 №32-р "Об утверждении Порядка разработки и утверждения органами местного самоуправления муниципальных образований Московской области схем размещения нестационарных торговых объектов", в том числе: 1. от муниципальных образований МО о сроках проведения конкурсов на разработку архитектурных решений нестационарных торговых объектов о результатах инвентаризации и существующих торговых объектов, ежегодно. 2. Ведение реестра размещения | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | За счет средств, выделяемых на обеспечение деятельности Управления предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области |  |  |  |  |  |  | Управление предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области, АТО Администрации г.о. Химки, Химкинская торгово – промышленная палата | Выявление нарушений при размещении нестационарных торговых объектов, анализ принятых мер, направленных на устранение нарушений |



|     |  |  |   |           |   |  |  |
|-----|--|--|---|-----------|---|--|--|
|     |  | <p>нестационарных торговых объектов, в том числе незаконных, постоянно.3. от муниципальных образований Московской области о фактическом исполнении победителем конкурса условий договора, ежегодно.4. Сбор информации о схемах размещения нестационарных торговых объектов (о внесении изменений в схемы), ежегодно.</p> |   |           |   |  |  |
| 1.6 | Согласование сводного перечня мест проведения ярмарок с участием производителей сельскохозяйственной продукции Московской области и ведение реестра ярмарок. | <p>Разработка и заключение Соглашения Администрации и городского округа Химки Московской области с Министерством потребительского рынка и услуг МО и Министерством сельского хозяйства МО о сотрудничестве при проведении ярмарок с участием</p>   | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | За счет средств, выделяемых на обеспечение деятельности Управления предпринимательства и сферы услуг городского округа Химки Московской области | <p>Министерство о потребительского рынка и услуг Московской области</p> <p>Министерство о сельского хозяйства и продовольствия Московской области</p> <p>Администрация городского округа Химки</p> | <p>Поддержка сельхоз производителей путем обеспечения дополнительной возможностью для реализации своей продукции в рамках проведения ярмарок</p> |

|       |   |  |   |           |  |  |  |  |  |  |  |  |   |
|-------|---|--|---|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|---|
|       |   | сельхоз<br>производителе<br>й, 2014 г.   |   |           |  |  |  |  |  |  |  | Московской<br>области  |   |
| 1.7   | Организация и<br>проведение областных<br>тематических ярмарок<br>с участием субъектов<br>малого и среднего<br>предпринимательства           | 1.Формирован<br>ие<br>предложений о<br>тематике,<br>месте и<br>времени<br>проведения<br>областных<br>ярмарок на<br>каждый год.<br>2.Разработка<br>проекта<br>распоряжения<br>главы<br>городского<br>округа Химки<br>о проведении<br>ярмарки.<br>3.Организация<br>ярмарки, в том<br>числе<br>привлечение<br>для участия в<br>ярмарке<br>субъектов<br>малого и<br>среднего<br>предпринимат<br>ельства<br>Ежегодно, по<br>мере<br>проведения. | Итого   | 2014-2018 | 0  |  |  |  |  |  |  | Министерств<br>о<br>потребительс<br>кого рынка и<br>услуг<br>Московской<br>области<br><br>Администра<br>ция<br>городского<br>округа<br>Химки<br>Московской<br>области<br><br>Химкинская<br>торгово –<br>промышленн<br>ая палата<br><br>Химкинская<br>палата<br>ремесел | Расширение<br>сбыта<br>товаров,<br>популяриза<br>ция<br>ярмарочны<br>х<br>мероприяти<br>й среди<br>населения    |
|       |   |  | Средства бюджета<br>Московской<br>области                               | 2014-2018 | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.1 | «Товары народных<br>промыслов   |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.2 | «Сад-огород»<br>(Открытие дачного<br>сезона)  |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.3 | «Богатство природы и<br>плодородия»   |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.4 | «Школьный базар»  |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.5 | «Дары осени»  |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.6 | « Масленица»  |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.7 | «Новогодняя»  |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.8 | «Книжная»   |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.7.9 | «Международная»   |  |   |           | 0  |  |  |  |  |  |  |  |   |
| 1.8   | Организация и<br>проведение<br>«социальных» акций<br>для обладателей<br>социальных карт<br>городского округа<br>Химки Московской<br>области | 1.Составление<br>дислокации<br>социальных<br>ярмарок<br>2.Разработка и<br>утверждение<br>постановления<br>главы<br>городского<br>округа Химки<br>3.Контроль<br>качества<br>реализованной<br>продукции  | Средства бюджета<br>городского округа<br>Химки<br>Московской<br>области | 2014-2018 | За счет средств, выделяемых на обеспечение деятельности Управления предпринимательства и сферы<br>услуг городского округа Химки Московской области |  |  |  |  |  |  | Администра<br>ция<br>городского<br>округа<br>Химки<br>московской<br>области,<br>Химкинская<br>торгово –<br>промышленн<br>ая палата,<br>Химкинская<br>палата<br>ремесел,<br>Хозяйствую<br>щие<br>субъекты,  | Возможнос<br>ть<br>приобретен<br>ия товаров<br>по<br>сниженным<br>ценам<br>льготными<br>категориям<br>и граждан |

[illegible]

|       |   |   |   |           |          |           |          |          |          |          |          |   |   |
|-------|---|---|---|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|---|---|
|       |   | формы для участников команды; сбор заявок, формирование команды.  | Средства бюджета городского округа Химки Московской области |           |          |           |          |          |          |          |          |   |   |
| 1.9.3 | Подготовка команды городского округа Химки, в составе команды Московской области, к Чемпионату России по парикмахерскому искусству, декоративной косметики, моделированию | 9. Оказание консультационных услуг специалистов, занятых подготовкой сборной команды;   | Средства бюджета Московской области                         |           | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |   |   |
|       | ИТОГО по задаче 1:  |   | Итого   | 2014-2018 | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |   |   |
|       |   |   | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |   |   |
|       |   |   | Внебюджетные источники                                      | 2014-2018 | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |   |   |
| 2.    | Задача 2  | Реализация некоторых мер по защите прав потребителей в сфере торговли, общественного питания и бытовых услуг  |   |           |          |           |          |          |          |          |          |   |   |
| 2.1   | Улучшение качества обслуживания, путем защиты прав потребителей.  | 1.Предоставление консультаций по вопросам защиты прав потребителей.<br>2.Составление претензий и исковых заявлений в суды.<br>3.Сопровождение в защиту прав потребителей в судах<br>4.Проведение проверок по жалобам потребителей.<br>5.Проведение лабораторных | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | 4 000,00 | 24 360,00 | 4 200,00 | 4 590,00 | 4 890,00 | 5 190,00 | 5490 ,00 | Муниципальное бюджетное учреждение «Центр защиты прав потребителей, контроля качества товаров и оказания услуг» | 1. Повышение правовой грамотности жителей городского округа Химки.<br>2. Восстановление нарушенных прав потребителей.<br>3. Восстановление нарушенных прав потребителей<br>4. |

|           |  |   |  |           |          |           |          |          |          |          |          |   |   |
|-----------|--|---|--|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|---|---|
|           |  | исследований<br>продуктов<br>питания.           |  |           |          |           |          |          |          |          |          |   | Улучшение<br>качества<br>реализуемы<br>х товаров и<br>услуг.<br>5.Недопуще<br>ние<br>недоброкач<br>ественных<br>товаров на<br>рынок |
|           | ИТОГО по задаче 2:   |   | Итого  | 2014-2018 | 4 000,00 | 24 360,00 | 4 200,00 | 4 590,00 | 4 890,00 | 5 190,00 | 5 490,00 |   |   |
| <b>3.</b> | <b>Задача 3</b>  | <b>Реализация социального проекта «Ветеран»</b> |  |           |          |           |          |          |          |          |          |   |   |
| 3.1       | Частичная<br>компенсация затрат<br>социальных<br>предприятий на<br>приобретение<br>основных и<br>пополнение<br>оборотных средств |   | Средства бюджета<br>городского округа<br>Химки Московской<br>области | 2014-2018 | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | Управлени<br>е<br>предприни<br>мательства<br>, торговли<br>и сферы<br>услуг г.о.<br>Химки,<br>Химкинска<br>я торгово-<br>промышле<br>нная<br>палата | Развитие и<br>поддержка<br>социальног<br>о<br>предприним<br>ательства   |

|      |   |   |   |           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3.2. | Подготовка и реализация социального проекта «Ветеран» в сфере бытового обслуживания и продажи непродовольственных товаров | 1). Принять постановление главы городского округа Химки Московской области о реализации данного социального проекта;<br>2). Заключение соглашения о реализации проекта с предприятиями бытовой сферы;<br>3). Создать дислокацию социально-бытового обслуживания в шаговой доступности;<br>4). Обеспечить АСУ все точки бытового обслуживания<br>5) Сформировать ценовую политику<br>6) Осуществлять еженедельный мониторинг цен | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | Управление предпринимательства, торговли и сферы услуг г.о. Химки, Химкинская торгово-промышленная палата | оказание услуг льготным категориям граждан по сниженным ценам |
|------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|



## **1. Характеристика потребительского рынка и услуг, прогноз развития ситуации с учетом реализации подпрограммы «Развитие потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области»**

Оборот розничной торговли городского округа Химки Московской области в 2012 г. составил 66 364 479 руб., что выше аналогичного показателя 2011 г. на 0,3 процента (в сопоставимых ценах). В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 22,5 процента, непродовольственных - 77,5 процентов.

Доля рынков в обороте розничной торговли городского округа Химки Московской области в 2012 г. составляла 1,69 процента (в 2010 г. – 1,93 процента).

Потребительский спрос на товары и услуги определяется уровнем и динамикой доходов населения, распределением населения по доходным группам. Рост уровня и качества жизни в городском округе Химки Московской области ведет к увеличению покупательской способности населения, возрастанию потребления основных продуктов питания и увеличению покупок непродовольственных товаров. Однако, существуют группы потребителей с особо низким уровнем доходов. Для реализации задачи по их поддержке в городском округе Химки с 2005 года реализуется муниципальная социальная программа «Ветеран», и широко развита социальная направленность бизнеса. Многие предприниматели города являются участниками социальной программы, в рамках которой не только занимаются благотворительностью, но более того, ведут свой бизнес совместно с ежедневной заботой о ветеранах, инвалидах, многодетных семьях.

Программа «Ветеран» обслуживает около 50 тысяч человек. 21 категория льготников имеет право приобретать наиболее значимые продукты питания потребительской корзины и медицинские препараты первой необходимости по сниженным ценам в 25 магазинах и 16 аптеках города. 38 предприятий городского округа Химки имеют свидетельства об аккредитации как социально-ориентированные предприятия.

В социальных отделах «Ветеран» льготные категории граждан имеют возможность ежедневно с 10:00 до 20:00 часов покупать практически по себестоимости (торговая наценка не превышает 5%) наиболее важные продукты питания (60 наименований: хлебобулочная, молочная, бакалейная, овощная, консервная, масложировая, колбасная продукция и мясные деликатесы). Также с 15% скидкой от розничной цены расширенный ассортимент (126 наименований) наиболее востребованных лекарственных препаратов. Перечень лекарств согласован с Управлением здравоохранения г.о. Химки, а также учтены пожелания самих льготников.

Социальная программа «Ветеран» значима и востребована среди Химчан. Прямым доказательством чего являются официальные данные, получаемые по



автоматизированной системе учета. Существенная экономия денежных средств жителей возможна за счет покупки товаров и лекарственных препаратов по низким ценам. По итогам I-го полугодия 2013 года общий товарооборот по социальной сети составил свыше 41,5 млн. рублей, сумма экономии по социальной сети составила свыше 8,9 млн. рублей, что, в свою очередь, способствует снижению социальной напряженности в округе.



Дополнительно в 2014-2018 гг. запланировано осуществление поддержки предприятий, оказывающих бытовые услуги, такие как: парикмахерские услуги, услуги ателье, бань и душевых, ремонта обуви, электроприборов, металлоремонт, фотоуслуги.

Малый бизнес играет существенную роль в развитии потребительского рынка в городском округе Химки Московской области.

Проблемой развития малого и среднего предпринимательства потребительского рынка городского округа Химки Московской области по-прежнему остается недостаток финансовых средств. Процесс кредитования малого и среднего бизнеса в торговле развит недостаточно и характеризуется высокими процентными ставками по кредитам, большим количеством документов, необходимых для доступа к кредитным ресурсам, короткими сроками возврата кредита. Существенно различаются по микрорайонам городского округа Химки уровни обеспеченности розничной торговой сетью, предприятиями общественного питания и бытовых услуг.

Обеспеченность торговыми площадями в 2012 году составила 2216,6 м<sup>2</sup> на 1 тысячу жителей.

Обеспеченность услугами общественного питания в 2012 году составила 68 посадочных мест на 1000 жителей, бытовыми услугами - 3 рабочих места на 1000 жителей. На территории многих микрорайонов городского округа Химки Московской области высокие общие показатели обеспеченности в сфере бытового обслуживания формируются такими видами бытовых услуг, как «Ремонт и строительство жилья», «Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств». Социально значимые виды бытовых услуг,

восстанавливающие утраченные потребительские свойства предметов личного пользования и домашнего обихода, поддерживающие санитарно-гигиеническое состояние человека (услуги химчистки, прачечных, бань и душевых, ремонта одежды и др.), развиты недостаточно.

На территории городского округа Химки Московской области с разрешениями работают 2 рынка, в том числе 2 универсальных.

За период с 2009 г. количество рынков в городском округе Химки Московской области сократилось почти на 78 процентов. Количество торговых мест на рынках снизилось за тот же период на 73 процента: с 739 до 196. Процесс реорганизации рыночной торговли осуществляется в рамках исполнения Федерального закона от 30.12.2006 № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации».

С 1 января 2013 года для организации деятельности по продаже товаров на рынках, за исключением сельскохозяйственных рынков и сельскохозяйственных кооперативных рынков независимо от мест их нахождения, управляющие рынками компании вправе использовать исключительно капитальные здания, строения, сооружения. Использование в этих целях временных сооружений запрещается. В отношении сельскохозяйственных рынков и сельскохозяйственных кооперативных рынков данные требования применяются с 1 января 2015 года.

Рынки реконструируются в современные торговые центры, что соответствует требованиям цивилизованной торговли европейского уровня и современным технологиям розничной торговли. Преобразование рынков способствует повышению уровня контролируемости качества и безопасности реализуемых товаров, а также наведению порядка в трудоустройстве мигрантов.

Помимо розничной торговли в стационарных объектах, торговое обслуживание жителей городского округа Химки Московской области осуществляется посредством нестационарной и ярмарочной торговли.

В городском округе Химки Московской области функционирует порядка 350 объекта нестационарной торговли, это павильоны, палатки и киоски. По сравнению с 2010 г. количество нестационарных объектов розничной торговли выросло на 11 процентов.

На сегодняшний день необходимость в увеличении числа объектов нестационарной торговли в городском округе Химки Московской области отсутствует.

В соответствии с Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», распоряжением Министерства потребительского рынка и услуг Московской области от 21.09.2011 № 17-Р «Об утверждении Порядка разработки и утверждения органами местного самоуправления муниципальных образований Московской области схем размещения нестационарных торговых объектов», размещение нестационарных объектов розничной торговли в муниципальных образованиях Московской области должно быть

регламентировано схемой размещения нестационарных торговых объектов. К концу 2012 г. такая схема была утверждена Постановлением Администрации городского округа Химки от 13.12.2012 № 1787

В 2012 г. на территории городского округа Химки Московской области проведено 89 ярмарок (рост на 10 процентов по сравнению с 2011 г.). Ярмарочная торговля обеспечивает потребителя свежей продукцией местных производителей и производителей из других регионов Российской Федерации, а последним, в свою очередь, дает возможность реализовать свой товар.

Постановлением Правительства Московской области от 07.11.2012 № 1394/40 «Об утверждении Порядка организации ярмарок на территории Московской области и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них» определены общие требования к единообразию в стилистическом оформлении ярмарочных мероприятий. С 01 января 2013 г. введены четкие ограниченные сроки проведения ярмарок. На основании утвержденных муниципальными правовыми актами предложений органов местного самоуправления муниципальных образований Московской области сформирован сводный перечень мест проведения ярмарок. На 2013 год в сводный перечень мест проведения ярмарок внесено 45 площадок.

Система товароснабжения городского округа характеризуется явным недостатком объектов, выполняющих дистрибьюторские функции и непосредственно обслуживающих товаропоток.

До настоящего времени значительное количество объектов торговли и бытовых услуг имеют конструктивные неустранимые недостатки, мешающие внедрению на них современных технологий, требуют реконструкции и обновления технологического оборудования.

В 2012 году муниципальным бюджетным учреждением «Центр защиты прав потребителей, контроля качества товаров и оказания услуг» было дано 898 консультаций жителям городского округа Химки. Составлено 51 претензия и иски в суд по вопросам нарушений прав потребителей. Принято участие в 101 судебном заседании.

Проведено 496 проверок реализации товаров в предприятиях торговли, 216 проверок предельно допустимых цен лекарственных препаратов в аптеках, 112 проверок организации питания в детских образовательных учреждениях. Проведены лабораторные исследования 111 продуктов питания, реализуемых в торговых объектах.

Возвращено потребителям за некачественные товары и услуги – 4 321 713 рублей.

Анализ обращений граждан, выявленных нарушений прав потребителей указывает на необходимость совершенствования системы защиты прав потребителей, контроля качеств товаров и оказания услуг в рамках ФЗ «О защите прав потребителей», адекватной постоянно развивающемуся потребительскому рынку и сфере услуг; повышение эффективности защиты

прав потребителей, повышение уровня правовой грамотности и информированности населения в вопросах защиты прав потребителей, стимулирование повышения качества товаров (работ, услуг), предоставляемых на потребительском рынке городского округа Химки.

Несмотря на динамичное развитие потребительского рынка на территории городского округа Химки Московской области, сохраняется ряд проблем, которые необходимо решать программными методами, к ним относятся:

- недостаточное количество социально-ориентированных объектов общественного питания и бытовых услуг;
- недостаток объектов оптового звена, выполняющих дистрибьюторские функции и непосредственно обслуживающих товаропоток;
- недостаточное развитие сельскохозяйственных розничных рынков на территории городского округа Химки Московской области, предоставляющих торговые места гражданам и фермерам;
- недостаточное развитие фирменных торговых объектов, реализующих продукцию предприятий пищевой, перерабатывающей промышленности и сельхозпроизводителей Московской области.

В результате реализации программы, в городском округе Химки Московской области должны быть достигнуты установленные нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, общественного питания и бытовых услуг.

Повышение территориальной доступности товаров для потребителей городского округа Химки Московской области будет достигнуто также за счет частичного сохранения и упорядочения размещения нестационарных торговых объектов.

Повышение ценовой доступности услуг для социально незащищённых категорий граждан будет достигнуто за счет прироста количества социально ориентированных предприятий общественного питания, сохранения и развития рыночной торговли, в том числе, торговли на сельскохозяйственных рынках, расширения ярмарочной торговли. На территории городского округа Химки Московской области планируется организовать специализированную тематическую ярмарочную торговлю, приуроченную к определенным временам года и праздникам.

Для стимулирования притока инвестиций в развитие торговли, общественного питания и бытовых услуг необходимо:

- поддерживать благоприятный инвестиционный климат на территории городского округа Химки Московской области, способствующий привлечению инвестиций в строительство новых объектов;
- создавать и реализовывать высокоэффективные инвестиционные проекты, создающие новые рабочие места;
- создавать благоприятные условия для развития предприятий малого и среднего бизнеса.

Актуальность реализации мер по защите прав потребителей в сфере торговли, общественного питания, бытовых услуг и похоронного дела на территории Московской области требует взаимодействия Администрации городского округа Химки и общественных объединений потребителей. Скоординированная деятельность данных органов и проведение комплексных проверок предприятий потребительского рынка и услуг на основании обращений граждан позволит повысить качество контрольных мероприятий.

Большое значение в данном процессе имеет дальнейшее развитие и совершенствование систем добровольной сертификации и категорирования в сфере потребительского рынка и услуг.

Для повышения информированности населения городского округа Химки Московской области в вопросах защиты прав потребителей предусматривается размещение актуальной информации по данным вопросам на интернет-сайте.

Скоординированная работа органов местного самоуправления и общественных объединений потребителей позволит сократить количество нарушений законодательства о защите прав потребителей, развить систему правового обучения и просвещения потребителей, повысить правовую грамотность потребителей и предпринимателей, будет достигнута цель муниципальной подпрограммы по повышению социально-экономической эффективности потребительского рынка городского округа Химки Московской области посредством создания условий для наиболее полного удовлетворения потребностей населения в качественных товарах и услугах, обеспечения устойчивого функционирования и сбалансированного развития различных видов, типов и способов торговли, общественного питания и бытового обслуживания. Выполнение поставленной цели в муниципальной подпрограмме будет сопровождаться поставленными задачами: развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг, реализация некоторых мер по защите прав потребителей в сфере торговли, общественного питания и бытовых услуг, а также реализация социального проекта «Ветеран».

**Оценка влияния изменения объема финансирования на изменение значений  
целевых показателей эффективности реализации Подпрограммы  
«Развитие потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области»**

**Таблица 1. При увеличении бюджетных ассигнований, направляемых на реализацию подпрограммы на 5%**

| Наименование показателя  | Целевое значение показателя, в соответствии с подпрограммой |    | Изменение целевых значений показателя при увеличении объема финансирования мероприятий подпрограммы |    | Наименование дополнительных мероприятий, для реализации в случае увеличения объемов финансирования подпрограммы | Объем финансирования дополнительного мероприятия |
|--|---|----|---|----|---|--|
| 1.17. Количество проводимых областных тематических ярмарок         | Очередной финансовый год                                    | 8  | 2014  | 8  | Очередной финансовый год<br>Широкое участие творческих коллективов в культурно-массовой программе ярмарки       | 825  |
|  | 1-й год планового периода                                   | 8  | 2015  | 8  |   | 850  |
|  | 2-й год планового периода                                   | 9  | 2016  | 9  |   | 973,6  |
|  | 3-й год планового периода                                   | 9  | 2017  | 9  |   | 978,6  |
|  | 4-й год планового периода                                   | 10 | 2018  | 10 |   | 980  |
| 1.18 Количество проводимых конкурсов, чемпионатов, направленных на | Очередной финансовый год                                    | 8  | 2014  | 8  | Очередной финансовый год<br>Дополнительное проведение «мастер-классов», расширение программы конкурсов          | 1150   |
|  | 1-й год планового   | 8  | 2015  | 8  |   | 1207,5   |

|   |                           |   |      |     |                           |  |        |
|---|---------------------------|---|------|-----|---------------------------|--|--------|
| популяризацию и повышение престижа профессий работников торговли и услуг  | периода                   |   |      |     | периода                   |  |        |
|   | 2-й год планового периода | 8 | 2016 | 8   | 2-й год планового периода |  | 1267,9 |
|   | 3-й год планового периода | 8 | 2017 | 8   | 3-й год планового периода |  | 1331,3 |
|   | 4-й год планового периода | 8 | 2018 | 8   | 4-й год планового периода |  | 1397,9 |
| 1.19. Количество доставок товаров автолавками и автомагазинами в сельские населенные пункты Московской области по утвержденному графику | Очередной финансовый год  | 2 | 2014 | 2,1 | Очередной финансовый год  | Увеличение количества доставок товаров в сельские населенные пункты  | 462,2  |
|   | 1-й год планового периода | 2 | 2015 | 2,1 | 1-й год планового периода |  | 485,3  |
|   | 2-й год планового периода | 2 | 2016 | 2,1 | 2-й год планового периода |  | 509,1  |
|   | 3-й год планового периода | 2 | 2017 | 2,1 | 3-й год планового периода |  | 533,5  |
|   | 4-й год планового периода | 2 | 2018 | 2,1 | 4-й год планового периода |  | 558,6  |
| 1.21. Количество международных (межрегиональных) выставок, в которых принимает участие подмосковный потребительский рынок               | Очередной финансовый год  | 3 | 2014 | 3   | Очередной финансовый год  | Привлечение рекламных и PR-агентств к оформлению выставочных стендов, использованию возможностей выставок как действенного механизма активизации развития потребительского рынка и услуг | 423,8  |
|   | 1-й год планового периода | 4 | 2015 | 4   | 1-й год планового периода |  | 561,5  |
|   | 2-й год планового периода | 4 | 2016 | 4   | 2-й год планового периода |  | 586,7  |
|   | 3-й год планового периода | 4 | 2017 | 4   | 3-й год планового периода |  | 617,5  |
|   | 4-й год планового периода | 4 | 2018 | 4   | 4-й год планового периода |  | 645,5  |

|  |                           |     |      |     |                           |   |       |
|--|---------------------------|-----|------|-----|---------------------------|---|-------|
|  | периода                   |     |      |     | периода                   |   |       |
| 2.4. Количество военно-мемориальных объектов на кладбищах, приведенных в надлежащее содержание   | Очередной финансовый год  | 29  | 2014 | 29  | Очередной финансовый год  | Увеличение работ по реконструкции, ремонту и обустройству военно-мемориальных объектов на кладбищах                           | 173,7 |
|  | 1-й год планового периода | 62  | 2015 | 62  | 1-й год планового периода |   | 182,4 |
|  | 2-й год планового периода | 95  | 2016 | 95  | 2-й год планового периода |   | 191,5 |
|  | 3-й год планового периода | 128 | 2017 | 128 | 3-й год планового периода |   | 201,1 |
|  | 4-й год планового периода | 161 | 2018 | 161 | 4-й год планового периода |   | 211,1 |
| 2.5. Количество кладбищ, созданных для нужд муниципальных образований, испытывающих дефицит в местах захоронения и не имеющих на своей территории свободных земельных участков, находящихся в муниципальной собственности, а также земельных участков, государственная собственность на которые не | Очередной финансовый год  | 2   | 2014 | 2   | Очередной финансовый год  | Проведение дополнительных работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 181,4 |
|  | 1-й год планового периода | 5   | 2015 | 5   | 1-й год планового периода | Проведение дополнительных работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 272,1 |
|  | 2-й год планового периода | 8   | 2016 | 8   | 2-й год планового периода | Проведение дополнительных работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 272,1 |
|  | 3-й год планового периода | 11  | 2017 | 11  | 3-й год планового периода | Проведение дополнительных работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований                    | 272,1 |



|  |                                 |    |      |     |                                 |  |          |
|--|---------------------------------|----|------|-----|---------------------------------|--|----------|
| разграничена,<br>пригодных для<br>размещения кладбищ   |                                 |    |      |     |                                 | Московской области   |          |
|  | 4-й год<br>планового<br>периода | 14 | 2018 | 14  | 4-й год<br>планового<br>периода | Проведение дополнительных работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области                                    | 272,1    |
| 4.1. Охват<br>учащихся<br>образовательных<br>учреждений<br>горячим питанием  | Очередной<br>финансовый<br>год  | 77 | 2014 | 80  | Очередной<br>финансовый<br>год  | Осуществление дополнительных мероприятий по увеличению количества учащихся, обеспеченных горячим питанием  | 12256,11 |
|  | 1-й год<br>планового<br>периода | 80 | 2015 | 85  | 1-й год<br>планового<br>периода |  | 9871,64  |
| 4.2. Удельный вес<br>договоров на<br>поставки<br>продовольственных<br>товаров, оказание<br>услуг по<br>организации<br>питания,<br>заключаемых<br>учреждениями<br>социальной сферы<br>с использованием<br>открытой<br>электронной<br>площадки | Очередной<br>финансовый<br>год  | 40 | 2014 | 50  | Очередной<br>финансовый<br>год  | Активизация работы по совершенствованию системы функционирования открытой электронной площадки   | 2626,31  |
|  | 1-й год<br>планового<br>периода | 95 | 2015 | 100 | 1-й год<br>планового<br>периода |  | 2115,35  |
| 4.3. Обеспечение<br>соответствия<br>пищевой ценности<br>рационов питания в<br>учреждениях<br>социальной сферы<br>суточным<br>физиологическим<br>нормам<br>потребления  | Очередной<br>финансовый<br>год  | 50 | 2014 | 55  | Очередной<br>финансовый<br>год  | Проведение дополнительного мониторинга соответствия пищевой ценности рационов питания суточным физиологическим нормам потребления в учреждениях социальной сферы | 2626,31  |
|  | 1-й год<br>планового<br>периода | 80 | 2015 | 85  | 1-й год<br>планового<br>периода |  | 2115,35  |

Таблица 2. При уменьшении бюджетных ассигнований, направляемых на реализацию подпрограммы на 5%

| Наименование показателя   | Целевое значение показателя, в соответствии с подпрограммой |    | Изменение целевых значений показателя при уменьшении объема финансирования мероприятий подпрограммы |    | Наименование мероприятий, которые будут исключены из подпрограммы, в случае уменьшения объемов ее финансирования |   | Экономия бюджетных средств, в результате исключения мероприятия из подпрограммы |
|---|---|----|---|----|--|---|---|
| 1.17. Количество проводимых областных тематических ярмарок  | Очередной финансовый год                                    | 8  | 2014  | 8  | Очередной финансовый год   | Уменьшение количества культурно-массовых программ при проведении ярмарки  | 825   |
|   | 1-й год планового периода                                   | 8  | 2015  | 8  | 1-й год планового периода  | Уменьшение количества культурно-массовых программ при проведении ярмарки  | 850   |
|   | 2-й год планового периода                                   | 9  | 2016  | 9  | 2-й год планового периода  | Уменьшение количества культурно-массовых программ при проведении ярмарки  | 973,6   |
|   | 3-й год планового периода                                   | 9  | 2017  | 9  | 3-й год планового периода  | Уменьшение количества культурно-массовых программ при проведении ярмарки  | 978,6   |
|   | 4-й год планового периода                                   | 10 | 2018  | 10 | 4-й год планового периода  | Уменьшение количества культурно-массовых программ при проведении ярмарки  | 980   |
| 1.18 Количество проводимых конкурсов, чемпионатов, направленных на популяризацию и повышение престижа профессий работников торговли и услуг | Очередной финансовый год                                    | 8  | 2014  | 8  | Очередной финансовый год   | Уменьшение количества проводимых «мастер-классов» и мероприятий конкурсов | 1150  |
|   | 1-й год планового периода                                   | 8  | 2015  | 8  | 1-й год планового периода  | Уменьшение количества проводимых «мастер-классов» и мероприятий конкурсов | 1207,5  |
|   | 2-й год планового периода                                   | 8  | 2016  | 8  | 2-й год планового периода  | Уменьшение количества проводимых «мастер-классов» и мероприятий конкурсов | 1267,9  |
|   | 3-й год планового периода                                   | 8  | 2017  | 8  | 3-й год планового периода  | Уменьшение количества проводимых «мастер-классов» и мероприятий конкурсов | 1331,3  |

|   |                                 |    |                                 |     |                                 |   |        |
|---|---------------------------------|----|---------------------------------|-----|---------------------------------|---|--------|
|   | 4-й год<br>планового<br>периода | 8  | 2018                            | 8   | 4-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение количества проводимых «мастер-классов» и мероприятий конкурсов | 1397,9 |
| 1.19. Количество доставок товаров автолавками и автомагазинами в сельские населенные пункты Московской области по утвержденному графику | Очередной финансовый год        | 2  | 2014                            | 1,9 | Очередной финансовый год        | Уменьшение количества доставок товаров в сельские населенные пункты       | 462,2  |
|   | 1-й год<br>планового<br>периода | 2  | 2015                            | 1,9 | 1-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение количества доставок товаров в сельские населенные пункты       | 485,3  |
|   | 2-й год<br>планового<br>периода | 2  | 2016                            | 1,9 | 2-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение количества доставок товаров в сельские населенные пункты       | 509,1  |
|   | 3-й год<br>планового<br>периода | 2  | 2017                            | 1,9 | 3-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение количества доставок товаров в сельские населенные пункты       | 533,5  |
|   | 4-й год<br>планового<br>периода | 2  | 2018                            | 1,9 | 4-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение количества доставок товаров в сельские населенные пункты       | 558,6  |
| 1.21. Количество международных (межрегиональных) выставок, в которых принимает участие подмосковный потребительский рынок               | Очередной финансовый год        | 3  | Очередной финансовый год        | 3   | Очередной финансовый год        | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов     | 423,8  |
|   | 1-й год<br>планового<br>периода | 4  | 1-й год<br>планового<br>периода | 4   | 1-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов     | 561,5  |
|   | 2-й год<br>планового<br>периода | 4  | 2-й год<br>планового<br>периода | 4   | 2-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов     | 586,7  |
|   | 3-й год<br>планового<br>периода | 4  | 3-й год<br>планового<br>периода | 4   | 3-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов     | 617,5  |
|   | 4-й год<br>планового<br>периода | 4  | 4-й год<br>планового<br>периода | 4   | 4-й год<br>планового<br>периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов     | 645,5  |
| 2.4. Количество   | Очередной                       | 29 | Очередной                       | 29  | Очередной                       | Сокращение работ по реконструкции,  | 173,7  |

|   |                           |     |                           |     |                           |  |       |
|---|---------------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------------|--|-------|
| военно-мемориальных объектов на кладбищах, приведенных в надлежащее содержание  | финансовый год            |     | финансовый год            |     | финансовый год            | ремонт и обустройству военно-мемориальных объектов на кладбищах  |       |
|   | 1-й год планового периода | 62  | 1-й год планового периода | 62  | 1-й год планового периода |  | 182,4 |
|   | 2-й год планового периода | 95  | 2-й год планового периода | 95  | 2-й год планового периода |  | 191,5 |
|   | 3-й год планового периода | 128 | 3-й год планового периода | 128 | 3-й год планового периода |  | 201,1 |
|   | 4-й год планового периода | 161 | 4-й год планового периода | 161 | 4-й год планового периода |  | 211,1 |
| 2.5. Количество кладбищ, созданных для нужд муниципальных образований, испытывающих дефицит в местах захоронения и не имеющих на своей территории свободных земельных участков, находящихся в муниципальной собственности, а также земельных участков, государственная собственность на которые не разграничена, пригодных для размещения кладбищ | Очередной финансовый год  | 2   | Очередной финансовый год  | 2   | Очередной финансовый год  | Сокращение работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 181,4 |
|   | 1-й год планового периода | 5   | 1-й год планового периода | 5   | 1-й год планового периода | Сокращение работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 272,1 |
|   | 2-й год планового периода | 8   | 2-й год планового периода | 8   | 2-й год планового периода | Сокращение работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 272,1 |
|   | 3-й год планового периода | 11  | 3-й год планового периода | 11  | 3-й год планового периода | Сокращение работ по благоустройству кладбищ, создаваемых для нужд муниципальных образований Московской области | 272,1 |

|  |                                 |    |                                 |     |                                 |   |          |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|-----|---------------------------------|---|----------|
|  | 4-й год<br>планового<br>периода | 14 | 4-й год<br>планового<br>периода | 14  | 4-й год<br>планового<br>периода | Сокращение работ по благоустройству<br>кладбищ, создаваемых для нужд<br>муниципальных образований Московской<br>области   | 272,1    |
| 4.1. Охват<br>учащихся<br>образовательных<br>учреждений<br>горячим питанием  | Очередной<br>финансовый<br>год  | 77 | Очередной<br>финансовый<br>год  | 80  | Очередной<br>финансовый<br>год  | Снижение доли учащихся образовательных<br>учреждений, охваченных горячим питанием   | 12256,12 |
|  | 1-й год<br>планового<br>периода | 80 | 1-й год<br>планового<br>периода | 85  | 1-й год<br>планового<br>периода |   | 9871,64  |
| 4.2. Удельный вес<br>договоров на<br>поставки<br>продовольственных<br>товаров, оказание<br>услуг по<br>организации<br>питания,<br>заключаемых<br>учреждениями<br>социальной сферы<br>с использованием<br>открытой<br>электронной<br>площадки | Очередной<br>финансовый<br>год  | 40 | Очередной<br>финансовый<br>год  | 50  | Очередной<br>финансовый<br>год  | Снижение количества заключаемых<br>договоров с использованием открытой<br>электронной площадки  | 2626,31  |
|  | 1-й год<br>планового<br>периода | 95 | 1-й год<br>планового<br>периода | 100 | 1-й год<br>планового<br>периода |   | 2115,35  |
| 4.3. Обеспечение<br>соответствия<br>пищевой ценности<br>рационов питания в<br>учреждениях<br>социальной сферы<br>суточным<br>физиологическим<br>нормам<br>потребления  | Очередной<br>финансовый<br>год  | 50 | Очередной<br>финансовый<br>год  | 55  | Очередной<br>финансовый<br>год  | Обеспечение не в полной мере соответствия<br>пищевой ценности рационов питания в<br>учреждениях социальной сферы суточным<br>физиологическим нормам потребления в<br>учреждениях социальной сферы | 2626,31  |
|  | 1-й год<br>планового<br>периода | 80 | 1-й год<br>планового<br>периода | 85  | 1-й год<br>планового<br>периода |   | 2115,35  |

