

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

Подпрограмма II
«Развитие потребительского рынка и сферы услуг на территории городского округа Химки Московской области».

1. 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. Задача 2. Реализация социального проекта «Ветеран». Задача 3. Реализация мероприятий, направленных на популяризацию и повышение престижа профессий работников общественного питания и бытового обслуживания в целях привлечения постоянного населения. | | | | | | | |
| Сроки реализации подпрограммы муниципальной программы | | 2014-2018 годы | | | | | | | |
| Источники финансирования подпрограммы муниципальной программы по годам реализации и главным | Наименование подпрограммы муниципальной программы | ГРБС | Источник финансирования | Расходы (тыс. рублей) | | | | | |
| | | | | 2014 год | 2015 год | 2016 год | 2017 год | 2018 год | Итого |
| | Подпрограмма | Администрация | Всего: | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | 34 360 |

| | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|--------|-------|-------|-------|-------|--------|
| распорядителям бюджетных средств В том числе по годам: | «Развитие потребительского рынка и сферы услуг на территории городского округа Химки Московской области на 2014-2018 годы» | городского округа Химки Московской области | в том числе: | | | | | | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | 34 360 |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | 1.1. Выполнение мероприятий программы Губернатора Московской области «100 бань Подмосковья». | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: | - | - | - | - | - | - |
| | | | в том числе: | | | | | | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - | | |
| | 1.2. Разработка и реализация стратегии развития потребительского рынка и услуг городского округа Химки Московской | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: | - | - | - | - | - | - |
| | | | в том числе: | | | | | | |
| | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - | |

| | | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|------------------------|---|---|---|---|
| | области до 2018 года. | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | 1.3. Разработка мер по рациональному размещению объектов потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | | | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - |
| | | | 1.4. Увеличение мощностей инфраструктуры потребительского рынка и услуг в том числе ориентированных на обслуживание социально незащищенных категорий граждан. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: в том числе: | - | - | - | - |
| | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | | | - | - | - | - | - |
| | Средства бюджета Московской области | - | | | - | - | - | - | - |
| | Средства федерального бюджета | - | | | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | |
|------------------------|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
| | торговых объектов. | | | | | | | | |
| | 1.7. Согласование сводного перечня мест проведения ярмарок с участием производителей сельскохозяйственной продукции Московской области и ведение реестра ярмарок. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: | - | - | - | - | - | - |
| | | | в том числе: | | | | | | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | |
| | 1.8. Организация и проведение областных тематических ярмарок с участием субъектов малого и среднего предпринимательства: 1.8.1. «Товары народных промыслов». 1.8.2. «Сад-огород» (Открытие дачного сезона). 1.8.3. «Богатство природы и плодородия». 1.8.4. «Школьный базар». 1.8.5. «Дары осени». 1.8.6. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: | - | - | - | - | - | - |
| | | | в том числе: | | | | | | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | |
| Внебюджетные источники | | | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | «Масленица». 1.8.7. «Новогодняя». 1.8.8. «Книжная». 1.8.9. «Международная». | | | | | | | | |
| | 1.9. Расходы на обеспечение деятельности (оказания услуг) МБУ «ЦЗПП» (с 08.08.14г. переименовано в Муниципальное бюджетное учреждение городского округа Химки Московской области «Малый бизнес Химки»). | Комитет по управлению имуществом Администрации городского округа Химки | Всего: в том числе: | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | 34 360 |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | 34 360 |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | 2.1. Подготовка и реализация социального проекта «Ветеран» в сфере бытового обслуживания и продажи непродовольственных товаров. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | 2.2. Организация и проведение | Администрация городского | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | «социальных» акций для обладателей социальных карт городского округа Химки Московской области. | округа Химки Московской области | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| 2.3. Модернизация оборудования по социальной программе. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - | |
| | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - | |
| | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - | |
| | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - | |
| | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - | |
| | | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - | |
| | 2.4. Изготовление Химкинских социальных карт. | Администрация городского округа Химки Московской области | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Московской области | | | | | | |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | 3.1. Чемпионат среди субъектов малого и среднего предпринимательства Московской области по кулинарному искусству на Кубок Губернатора Московской области. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| | 3.2. Чемпионат среди субъектов малого предпринимательства в сфере парикмахерского искусства и декоративной косметики на Кубок Губернатора Московской области. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: в том числе: | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 3.3. Подготовка команды городского округа Химки, в составе команды Московской области, к Чемпионату России по парикмахерскому искусству, декоративной косметики, моделированию. | Администрация городского округа Химки Московской области | Всего: | - | - | - | - | - | - |
| | | | в том числе: | | | | | | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства бюджета Московской области | - | - | - | - | - | - |
| | | | Средства федерального бюджета | - | - | - | - | - | - |
| | | | Внебюджетные источники | - | - | - | - | - | - |
| Планируемые результаты подпрограммы муниципальной программы и мероприятий (количественные показатели эффективности реализации подпрограммы муниципальной программы) | | В результате реализации подпрограммы будут достигнуты следующие показатели: - годовой оборот розничной торговли в 2018 году вырастет в физическом выражении на 15% процентов к уровню 2013 года, - количество социально ориентированных предприятий в 2018 году потребительского рынка и услуг увеличится на 15 единиц; - реализация социального проекта «Ветеран» в сфере бытового обслуживания и продажи непродовольственных товаров; - модернизация и ребрендинг сети «Ветеран»; - улучшение качества обслуживания в сфере торговли и бытового обслуживания; - поддержка отечественных производителей сельскохозяйственной продукции; - популяризация и повышение престижа профессий работников торговли и услуг. | | | | | | | |

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

| № п/п | Мероприятия по реализации подпрограммы | Перечень стандартных процедур, обеспечивающих выполнение мероприятий с указанием предельных сроков их исполнения | Источники финансирования | Срок исполнения мероприятия | Всего, 2014-2018 гг. (тыс. руб.) | Объем финансирования по годам, (тыс. руб.) | | | | | Ответственный за выполнение мероприятия подпрограммы | Результаты выполнения мероприятий подпрограммы |
|-------|--|--|---|-----------------------------|----------------------------------|--|-------|-------|-------|-------|--|--|
| | | | | | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 1. | Развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг. | | Итого: | 2014-2018 | 34 360 | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | Администрация городского округа Химки Московской области МБУ «Малый бизнес Химки» | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | 34 360 | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| 1.1. | Выполнение мероприятий программы Губернатора Московской области «100 бань» | 1. Проведение мероприятий по возвращению в | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Комитет по управлению имуществом Администрации | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|---|--|
| | | мониторинг реализации стратегии, 2018 г. | | | | | | | | | | | |
| 1.3 | Разработка мер по рациональному размещению объектов потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области. | 1. Проведение анализа обеспеченности населения муниципального образования площадью торговых объектов, их доступности и с учетом специфики застройки, форматов и специализации, 2014 г. 2. Разработка рекомендаций по рациональному размещению торговых объектов с учетом проведенного анализа, 2014 г. 3. Информационная поддержка хозяйству | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки Московской области | Размещение объектов потребительского рынка и услуг на территории городского округа Химки Московской области с учетом потребности в данных объектах и их доступности | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|------------|---|--------|-----------|---|---|---|---|---|---|-------|-------------|
| | | ших субъектов, реализующих инвестиционные проекты в сфере развития инфраструктуры оптовой и розничной торговли, 2014-2018 г. 4.Создание условий по реализации инвестиционных проектов, направленных на создание объектов оптовой торговли, выполняющих дистрибьюторские функции и непосредственно обслуживающих товаропотоки, 2014-2018 г. | | | | | | | | | | |
| 1.4 | Увеличение | 1.Определе | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел | Обеспечение |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|---|
| | мощностей инфраструктуры потребительского рынка и услуг в том числе ориентированных на обслуживание социально незащищенных категорий граждан . | ние потребности городского округа Химки в количестве и специализации объектов потребительского рынка и услуг, 2014 г. 2.Привлечение инвесторов с целью строительства (реконструкции) объектов потребительского рынка и услуг, 2014-2018 г. 3..Информационная поддержка хозяйствующих субъектов, реализующих инвестиционные проекты в | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки Московской области | современными мощностями инфраструктуры потребительского рынка и услуг и повышение качества обслуживания |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|---|-----------|---|---|---|---|---|---|---|--|--|
| | | сфере развития инфраструктуры потребительского рынка и услуг, 2014-2018 гг. | | | | | | | | | | | |
| 1.5 | Увеличение количества розничных рынков (в том числе сельскохозяйственных и сельскохозяйственных кооперативных рынков с 2015 года) на территории городского округа Химки Московской области | 1.Проведение мониторинга организационной и деятельности розничных рынков на предмет их соответствия требованиям законодательства РФ, в том числе в части осуществления продажи товаров в капитальных зданиях, строениях, | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Министерство потребительского рынка и услуг Московской области Администрация городского округа Химки | Организация деятельности и розничных рынков в соответствии с требованиями и законодательства | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|--|
| | | сфере развития инфраструктуры розничной торговли на рынках, 2014-2018 гг. | | | | | | | | | | |
| 1.6 | 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 и 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 | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки Московской области, Административно-технический отдел Администрации г.о. Химки | Выявление нарушений при размещении нестационарных торговых объектов, анализ принятых мер, направленных на устранение нарушений |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|---|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|---|
| | | 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. | | | | | | | | | | |
| 1.7 | Согласование сводного перечня мест проведения ярмарок с участием производителей сельскохозяйстве | Разработка и заключение Соглашения Администрации | Итого: Средства бюджета городского округа Химки Московской | 2014-2018 2014-2018 | - - | - - | - - | - - | - - | - - | Министерство потребительского рынка и услуг Московск | Поддержка сельхоз производителей путем обеспечения дополнительной |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|--|
| | нной продукции Московской области и ведение реестра ярмарок. | городского округа Химки Московской области с Министерством потребительского рынка и услуг МО и Министерством сельского хозяйства МО о сотрудничестве при проведении ярмарок с участием сельхозпроизводителей, 2014 г. | области Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | ой области Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области | возможности для реализации своей продукции в рамках проведения ярмарок |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Администрация городского округа Химки Московской области | |
| 1.8 | Организация и проведение областных ярмарок с участием субъектов малого и среднего предпринимательства | 1.Формирование предложений о тематике, месте и времени проведения областных ярмарок на каждый год. 2.Разработка проекта распоряжения главы | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Министерство потребительского рынка и услуг Московской области | Расширение сбыта товаров, популяризация ярмарочных мероприятий среди населения |
| 1.8.1 | «Товары народных промыслов» | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Администрация городского округа Химки Московской области | |
| 1.8.2 | «Сад-огород» (Открытие дачного сезона) | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Администрация городского округа Химки Московской области | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------|--|--|---|-----------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|---------------|--|
| | | городского округа Химки о проведении ярмарки. | федеральног о бюджета Итого: | | | | | | | | ой области | |
| 1.8 .3 | «Богатство природы и плодородия» | 3.Организа ция | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| 1.8 .4 | «Школьный базар» | ярмарки, в том числе привлечение для участия в ярмарке субъектов малого и среднего предпринимательства | | | | | | | | | | |
| 1.8 .5 | «Дары осени» | Ежегодно, по мере проведения. | | | | | | | | | | |
| 1.8 .6 | «Масленица» | | | | | | | | | | | |
| 1.8 .7 | «Новогодняя» | | | | | | | | | | | |
| 1.8 .8 | «Книжная» | | | | | | | | | | | |
| 1.8 .9 | «Международная» | | | | | | | | | | | |
| 1.9 | Расходы на обеспечение деятельности (оказания услуг) МБУ «ЦЗПП» (с 08.08.14г. переименовано в Муниципальное бюджетное учреждение городского округа Химки | Осуществление мер по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства городского округа Химки МО. | | | | | | | | | | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | 34 360 | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|-------------------------------------|-----------|---|---|---|---|---|---|--|---|
| | Московской области «Малый бизнес Химки») | Консультационная, организационная, методическая и правовая помощь и поддержка при создании и развитии субъектов малого и среднего предпринимательства. Организация обучения начинающих предпринимателей и специалистов компаний МСБ. Ведение реестра МСП. Реализация мероприятий по популяризации предпринимательства. Кроме того в рамках отдела по защите | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | имуществом Администрации городского округа Химки. Муниципальное бюджетное учреждение Городского округа Химки Московской области «Малый бизнес Химки» | налоговых поступлений от субъектов МСБ, а также повышение количества создаваемых рабочих мест. Повышение эффективности и прозрачности и мер поддержки. Внедрение высоких стандартов качества обслуживания предпринимателей. |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|-----------|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | | прав потребителей - предоставление консультаций по обращениям жителей; составление претензий и исковых заявлений в суды; проведение мероприятий по жалобам потребителей; проведение лабораторных исследований продуктов питания. | | | | | | | | | | |
| 2 | Реализация социального проекта «Ветеран» | | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |
| | | | Средства | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|--|
| | | | федерально о бюджета | | | | | | | | | |
| 2.1 | 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; 2). Заключить соглашение о реализации проекта с предприятиями бытовой сферы; 3). Создать дислокацию социально-бытового обслуживания в шаговой доступности; 4). Обеспечить АСУ все точки бытового обслуживания 5) | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки Московской области | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|---|
| | | Сформировать ценовую политику б) Осуществлять еженедельный мониторинг цен | | | | | | | | | | |
| 2.2 | Организация и проведение «социальных» акций для обладателей социальных карт городского округа Химки Московской области | 1. Составление дислокации социальных ярмарок 2. Разработка и утверждение постановления главы городского округа Химки | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Администрация городского округа Химки Московской области, хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность в сфере торговли | Возможность приобретения товаров по сниженным ценам льготными категориями граждан |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |
| 2.3 | Модернизация оборудования по социальной программе. | 1. Анализ технического состояния установленного оборудования в системе «Ветеран» 2. Составление | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Администрация городского округа Химки Московской области | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|--|---|-----------|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | | ние сметы на модернизацию оборудования | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | 3.Проведение конкурса | Средства федерального бюджета | | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| 2.4 | Изготовление Химкинских социальных карт | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Администрация городского округа Химки Московской области | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| 3. | Реализация мероприятий, направленных на популяризацию и повышение престижа профессий работников общественного питания и бытового обслуживания в | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|---|
| | целях привлечения постоянного населения. | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Химки | |
| 3.1 | Чемпионат среди субъектов малого и среднего предпринимательства Московской области по кулинарному искусству на Кубок Губернатора Московской области. | 1. Организация заседания Оргкомитета Чемпионата. 2. Подготовка сопутствующих писем. 3. Привлечение участников Чемпионата. 4. Проведение организационных мероприятий (оформление зала, закупка наградной продукции т.д.) 5. Непосредственное проведение Чемпионата | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки Московской области | Популяризация и повышение престижа профессий работников общественного питания и бытового обслуживания в целях привлечения постоянного населения |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| 3.2 | Чемпионат среди субъектов малого предпринимательства в сфере парикмахерского искусства и декоративной косметики на Кубок Губернатора Московской области. | | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки | |
| | | | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|--|--|
| | | а, награжденные победителем, | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Московской области | |
| | | ежегодно. | Итого: | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | 6. Оплата регистрационных взносов за участие в Чемпионате России. | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | | 7. Организация участия членов сборной команды в тренингах, проводимых на базе Союза парикмахеров и косметологов России. | Средства бюджета Московской области | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | Отдел предпринимательства, потребительского рынка и услуг Администрации городского округа Химки Московской области | |
| 3.3 | Подготовка команды городского округа Химки, в составе команды Московской области, к Чемпионату России по парикмахерскому искусству, декоративной косметике, моделированию | 8. Создание фирменного стиля команды МО, изготовление формы для участников команды; сбор заявок, формирование команды. | Средства федерального бюджета | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|--|-----------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|--|--|
| | | 9. Оказание консультационных услуг специалистов, занятых подготовкой сборной команды. | | | | | | | | | | |
| | Итого по подпрограмме II, в том числе | | | 2014-2018 | 34 360 | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | | |
| | Средства бюджета городского округа Химки Московской области | | | 2014-2018 | 34 360 | 14 200 | 4 590 | 4 890 | 5 190 | 5 490 | | |
| | Средства бюджета Московской области | | | 2014-2018 | - | - | - | - | - | - | | |
| | Средства федерального бюджета | | | 2014-2018 | | | | | | | | |

3. 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 2013 г. составил более 62 млрд.руб.

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

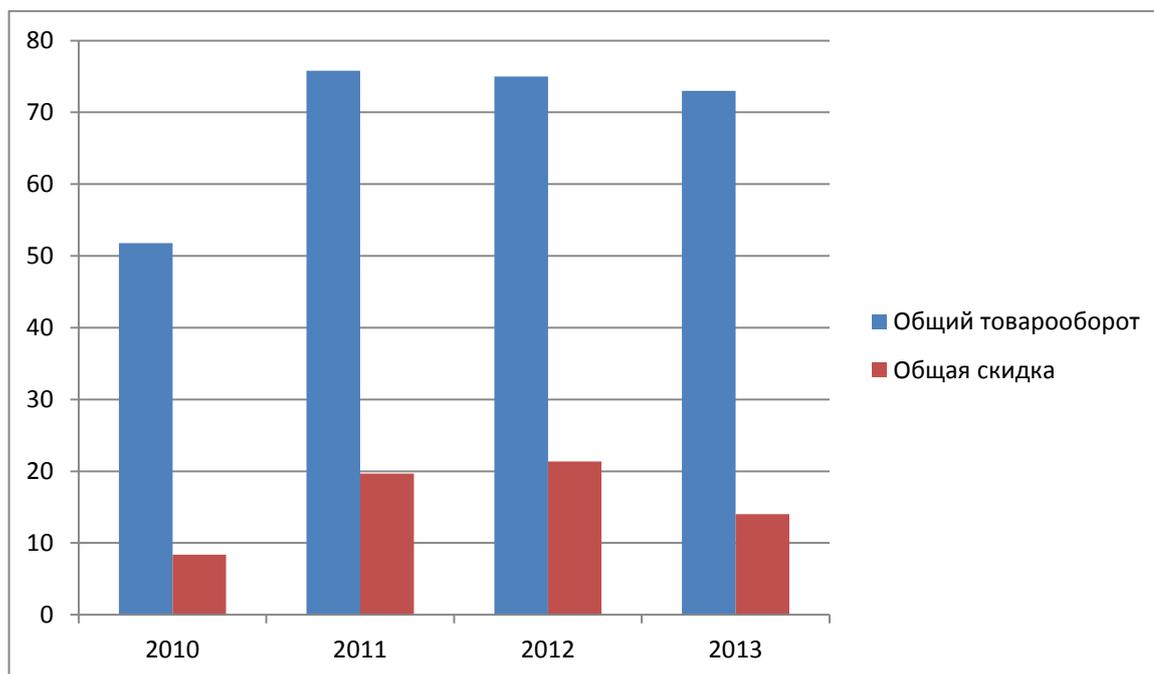
Потребительский спрос на товары и услуги определяется уровнем и динамикой доходов населения, распределением населения по доходным группам. Рост уровня и качества жизни в городском округе Химки Московской области ведет к увеличению покупательской способности населения, возрастанию потребления основных 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 15 аптеках города.

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 2013 года общий товарооборот по социальной сети составил свыше 73 млн. рублей, сумма экономии по социальной сети составила

свыше 14 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 2013 году составила 2218,9 м² на 1 тысячу жителей.

Обеспеченность услугами общественного питания в 2012 году составила 80 посадочных мест на 1000 жителей, бытовыми услугами - 8 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 320 объектов 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 2014 году будет утверждена обновленная схема.

В 2013 г. на территории городского округа Химки Московской области проведено 58 ярмарок. 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.

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 неустраняемые недостатки, мешающие внедрению на них современных технологий, требуют реконструкции и обновления технологического оборудования.

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 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.

На сегодняшний день в городском округе Химки Московской области, как и в целом по стране, существует ряд проблем, сдерживающих развитие субъектов малого и среднего предпринимательства, среди которых необходимо отметить следующие:

- недостаточные навыки ведения бизнеса, опыта управления у предпринимателей;
- недостаточное количество деловой информации по вопросам ведения предпринимательской деятельности, низкий уровень юридических, экономических знаний предпринимателей, необходимых для более эффективного развития бизнеса;
- отсутствие у начинающих предпринимателей необходимых финансовых ресурсов для организации и развития собственного дела.
- административные барьеры и недостаточно эффективное взаимодействие контролирующих и надзорных органов. Фактическая незащищенность предпринимателя от многочисленных контролирующих организаций (органы внутренних дел, органы Федеральной налоговой службы, органы Федеральной службы по надзору в сфере защиты потребителей и благополучия человека, органы Федеральной противопожарной службы и др.);
- низкий уровень консолидации предпринимателей и органов местного самоуправления по защите экономических прав предпринимателей;
- неразвитость системы качественной информационно-консультационной поддержки.

Для решения обозначенных выше проблем в городском округе Химки Московской области принято решение о расширении видов деятельности действующего МБУ «Центр защиты прав потребителей, контроля качества и оказания услуг» (далее МБУ «ЦЗПП»), в направлении развития услуг и программ государственной (муниципальной) поддержки малого и среднего

предпринимательства, с переименованием МБУ «ЦЗПП» 08.08.2014г. в Муниципальное бюджетное учреждение городского округа Химки Московской области «**Малый бизнес Химки**» (далее - МБУ «Малый бизнес Химки»).

Для успешного старта и последующей деятельности МБУ «Малый бизнес Химки» решением Совета депутатов городского округа Химки Московской области 30.07.2014г. было принято решение о дополнительном финансировании МБУ «ЦЗПП» (МБУ «Малый бизнес Химки») в 2014г. на сумму 10 млн.руб. и в итоге общий предусмотренный Администрацией городского округа Химки бюджет на обеспечение деятельности МБУ «ЦЗПП» МБУ «Малый бизнес Химки» до конца 2014 года составил 14,200 млн.руб.

**4. Планируемые результаты реализации Подпрограммы
«Развитие потребительского рынка и сферы услуг на территории городского округа Химки Московской области»
Муниципальной программы городского округа Химки «Предпринимательство городского округа Химки»**

| № п/п | Задачи, направленные на достижение цели | Планируемый объем финансирования на решение данной задачи (тыс. руб.) | | Показатели, характеризующие достижение цели | Единица измерения | Базовое значение показателя (на начало реализации подпрограммы) | Планируемое значение показателя по годам реализации | | | | |
|-------|---|---|------------------|---|-------------------|---|---|----------|----------|----------|----------|
| | | бюджет городского округа | другие источники | | | | 2014 год | 2015 год | 2016 год | 2017 год | 2018 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1. | Задача 1 Развитие инфраструктуры потребительского рынка и услуг. | 34 360 | - | Количество проводимых тематических ярмарок | единица | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 | 10 |
| | | - | - | Количество международных (межрегиональных) выставок, в которых принимает участие подмосковный потребительский рынок | единица | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2. | Задача 2. Реализация социального проекта «Ветеран». | - | - | Увеличение количества социальных предприятий «Ветеран». | единица | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 3. | Задача 3 Реализация мероприятий, | - | - | Количество проводимых конкурсов, чемпионатов, направленных на | единица | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| направленных на популяризацию и повышение престижа профессий работников общественного питания и бытового обслуживания в целях привлечения постоянного населения | | | популяризацию и повышение престижа работников торговли и услуг | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

5. 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 |
|---|---|----|---|----|---|--|
| | Очередной финансовый год | | 2014 | | | |
| 1.17. Количество проводимых областных тематических ярмарок | Очередной финансовый год | 8 | 2014 | 8 | Очередной финансовый год | 825 |
| | 1-й год планового периода | 8 | 2015 | 8 | 1-й год планового периода | 850 |
| | 2-й год планового периода | 9 | 2016 | 9 | 2-й год планового периода | 973,6 |
| | 3-й год планового периода | 9 | 2017 | 9 | 3-й год планового периода | 978,6 |
| | 4-й год планового периода | 10 | 2018 | 10 | 4-й год планового периода | 980 |
| 1.21. Количество международных (межрегиональных) выставок, в которых принимает участие подмосковный потребительский рынок | Очередной финансовый год | 3 | 2014 | 3 | Очередной финансовый год | 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 |
| 1.22. Реализация социального проекта «Ветеран». | Очередной финансовый год | 25 | 2014 | 25 | Очередной финансовый год | - | - |
| | 1-й год планового периода | 26 | 2015 | 26 | 1-й год планового периода | | - |
| | 2-й год планового периода | 27 | 2016 | 27 | 2-й год планового периода | | - |
| | 3-й год планового периода | 28 | 2017 | 28 | 3-й год планового периода | | - |
| | 4-й год планового периода | 29 | 2018 | 29 | 4-й год планового периода | | - |
| 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 | Дополнительное проведение «мастер- классов», расширение программы конкурсов | 1150 |
| | 1-й год планового периода | 8 | 2015 | 8 | 1-й год планового периода | | 1207,5 |
| | 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 |

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 |
|---|---|----|---|----|--|--|---|
| | | | 2014 | 8 | | | |
| 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 |
| 1.21. 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 планового периода | 4 | 1-й год планового периода | 4 | 1-й год планового периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов | 561,5 |
| | 2-й год планового периода | 4 | 2-й год планового периода | 4 | 2-й год планового периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов | 586,7 |
| | 3-й год планового периода | 4 | 3-й год планового периода | 4 | 3-й год планового периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов | 617,5 |
| | 4-й год планового периода | 4 | 4-й год планового периода | 4 | 4-й год планового периода | Уменьшение выставочных площадей для представления отраслевых проектов | 645,5 |

| | | | | | | | |
|---|---------------------------|----|------|----|---------------------------|---|--------|
| 1.22. Реализация социального проекта «Ветеран». | Очередной финансовый год | 25 | 2014 | 25 | Очередной финансовый год | - | - |
| | 1-й год планового периода | 26 | 2015 | 26 | 1-й год планового периода | | - |
| | 2-й год планового периода | 27 | 2016 | 27 | 2-й год планового периода | | - |
| | 3-й год планового периода | 28 | 2017 | 28 | 3-й год планового периода | | - |
| | 4-й год планового периода | 29 | 2018 | 29 | 4-й год планового периода | | - |
| 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 Уменьшение количества проводимых «мастер-классов» и мероприятий конкурсов | 1150 |
| | 1-й год планового периода | 8 | 2015 | 8 | 1-й год планового периода | | 1207,5 |
| | 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 |