

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням міської ради
28.12.07 № 671

МІСЬКА ПРОГРАМА

розвитку мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами у м. Херсоні на 2008/10 роки

Загальні положення

1. ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Розвиток мережі об'єктів торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами обумовлює зростання масштабів товарно-грошового обігу, забезпечення соціальної підтримки значної частини населення, розширення сфери діяльності та збільшення торгового обороту суб'єктів підприємницької діяльності. Разом з тим, нерегульований розвиток торгівлі, сфери послуг та реклами спричиняє деформацію інфраструктури внутрішньої торгівлі, погіршення якості торговельного обслуговування населення, недобросовісну конкуренцію в галузі зовнішньої реклами.

Програма розвитку мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами у м. Херсоні на 2008/10 роки (далі - Програма) спрямована на забезпечення всебічного розвитку внутрішнього товарного ринку як обов'язкової умови сталого економічного зростання, ефективного забезпечення в умовах функціонування товарного ринку потреб населення, а також усіх галузей економіки та соціальної сфери міста в продукції продовольчого, непродовольчого призначення, побутового обслуговування та рекламної продукції.

Основним завданням Програми є створення умов для формування і забезпечення ефективного функціонування мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами в м. Херсоні, раціоналізації правової, інформаційної, організаційної, економічної та кадрової бази ринкової економіки, створення на території міста сприятливих умов для здійснення купівлі-продажу товарів (послуг), розвитку підприємництва у сфері торгівлі, побутових послуг та реклами, забезпечення зайнятості населення, поступового переходу до сучасних форм проведення торговельної діяльності, вдосконалення відносин між суб'єктами підприємницької діяльності та споживачами. Особлива увага при цьому приділяється:

- підвищенню платоспроможного попиту суб'єктів ринку;
- активізації підприємницької діяльності;
- збалансованому розвитку підприємств усіх форм власності, визначенню пріоритетів їх розвитку, максимальному насиченню продукцією місцевих товаровиробників підприємств торгівлі та ресторанного господарства;
- пропорційному розвитку торговельної мережі, з урахуванням упровадження найсучасніших технологій та самообслуговування, ліквідації диспропорцій її розвитку, особливо в житлових районах міста.

Програма базується на всебічному аналізі досягнутого рівня розвитку міста, ключових проблем і причин, що стримують розвиток мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами в м. Херсоні, визначає цілі та завдання на середньострокову перспективу і передбачає створення системи правових, інформаційних, організаційних та економічних умов,

необхідних для стимулювання всебічного розвитку внутрішнього виробництва і споживання.

Реалізація Програми дасть змогу створити необхідні передумови для заінтересованості суб'єктів підприємницької діяльності у зростанні виробництва продукції для внутрішнього споживання та забезпечити формування збалансованої моделі регіонального ринку, всебічного розвитку мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами в місті Херсоні.

2. ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕРЕЖІ ТОРГІВЛІ, РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, СФЕРИ ПОСЛУГ ТА РЕКЛАМИ

Однією з найважливіших складових функціонування внутрішнього товарного ринку є формування ефективної інфраструктури споживчого ринку, призначеної забезпечувати достатній рівень обслуговування населення, відповідно до його потреб.

Основною ланкою споживчого ринку є торгівля, яка відіграє головну роль у насиченні міста споживчими товарами, що являє собою координуючий елемент у системі товарних зв'язків між виробниками (постачальниками) і споживачами всіх видів ресурсів.

На сьогодні розвиток торгівлі в м. Херсоні характеризується наступним:

Оптово-посередницька торгівля

Поряд із досягненнями у розвитку оптово-посередницької торгівлі існують певні проблеми, пов'язані з недостатнім рівнем розвинутої оптової торгівлі та сучасних форм її організації, зокрема:

- недостатньо організована система роботи оптових ринків за всіма групами товарів, що споживаються в Херсоні, особливо плодоовочевої продукції;
- відсутня організаційна структура з функціями організації оптово-посередницької торгівлі;
- недостатньо організоване інформаційне забезпечення крупних споживачів ресурсів щодо можливостей задоволення їхніх потреб, у тому числі за рахунок внутрішнього виробництва.

Роздрібна торгівля

Роздрібна торгівля в м. Херсоні останні роки розвивається досить успішно, про що свідчить стабільне зростання загального обсягу роздрібного товарообороту.

Значного розвитку досягла мережа підприємств роздрібною торгівлі. На сьогодні у місті функціонують 3446 об'єктів роздрібною торгівлі, 671 заклад ресторанного господарства та 763 об'єкти побутового обслуговування.

Якісні динамічні зрушення відбулися в торговельній мережі міста щодо впровадження самообслуговування. Воно впроваджено на багатьох торговельних підприємствах.

Однією з важливих для населення форм роздрібною торгівлі в м. Херсоні, особливо товарами вітчизняного виробництва, є торгівля через організацію ярмарків-продажу.

Існують проблеми, пов'язані з використанням підприємцями застарілих малих архітектурних форм, неврегульованістю ринку виносної торгівлі, розташованої у багатолюдних місцях для задоволення повсякденних потреб населення, та як наслідок - торгівля в невстановлених місцях.

Торгівля на ринках

Значна увага в місті приділяється утриманню ринків у належному санітарно-технічному стані, відповідно до вимог Правил торгівлі на ринках та ветеринарно-санітарних правил.

Під постійним контролем виконавчих органів міської ради знаходиться робота ринків міста, особлива увага приділяється роботі КП „Херсонський комунальний ринок ”.

Основними проблемами розвитку торгівлі на деяких ринках міста залишаються низький рівень обслуговування, часті порушення правил торгівлі, існування несанкціонованих ринків, санітарний стан яких є незадовільним.

Захист прав споживачів

Останні роки в місті активізовано проведення заходів щодо забезпечення надійного захисту прав та інтересів споживачів, запобігання виготовленню та реалізації на внутрішньому товарному ринку міста неякісних, фальсифікованих та небезпечних для життя і здоров'я людей товарів, упорядкування діяльності роботи ринків, підприємств торгівлі та громадського харчування. Акценти в роботі зроблено в напрямку проведення виставок, конкурсів, зустрічей зі споживачами, інших інформаційно-просвітницьких заходів, а також плідної взаємодії з муніципальною міліцією у вирішенні питання ліквідації несанкціонованої торгівлі.

Незважаючи на позитивні досягнення в сфері захисту прав споживачів, залишаються невирішеними певні проблеми, а саме:

- недоліки механізму запобігання надходженню на внутрішній товарний ринок неякісних, фальсифікованих та небезпечних для життя і здоров'я людей товарів;
- порушення санітарного режиму на ринках міста та деяких підприємствах громадського харчування;
- недостатній рівень інформованості населення про права споживачів.

Зовнішня реклама

Лише деякі підприємства можуть сьогодні успішно вести справи без реклами. Багато галузей народного господарства відчують потребу в оперативному оповіщенні споживачів. Її потребу задовольняє ціла мережа різних за структурою та можливостями рекламних організацій.

Щоб виконувати сучасні ринкові завдання, реклама повинна спиратися на серйозні дисципліни, поняття та категорії, одна з яких - маркетинг. В іншому випадку реклама виконуватиме тільки дизайнерські, конкурсні або інші завдання, що ніяк не стосуються її основного призначення.

Процес розвитку ринку зовнішньої реклами, збільшення попиту та пропозиції набувають стійкого плавного розширення. Місто Херсон за кількістю та якістю об'єктів зовнішньої реклами досить сильно відрізняється від інших міст. Необхідно відзначити, що розвиток відбувається не тільки в кількісному вираженні, але й у підвищенні вимог до якості та різноплановості об'єктів зовнішньої реклами.

Зовнішня реклама на сьогодні залишається однією з найрозповсюдженіших у рекламі товарів та послуг.

Спеціальні дослідження показують, що об'єкти зовнішньої реклами перспективні не тільки як засоби поширення реклами, але й як елементи міської архітектури.

Два види реклами вважаються найефективнішими:

- широкоформатні щити вздовж автомобільних доріг;
- реклама на транспорті (транзитна реклама) – всередині та ззовні салону автобуса чи тролейбуса.

Однак існують і значні недоліки в роботі рекламного ринку:

- невідповідність зовнішнього вигляду рекламо носіїв архітектурним особливостям міста;
- розміщення рекламоносіїв без урахування особливостей руху транспортних засобів;
- розміщення рекламних конструкцій із порушенням чинного законодавства (не в тих місцях, на які видано дозвільні документи, тощо).

Ситуація, що склалася, потребує негайного втручання органів місцевого самоврядування. Її вирішення можливе лише при розробці та прийнятті концепції розміщення зовнішньої реклами у місті, якою необхідно передбачити комплексний та плановий підхід до розміщення рекламоносіїв. Потрібно розробити схеми розміщення зовнішньої реклами за вулицями міста, зовнішній вигляд рекламоносіїв, виходячи із конкретних архітектурних та містобудівних ситуацій.

3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ ТОРГІВЛІ, РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, СФЕРИ ПОСЛУГ ТА РЕКЛАМИ

У місті Херсоні перехід до активізації розвитку внутрішнього товарного ринку та підвищення ефективності його функціонування, розвитку та вдосконалення мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами можливий лише за умови максимальної мобілізації внутрішніх ресурсів, збільшення обсягів та підвищення ефективності виробництва, зростання підприємницької активності в місті, а також забезпечення платоспроможності всіх суб'єктів ринку.

Сучасна економіка та мережа торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами міста має всі можливості для свого сталого зростання, підвищення конкурентоспроможності та досягнення раціонального співвідношення між виробництвом та споживанням продукції на внутрішньому товарному ринку.

Цьому сприяють такі фактори:

- наявність значного економічного потенціалу, що не використовується повною мірою;
- наявність ресурсів, здатних забезпечити потреби економіки, в тому числі для виробництва продукції на внутрішній товарний ринок;
- значна кількість вільних виробничих потужностей, що дає змогу швидко збільшити обсяги виробництва у традиційних галузях;
- достатньо місткий внутрішній товарний ринок, що обумовлено порівняно високим рівнем платоспроможного попиту на продукцію з боку всіх суб'єктів ринку в місті.

Перспективним завданням функціонування внутрішнього товарного ринку є максимально можливе економічно обґрунтоване задоволення місцевих потреб (попиту населення і господарського комплексу) продукцією, що виробляється підприємствами, які розташовані в межах даного регіону. Зокрема, проблема полягає у максимальному, економічно обґрунтованому задоволенні місцевих потреб міста продукцією власного виробника.

У зв'язку з цим, проблема розвитку внутрішнього товарного ринку вирішується в двох взаємопов'язаних аспектах:

- з одного боку, повинна формуватися система потреб (споживання) матеріально-технічних ресурсів та товарів широкого вжитку на основі розвитку виробничого потенціалу та соціальної сфери, а також забезпечення платоспроможності всіх суб'єктів ринку (фізичних та юридичних осіб);
- з іншого боку, повинна розвиватися система забезпечення потреб (насамперед власного виробництва) в місті на основі розвитку міської промисловості та оптимізації зовнішньоекономічних зв'язків.

Сутність міської політики щодо розвитку внутрішнього товарного ринку полягає в тому, щоб актуалізувати використання зазначених факторів, створити механізми їхньої реалізації через конкретні заходи Програми соціально-економічного розвитку міста та цієї Програми і забезпечити умови для випереджального розвитку внутрішнього споживання.

Концептуальна побудова внутрішнього товарного ринку в місті полягає в тому, що він розглядається як товарний ринок, котрий складається з ринку товарів народного споживання, тобто ринку продукції, що призначена для забезпечення населення продовольчими та непродовольчими товарами широкого вжитку, та ринку товарів промислового виробництва, що призначені для задоволення внутрішніх потреб міської економіки та соціальної сфери.

Розвиток внутрішнього товарного ринку передбачає роботу за такими

основними напрямками:

1. Удосконалення правової бази, що регламентує функціонування внутрішнього товарного ринку. Це означає необхідність визначення питань, які можуть бути вирішеними на рівні міської ради в межах компетенції органів місцевого самоврядування, та підготовку відповідних пропозицій для міської ради щодо поліпшення нормативно-правових засад формування та функціонування внутрішнього товарного ринку.

2. Удосконалення інформаційної бази функціонування внутрішнього товарного ринку в місті. Це означає, передусім, необхідність розробки та впровадження автоматизованих інформаційних систем, сприяння функціонуванню внутрішнього товарного ринку.

В межах цієї роботи в місті здійснюватиметься:

- розробка проектів рішень щодо формування автоматизованих інформаційних систем;
- формулювання завдань;
- розробка системи класифікації та кодування інформації;
- розробка алгоритмів та програм;
- розробка технологічних інструкцій;
- проведення експериментальних розрахунків;
- створення банку даних:
 - всіх суб'єктів міського ринку - виробників продукції (промислової - для потреб міського господарства, товарів народного споживання - для потреб населення міста);
 - всіх суб'єктів міського ринку - оптових та роздрібних споживачів продовольчих та матеріально-технічних ресурсів у місті, підприємств ресторанного господарства, побутового обслуговування та носіїв зовнішньої реклами;
 - інноваційних технологій для всіх зацікавлених суб'єктів внутрішнього товарного ринку;
- розробка форм первинної інформації за всіма показниками територіальних матеріальних балансів (за визначеною номенклатурою продукції) та інструкцій щодо їхнього складання;
- організація збору форм первинної (вихідної) інформації від усіх суб'єктів ринку, передусім тих, що фінансуються з міського та районних бюджетів, про можливості (обсяги) вироблення та споживання продукції, яка обертається на внутрішньому товарному ринку. Розробка системи (рівнів) опрацювання вихідної інформації на рівні підприємства та організації, районів у місті, міста в цілому;
- обробка інформації та формування вихідних зведених даних у необхідному розрізі;
- розробка територіальних матеріальних балансів на основі підготовленої інформації за визначеною номенклатурою продукції;
- формування каталогів та забезпечення Інтернет-доступу до інформаційних баз даних, у тому числі до довідкової, насамперед юридичної та правової, інформації.

Важливою складовою інформаційного забезпечення розвитку внутрішнього товарного ринку є розвиток виставкової та рекламної діяльності.

Для вирішення цієї проблеми в місті передбачається разом із зацікавленими підприємствами та організаціями:

- створення постійно діючої виставки товарів херсонських підприємств;
- створення систем рекламування продукції херсонських виробників, насамперед на

внутрішньому товарному ринку.

Важливе значення матиме отримання та аналітичне опрацювання вітчизняних та зарубіжних матеріалів із питань функціонування внутрішнього товарного ринку в регіонах, у тому числі шляхом вивчення досвіду розвинутих країн із ринковою економікою.

3. Удосконалення організації функціонування внутрішнього товарного ринку в місті передбачає, що в місті вдосконалюватиметься організація функціонування як ринку товарів народного споживання, так і ринку товарів виробничого споживання.

Удосконалення організації функціонування внутрішнього товарного ринку товарів народного споживання передбачає:

- підвищення ефективності організації функціонування:
 - оптово-посередницької торгівлі;
 - роздрібної торгівлі, у т.ч. виносної;
 - торгівлі на ринках;
 - комісійної торгівлі;
 - фірмової торгівлі;
 - системи товарного забезпечення закладів соціальної сфери;
 - системи товарного забезпечення закладів ресторанного господарства;
- проведення повної інвентаризації чинних об'єктів торгівлі, ресторанного господарства, побутового обслуговування та реклами;
- облаштування торговельних місць на ринках на основі сучасних санітарно-екологічних та побутових вимог;
- розвиток товарних бірж та оптово-посередницької торгівлі.

Удосконалення організації функціонування внутрішнього товарного ринку товарів виробничого споживання передбачає:

- сприяння впровадженню ефективної техніки та технологій на міських підприємствах на основі впровадження наукових розробок, з метою підвищення конкурентоспроможності херсонської продукції на внутрішньому товарному ринку. На цій основі забезпечити розширення внутрішнього товарного ринку високотехнологічної продукції шляхом організації задоволення внутрішніх потреб за рахунок виробництва конкурентоспроможної продукції власного виробництва;
- сприяння розвитку аграрного сектора економіки на основі спільної участі у розвитку сільськогосподарського виробництва міських та іноземних підприємств (партнерів-інвесторів) з метою забезпечення внутрішнього товарного ринку продовольчими товарами власного виробництва;
- підвищення вимог до санітарної та екологічної безпеки продукції.

Особливу увагу приділити розвитку малого бізнесу, суб'єкти якого, не маючи достатніх коштів для будівництва капітальних об'єктів бізнесу, здійснюють діяльність із малих архітектурних форм. Так, на сьогодні склалася ситуація з розміщенням на території міста застарілих малих архітектурних форм, які не відповідають сучасним вимогам.

Вирішення означеної проблеми можливе завдяки комплексному підходу до процесу розміщення та припинення функціонування малих архітектурних форм. Необхідно розробити правила розміщення виносної торгівлі на території міста, якими чітко обумовити групи товарів, що реалізовуватимуться через цю мережу, місця такої торгівлі, типові проекти та зовнішній вигляд лотків, палаток, сіток, інших пристроїв, механізм установаження та демонтажу об'єктів, договірні засади між суб'єктом підприємницької діяльності та виконавчими органами міської

ради. Перевага надаватиметься сучасним формам торговельного обслуговування, таким, як торговельні автомати тощо.

Прийняття означених правил дасть змогу поліпшити зовнішній вигляд міста за рахунок демонтажу застарілих малих архітектурних форм, установлення сучасних, котрі відповідають вимогам сьогодення, пристроїв для здійснення виносної торгівлі, поповнить міський бюджет, задовольнить попит населення у повсякденних товарах споживання.

З метою ліквідації стихійної торгівлі на вулицях міста планувати будівництво на територіях ринків торгових павільйонів (замість бутиків) для розміщення більшої кількості торгуючих.

На місцях існуючих непорядкованих ринків, якщо вони відповідають містобудівним умовам та санітарним вимогам ринкової торгівлі, передбачати поступове формування цивілізованих ринків: на першому етапі - торгових центрів із легких конструкцій, на другому - стаціонарних капітальних багатофункціональних торгових центрів, а також майданчиків для організації сезонної та ярмаркової торгівлі.

Розмаїття форм зовнішньої реклами використовується для вирішення різних завдань. Відбуваються зміни в способах передачі візуальної інформації. З'являються нестандартні різноманітні установки світлової реклами, відеостіни, усілякі світлові короби на стовпах, кінематичні установки, об'ємно-просторові установки, рекламоносії починають тяжіти до 3D – просторових, об'ємних фрагментів. Тому, при подальшому розміщенні об'єктів зовнішньої реклами, перевагу треба надавати новим формам рекламоносіїв.

У зв'язку з цим, необхідно передбачити комплексний та плановий підхід до розміщення рекламоносіїв. Треба розробити схеми розміщення зовнішньої реклами за вулицями міста, зовнішній вигляд рекламоносіїв, виходячи з конкретних архітектурних та містобудівних ситуацій, розробити та прийняти концепцію розвитку зовнішньої реклами.

Підвищення рівня розвитку підприємництва сприяє зміцненню економічної бази міста, насиченню ринку товарами та послугами, забезпеченню зайнятості населення та його платоспроможності.

Враховуючи ці фактори, органи місцевого самоврядування спрямовують зусилля на активізацію та підвищення ефективності підприємницької діяльності за рахунок створення сприятливих правових, фінансових, соціально-економічних та організаційно-господарських умов.

Основними напрямками дій є:

- усунення правових, адміністративних, організаційних та економічних перешкод у розвитку підприємництва, перехід до регулювання підприємницької діяльності на засадах соціального партнерства;
- розвиток регіональної інфраструктури підтримки підприємництва;
- залучення суб'єктів малого підприємництва до реалізації регіональних програм та проектів;
- удосконалення інформаційно-консультативного забезпечення малого підприємництва.

З метою реалізації визначених напрямів дій передбачається:

- забезпечити дотримання процедур підготовки і прийняття регуляторних актів, публічного обговорення нових регуляторних актів;
- чітко визначити процедуру отримання дозволів на розміщення виносної торгівлі на території міста;
- активізувати діяльність бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів;
- сприяти розвитку кредитних спілок;

- забезпечити участь суб'єктів малого підприємництва у тендерах на виробництво (поставку) продукції, товарів (послуг) для міських потреб;

- проводити навчання всіх категорій населення з основ підприємницької діяльності та сприяти їм у відкритті власної справи;

- організувати відкриту телефонну лінію та встановити «скриньки довіри» в крупних магазинах міста, з метою отримання від громадян об'єктивної інформації стосовно якості обслуговування;

- щоквартально обговорювати з управлінням з питань регулювання земельних відносин питання проведення земельних аукціонів з цільовим використанням земельних ділянок під розміщення об'єктів торгівлі та надання послуг населенню, з метою підвищення інвестиційної привабливості по районах міста;

- щорічно коректувати, з урахуванням інфляції, ринковий збір та тарифи на розміщення зовнішньої реклами під час підготовки проекту міського бюджету.

Таким чином, на основі розвитку міської економіки і соціальної сфери, активізації розвитку підприємництва, формуватиметься товарний попит на всі види продовольчої та промислової продукції. А для того, щоб цей попит був платоспроможним, у місті здійснюватиметься політика підвищення фінансової забезпеченості всіх суб'єктів товарного ринку.

4. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координація роботи з реалізації та моніторингу Програми проводиться управлінням споживчого ринку спільно із зацікавленими органами.

Виконання Програми забезпечується реалізацією системи заходів, що мають адресний характер і спрямовані на вирішення конкретних питань розвитку мережі торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та реклами в місті в період 2008/10 років.

Перелік заходів щодо реалізації Програми формується щороку, з урахуванням пропозицій органів місцевого самоврядування в місті і районах міста, зацікавлених організацій і підприємницьких структур щодо внесення змін і доповнень до Програми та бюджетного фінансування окремих заходів.