



## ВОЛОГОДСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА

### РЕШЕНИЕ

**О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РЕШЕНИЕ  
ВОЛОГОДСКОЙ ГОРОДСКОЙ ДУМЫ  
ОТ 20 ФЕВРАЛЯ 2012 ГОДА № 1028  
«ОБ УТВЕРЖДЕНИИ СТРАТЕГИИ  
РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА  
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ГОРОД ВОЛОГДА»  
НА ПЕРИОД ДО 2020 ГОДА «ВОЛОГДА ТОРГОВАЯ»**

Принято Вологодской городской Думой  
28 ноября 2013 года

В соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», статьей 16 Федерального закона от 06 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», на основании статьи 31 Устава муниципального образования «Город Вологда» Вологодская городская Дума РЕШИЛА:

1. Внести в Стратегию развития потребительского рынка муниципального образования «Город Вологда» на период до 2020 года «Вологда торговая», утвержденную решением Вологодской городской Думы от 20 февраля 2012 года № 1028, следующие изменения:

1.1. В разделе 3:

1.1.1. Абзац двенадцатый пункта 3.1 после слова «объектов» дополнить словами «на территории муниципального образования «Город Вологда»».

1.1.2. Пункт 3.3 изложить в следующей редакции:

«3.3. Сфера услуг

Работа организаций бытового обслуживания населения города - одно из приоритетных направлений развития потребительского рынка города Вологды.

В 2012 году населению города Вологды оказано платных услуг на 18,3 млрд. руб., что на 4,6% больше, чем в 2011 году, в том числе бытовых услуг на сумму 1,74 млрд. руб., что на 10,1% выше аналогичного периода 2011 года. В рейтинге территорий Вологодской области по объему реализации бытовых услуг по итогам 2012 года Вологда занимает, как и в 2011 году, 1 место.

На 01 января 2012 года на территории города осуществляла свою деятельность 631 организация по оказанию бытовых услуг населению, на 01 января 2013 года - 671 организация (таблица 1). За 2012 год дополнительно были открыты 40 организаций сферы бытового обслуживания.

Таблица 1

Наименование	Количество организаций бытового обслуживания населения				Отклонение (+/-) 01.01.2013 г. к 01.01.2012 г.
	на 01.01.2012 г.	%	на 01.01.2013 г.	%	
Всего, кол-во	631	100	671	100	+40
Парикмахерские услуги	182	29	193	29	+11
Техобслуживание и ремонт автотранспортных средств	73	12	73	11	-
Фотоуслуги	44	7	73	11	+29
Ремонт обуви	62	10	63	9	+1
Ремонт и пошив швейных изделий	53	8	55	8	+2
Ремонт СБТ	38	6	39	6	+1
Косметические услуги	14	2	30	5	+16
Изготовление и ремонт мебели	35	6	24	4	-11
Ломбард	19	3	21	3	+2
Ритуальные услуги	10	2	18	3	+8
Услуги по прокату	18	3	18	3	-
Услуги бань, душевых	10	2	11	2	+1
Химическая чистка	3	1	8	1	+5
Ремонт ювелирных изделий	6	1	6	1	-
Ремонт часов	19	3	20	0	+1
Услуги прачечных	-	-	1	0	-
Прочие виды услуг (резка стекол, изготовление ключей, граверные работы и др.)	45	7	18	3	-27

Основная доля услуг в 2012 году относится на парикмахерские услуги - 29% (193 организации), техобслуживание и ремонт автотранспортных средств, машин и оборудования - 11% (73 организации), фотоуслуги - 11% (73 организации), а также ремонт обуви - 9% (63 организации).

Размещение организаций бытового обслуживания на территории города имеет свои особенности, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Организации бытового обслуживания в микрорайонах города Вологды  
(в % от общего количества организаций в данной сфере)

Наименование	Центральный	Восточный	Западный	Заречье	Лоста	Лукияново
Парикмахерские услуги	43	12	23	20	0,5	0,5
Фотоуслуги	41	10	30	17	0	2

Ремонт и пошив швейных изделий	40	14	20	20	4	2
Ремонт обуви	22	22	25	20	3	8
Ремонт авто	12	24	29	21	4	10
Всего: %	31	21	23	22	1	2
	I	IV	II	III	VI	V

Наибольшее количество организаций расположено в центральной части города Вологды - 31% от их общего количества (парикмахерских - 43%, фотоуслуги - 41%, ремонт и пошив швейных изделий - 40%). Это обусловлено выгодным местоположением, хорошим транспортным сообщением, стабильностью работы организаций. Динамично развиваются объекты в Западном районе (ул. Ленинградская и др.), что связано с вводом в действие новых строительных объектов. Недостаток объектов бытового обслуживания наблюдается в окраинных районах города: п. Лоста и мкр. Лукьяново.

В последнее время наиболее активно развиваются комплексные услуги по типу «Мультисервис», клининговые услуги.

Особого внимания заслуживает вопрос оказания бытовых услуг малообеспеченному населению. Так, например, в проекте «Городская дисконтная карта «Забота»» участвуют 23 организации бытового обслуживания населения (парикмахерские, организации по пошиву и ремонту одежды, прокат спортивного инвентаря, бани, организации, оказывающие ритуальные услуги, автосервисы), которые предоставляют скидки в среднем от 5% до 50%.

### Основные проблемы

Проведенный анализ ситуации в сфере оказания бытовых услуг позволяет выявить основные проблемы:

1. Неравномерное развитие инфраструктуры организаций бытового обслуживания населения во всех микрорайонах города.
2. Недостаточное наличие или отсутствие организаций по предоставлению таких услуг населению, как услуги прачечных, ремонт ювелирных изделий, услуги бань, изготовление ключей и других услуг.
3. Недостаточно высокий уровень качества предоставляемых услуг.

### Направления развития

В целях удовлетворения потребностей населения в качественных, разнообразных услугах, обеспечения территориальной и ценовой доступности услуг для всех групп населения и гостей города предлагается решение следующих задач:

1. Развитие организаций бытового обслуживания населения современных форматов во всех микрорайонах города, расширение номенклатуры услуг, в том числе во вновь возводимых торговых объектах, жилых зданиях.
2. Привлечение организаций бытового обслуживания населения к участию в социальных проектах города, в том числе в проекте «Городская дисконтная карта «Забота»».

3. Информирование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих бытовое обслуживание на территории муниципального образования «Город Вологда», о видах поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

4. Повышение культуры и качества предоставляемых услуг путем проведения конкурсов профессионального мастерства, семинаров, мастер-классов, формирования позитивного имиджа профессий и престижности работы в сфере бытового обслуживания населения города.»

1.1.3. Дополнить пунктом 3.4 следующего содержания:

«3.4. Организация торговли, общественного питания и услуг в центральной (исторической) части города Вологды

Организация торговли в центральной части города тесно взаимосвязана с градостроительной концепцией. Концепция развития организаций торговли, общественного питания и услуг в центральной части города связана с созданием комфортной среды для жителей и гостей города, которая представляет собой совокупность и дополняемость объектов торговли, общественного питания, спорта, культуры и других видов услуг.

В центральной части города Вологды размещается 35 процентов организаций торговли, 41% общественного питания (рестораны, кафе, пирожковые, бары, кофейни, пельменная), 31% бытового обслуживания (салоны красоты, парикмахерские, ремонт обуви и кожгалантереи, фотоателье, химчистки и др.) от общего количества организаций сферы потребительского рынка.

Применение современных технологий в организациях потребительского рынка позволяет организациям располагаться на первых и цокольных этажах административных и жилых зданий, многие из которых являются памятниками архитектуры.

В центральной части города также расположено порядка 20 торговых центров общей торговой площадью 80 тыс. кв. м., в которых предлагается широкий спектр товаров и услуг.

Устойчивым спросом у жителей и гостей города пользуется продукция под знаком «Настоящий Вологодский продукт», реализуемая на ярмарках «выходного дня» на территории Старого рынка и МУП «Вологодский городской рынок», на котором действует более 500 торговых мест, большая часть из которых предоставлена местным производителям.

Согласно данным опроса<sup>1</sup>, проведенного Институтом социально-экономического развития территорий Российской академии наук совместно с Администрацией города Вологды, 48% местных жителей и 40% туристов осуществляет свои покупки традиционно в центре города.

---

<sup>1</sup>Опрос общественного мнения населения г. Вологды и туристов проводился в декабре 2012 г. ИСЭРТ РАН совместно с Администрацией г. Вологды. Метод опроса - анкетирование респондентов. Контингент опрошенных охватывает разные возрастные категории и социальные группы населения: 48% - в возрасте 20-30 лет; 14% - до 20 лет; 15% - больше 50 лет; 11,6% - 30-40 лет; 11,4% - 40-50 лет. Объем генеральной совокупности составляет 293,6 тыс. чел. Объем выборки - это 1000 чел., из них 90% - местные жители, 10% - туристы. Величина предельной ошибки выборки не превышает 3-4% при доверительном интервале 0,956.

## Основные проблемы

В ходе анализа организации торговли, общественного питания и услуг в центральной (исторической) части города Вологды и изучения мнения населения и гостей города выявлены следующие слабые стороны:

1. Недостаточное количество магазинов, реализующих сувенирную продукцию, фирменных магазинов вологодских продуктов, организаций общественного питания с традиционной русской кухней, быстрого питания и детских кафе.
2. Недостаточно представлена продукция местных производителей в организациях розничной торговли, общественного питания.
3. Недостаточно высокий уровень качества обслуживания в организациях торговли, общественного питания и услуг.

## Направления развития

С целью повышения культуры и качества оказания услуг в сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения предлагается решить следующие задачи:

1. Развитие организаций торговли, общественного питания, услуг с использованием современных технологий, традиционных брендов Вологодской области («Настоящий Вологодский продукт» и др.), традиционной русской кухни.
2. Проведение городских конкурсов, выставок-продаж, фестивалей и конкурсов профессионального мастерства, семинаров, мастер-классов, направленных на повышение культуры и качества оказания услуг в сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания.».

1.2. В приложении № 4:

1.2.1. Название таблицы 10 после слов «Сведения по розничным рынкам на территории муниципального образования «Город Вологда»» дополнить словами и цифрами «за 2008-2011 г.г.».

1.2.2. В последнем абзаце слова «(объекты развозной и разносной торговли)» исключить.

2. Настоящее решение подлежит опубликованию в газете «Вологодские новости» и размещению на официальных сайтах Вологодской городской Думы и Администрации города Вологды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Глава города Вологды

Е.Б. Шулепов

г. Вологда  
29 ноября 2013 года  
№ 1924