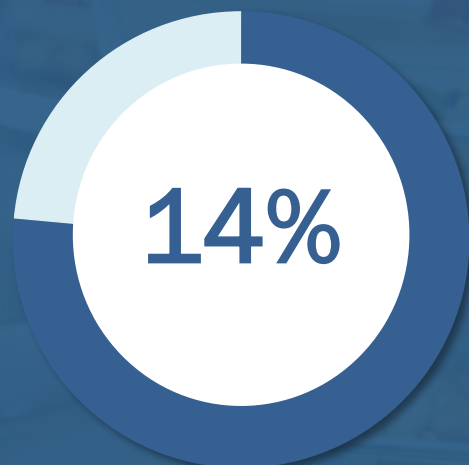


# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



## ТОРГОВЛЯ – ОДНА ИЗ КРУПНЕЙШИХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ



ВВП



НАСЕЛЕНИЯ  
ЗАНЯТО  
В ТОРГОВЛЕ



НАЛОГИ

# ДЛЯ КОМФОРТА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДОЛЖНЫ БЫТЬ РАЗВИТЫ ВСЕ ТОРГОВЫЕ ФОРМАТЫ

## СТАЦИОНАРНАЯ ТОРГОВЛЯ

- ▶ НЕСЕТЕВЫЕ МАГАЗИНЫ ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ
- ▶ ДИСКАУНТЕРЫ
- ▶ СУПЕРМАРКЕТЫ
- ▶ ГИПЕРМАРКЕТЫ
- ▶ КРУПНЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

## НЕСТАЦИОНАРНАЯ И МОБИЛЬНАЯ ТОРГОВЛЯ

МОБИЛЬНАЯ ТОРГОВЛЯ (молоко, гастрономия и другие) ◀

МЕЛКАЯ РОЗНИЦА - ПЕЧАТЬ, МОРОЖЕНОЕ, и т.п. ◀

ВЕНДИНГ (АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ТОРГОВЛЯ) ◀

КИОСКИ и ПАВИЛЬОНЫ ◀

ПОКУПАТЕЛЬ  
НЕ ПРИВЯЗАН  
К ОПРЕДЕЛЕННОМУ  
ФОРМАТУ



ОН ПОЛЬЗУЕТСЯ  
ВСЕМИ

## РЫНКИ И ЯРМАРКИ

## ЭЛЕКТРОННАЯ И УДАЛЕННАЯ, ДИСТАНЦИОННАЯ ТОРГОВЛЯ

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ЛЮБОГО ФОРМАТА ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ГОТОВНОСТЬЮ БИЗНЕСА  
К ОТКРЫТИЮ НОВЫХ ОБЪЕКТОВ

# РАЗВИТИЕ НЕСТАЦИОНАРНОЙ И МОБИЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ



## ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ



Новые возможности сбыта и продвижения продукции минуя сети



## ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ



Свежие продукты напрямую от производителя по нормальной цене;



Удобство покупок и шаговая доступность



## ДЛЯ СУБЪЕКТА



Дополнительные поступления в бюджет (плата за торговлю, плата за парковку, налоги и сборы);



Стимулирование предпринимательской активности и занятости;



Важная часть инфраструктуры современного города (мобильный фаст-фуд, мобильные точки торговли продуктами)

# РАЗВИТИЕ ЯРМАРОЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ТОРГОВЛИ НА РОЗНИЧНЫХ РЫНКАХ



## РОЗНИЧНЫЕ РЫНКИ

В том числе из-за избыточных требований массово сокращаются розничные рынки. Часть рынков переводится в другие форматы торговли, но большинство закрывается безвозвратно

## ЯРМАРКИ

Ярмарки обеспечивают наиболее простой и дешевый сбыт продукции, производимой малыми и средними сельхозпроизводителями, в том числе населением. Данный формат торговли наряду с розничными рынками является практически единственным гарантированным каналом сбыта для предпринимателей и граждан



## РОЗНИЧНЫЙ РЫНОК – УНИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ

На рынке можно приобрести товары, которые не найти в супермаркете. Свежие сочные овощи и фрукты, продукция малых производителей и фермеров, для многих из которых рынок является единственным каналом сбыта.

Также на рынке могут торговать обычные граждане



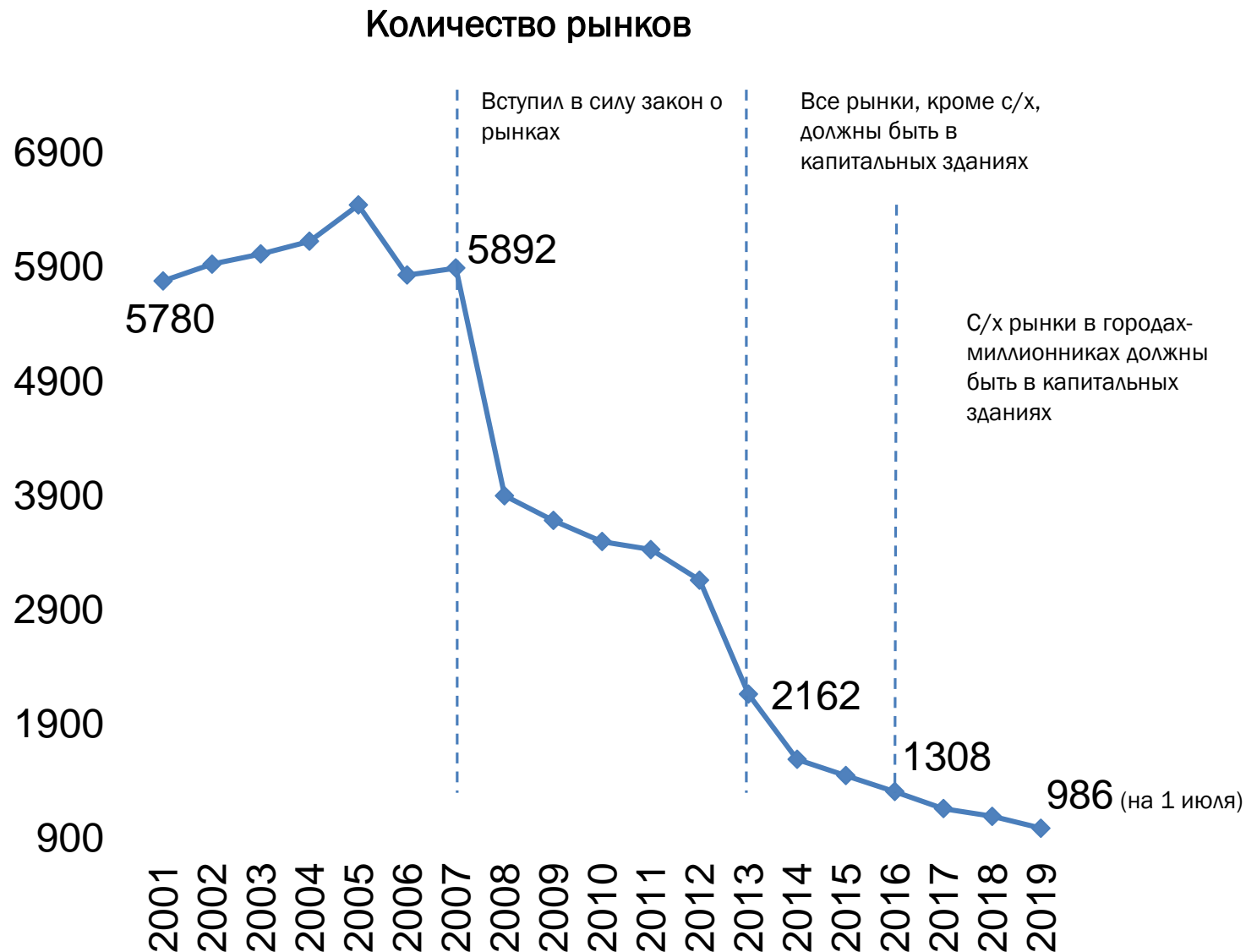
# РОЗНИЧНЫЕ РЫНКИ ВОСТРЕБОВАНЫ ВО ВСЕХ РАЗВИТЫХ СТРАНАХ

Несмотря на некоторую свою традиционность, рынок является современным и модным форматом, который востребован во всём мире.

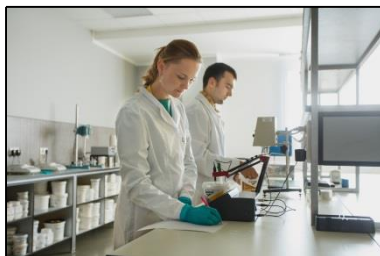
Для многих мировых столиц рынок и вовсе является визитной карточкой



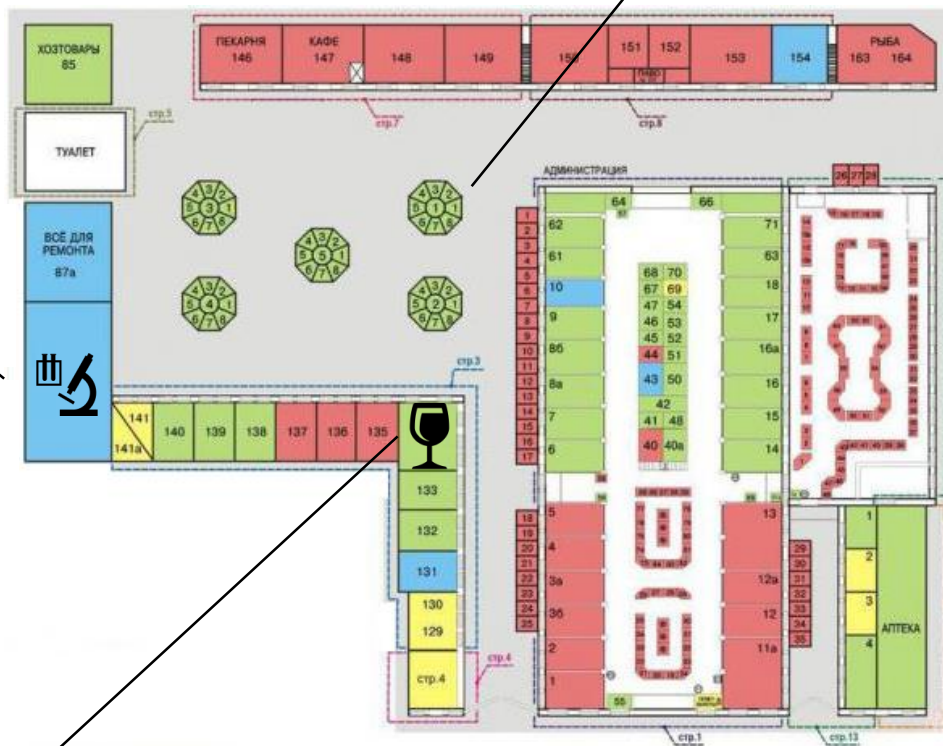
# В 2007 Г. ВСТУПИЛ В СИЛУ ЗАКОН О РОЗНИЧНЫХ РЫНКАХ. ЕГО ИЗЛИШНЯЯ СУРОВОСТЬ СОКРАТИЛА КОЛИЧЕСТВО РЫНКОВ В 6 РАЗ



## РЫНОК МОЖЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ ТАК:



Постоянный контроль качества продукции – основа деятельности рынка



В тёплый сезон рынок может расширяться за счёт некапитальных построек



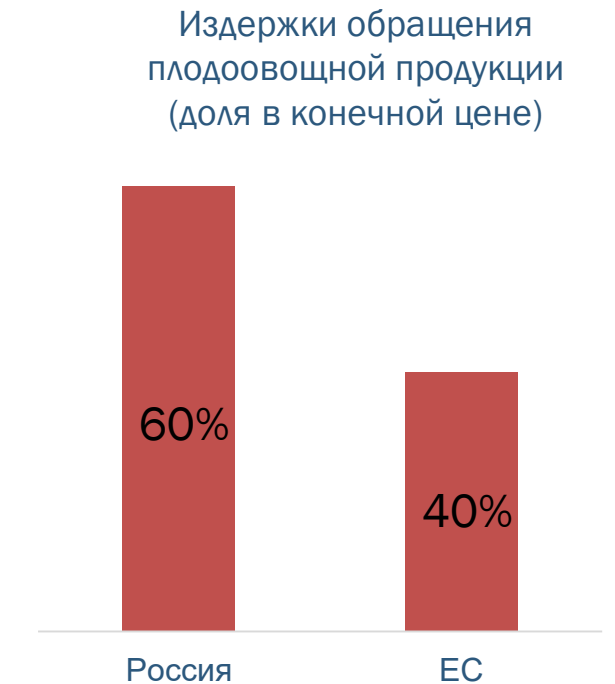
На рынке может размещаться магазин, осуществляющий торговлю алкоголем, соответствующий всем требованиям 171-ФЗ



# ОПТОВЫЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ В РОССИИ ПРАКТИЧЕСКИ ОТСУТСТВУЮТ

Оптовое звено у нас:

- ▶ Хаотично разбросанные устаревшие хладокомбинаты и плодоовощные базы;
- ▶ Многоступенчатая система агрегирования продовольственных товаров (большое количество посредников), в т.ч. продукции малых сельхозпроизводителей;
- ▶ Отсутствие доступного по ценам предложения для населения свежих и качественных продуктов питания



# ЭФФЕКТЫ ОТ РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ

Создание сети современных оптовых продовольственных рынков позволит:

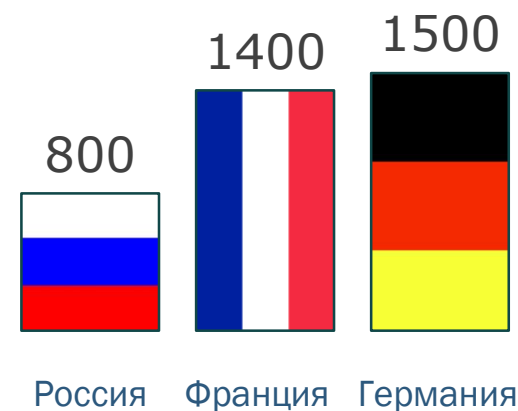
- ▶ Ликвидировать необоснованные посреднические звенья;
- ▶ Увеличить предложение свежей скоропортящейся продукции (рыбы, мяса, овощей и фруктов);
- ▶ Создать устойчивый канал сбыта для малых и средних сельскохозяйственных товаропроизводителей



# В СОВЕТСКОЙ ЗАСТРОЙКЕ ОТСУТСТВУЮТ ПОМЕЩЕНИЯ ДЛЯ КОМФОРТНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ МАЛОЙ ТОРГОВЛИ

- ▶ Строительной политикой советского периода развитие частного бизнеса не планировалось
- ▶ Первые этажи жилых зданий заняты квартирами
- ▶ Отдельно стоящих строений для новых предприятий торговли и услуг – нет

Обеспеченность торговыми площадями,  
м<sup>2</sup> на 1000 человек



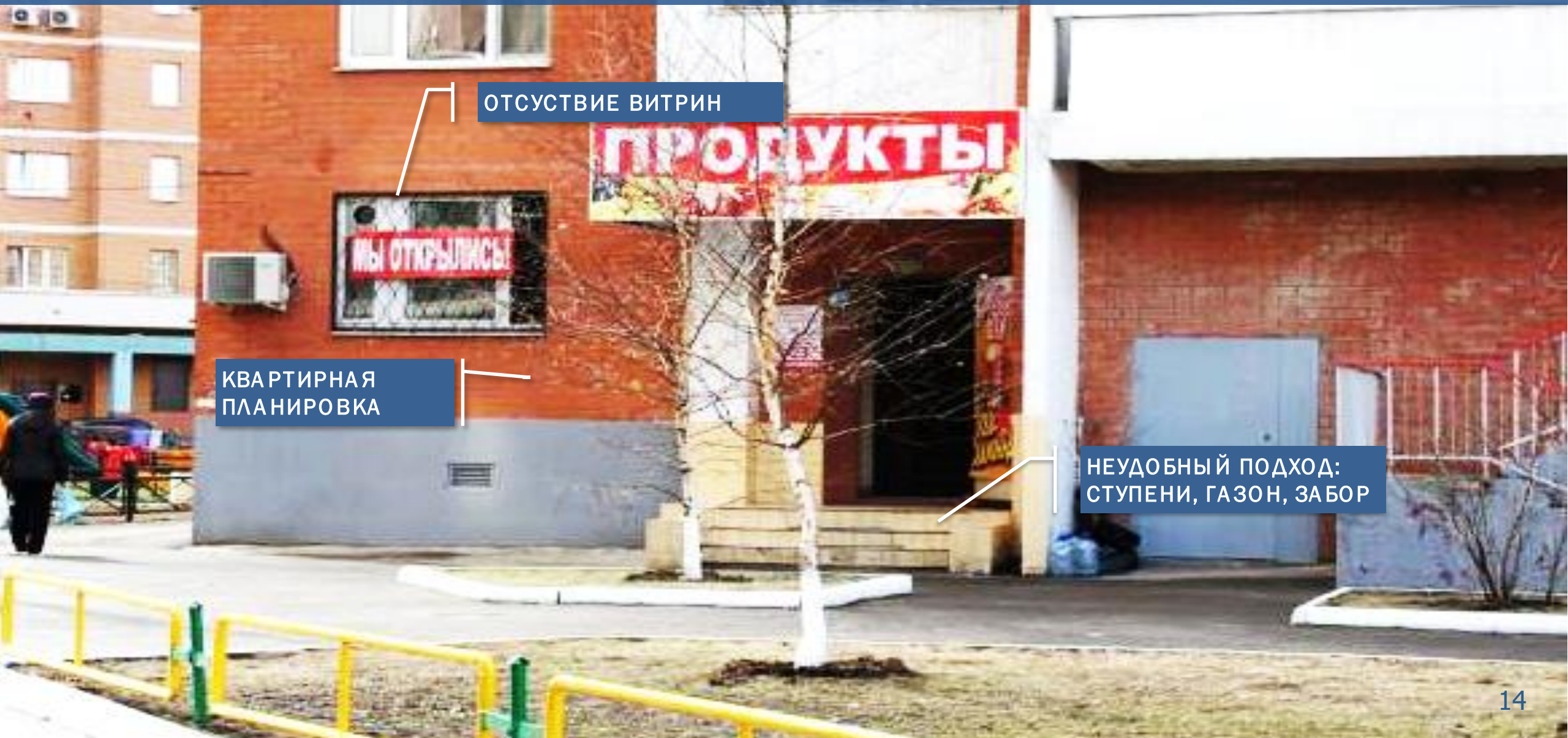
# В СОВЕТСКОЙ ЗАСТРОЙКЕ ОТСУТСТВУЮТ ПОМЕЩЕНИЯ ДЛЯ КОМФОРТНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ МАЛОЙ ТОРГОВЛИ



Сегодня малой торговле приходится ютиться в неприспособленных для ведения бизнеса помещениях.

При этом снижается как комфорт для конечного потребителя, так и имидж малого бизнеса

# НЕЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ НЕ ГОДЯТСЯ ДЛЯ НОРМАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ



ОТСУТСТВИЕ ВИТРИН

КВАРТИРНАЯ  
ПЛАНИРОВКА

НЕУДОБНЫЙ ПОДХОД:  
СТУПЕНИ, ГАЗОН, ЗАБОР

КАК ЕСТЬ...

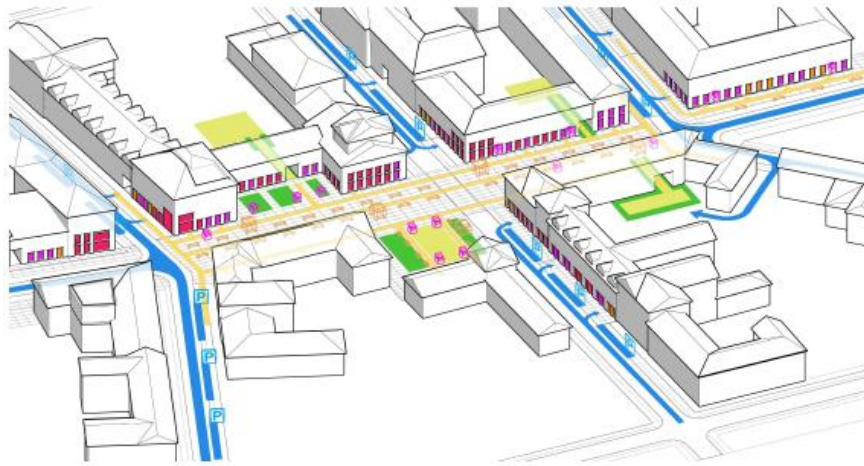
...КАК ДОЛЖНО БЫТЬ



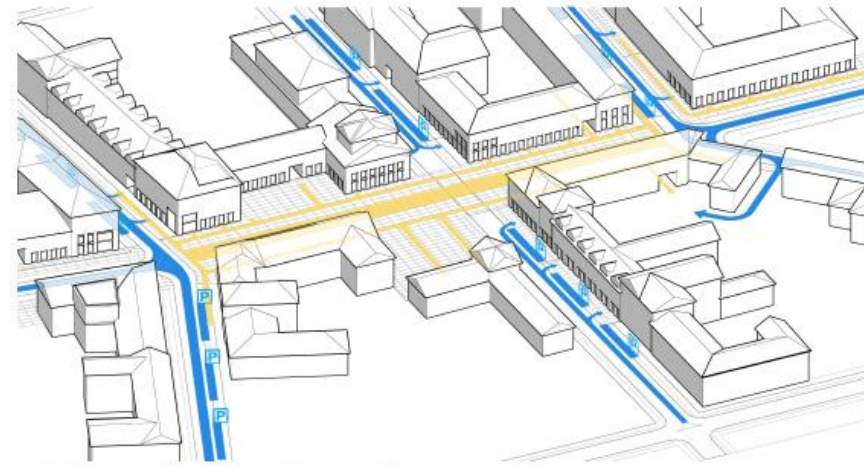


# МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕШЕХОДНОЙ ТОРГОВОЙ УЛИЦЫ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ГОРОДА

ОБЩИЙ ВИД



ТРАНСПОРТНО-ПЕШЕХОДНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ



Условные обозначения: P автостоянки

A остановки общественного транспорта

1 Архитектурные решения первых эт. организация входов с уровня земли

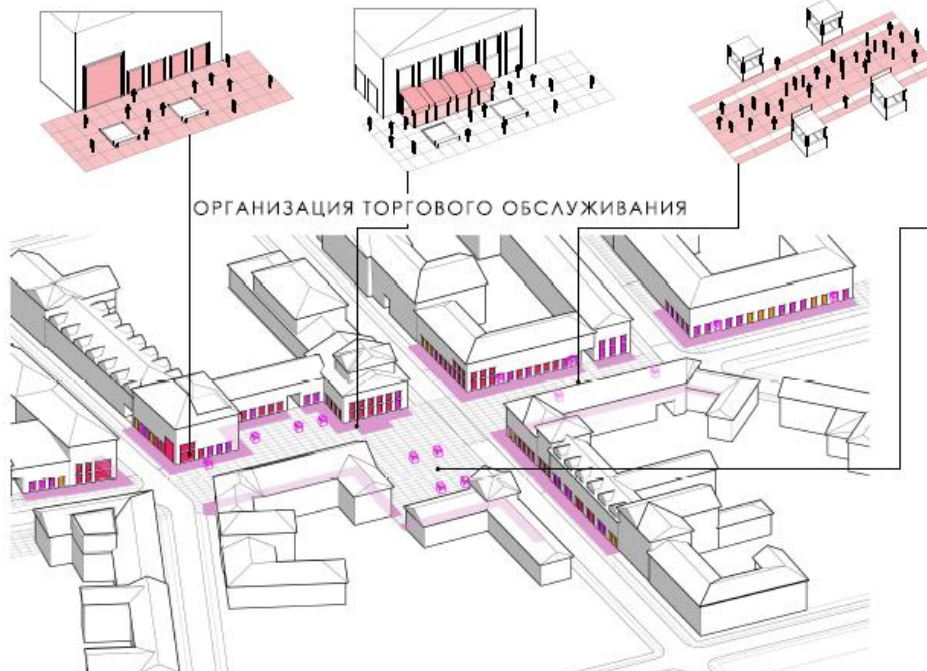
2 Площадки летнего кафе

3 Мобильные точки уличного ритейла (кофе-поинты, мороженое, цветы)

4 Мобильные торговые ряды (овощные, сувенирные), вернисажи

5 Рекреация (цветники, партеры, площадки отдыха, летнее кафе)

6 Малые архитектурные формы (скамейки, качели, арки, навесы)



Условные обозначения:

малоформатная торговля

сфера услуг

организация входов в ритейл на уровень первого этажа с уровня земли

ОРГАНИЗАЦИЯ БЛАГОУСТРОЙСТВА И ЗОН РЕКРЕАЦИИ



Условные обозначения:

озеленение

зоны рекреации



ТАМ, ГДЕ УЖЕ НЕВОЗМОЖНО ОРГАНИЗОВАТЬ КЛАССИЧЕСКИЙ  
СТРИТ-РИТЕЙЛ, ВЫХОДОМ МОГУТ СТАТЬ ТОРГОВЫЕ ГАЛЕРЕИ



# БЕЗ РАЗВИТОЙ ТОРГОВЛИ НЕ МОЖЕТ БЫТЬ КОМФОРТНОГО ГОРОДА

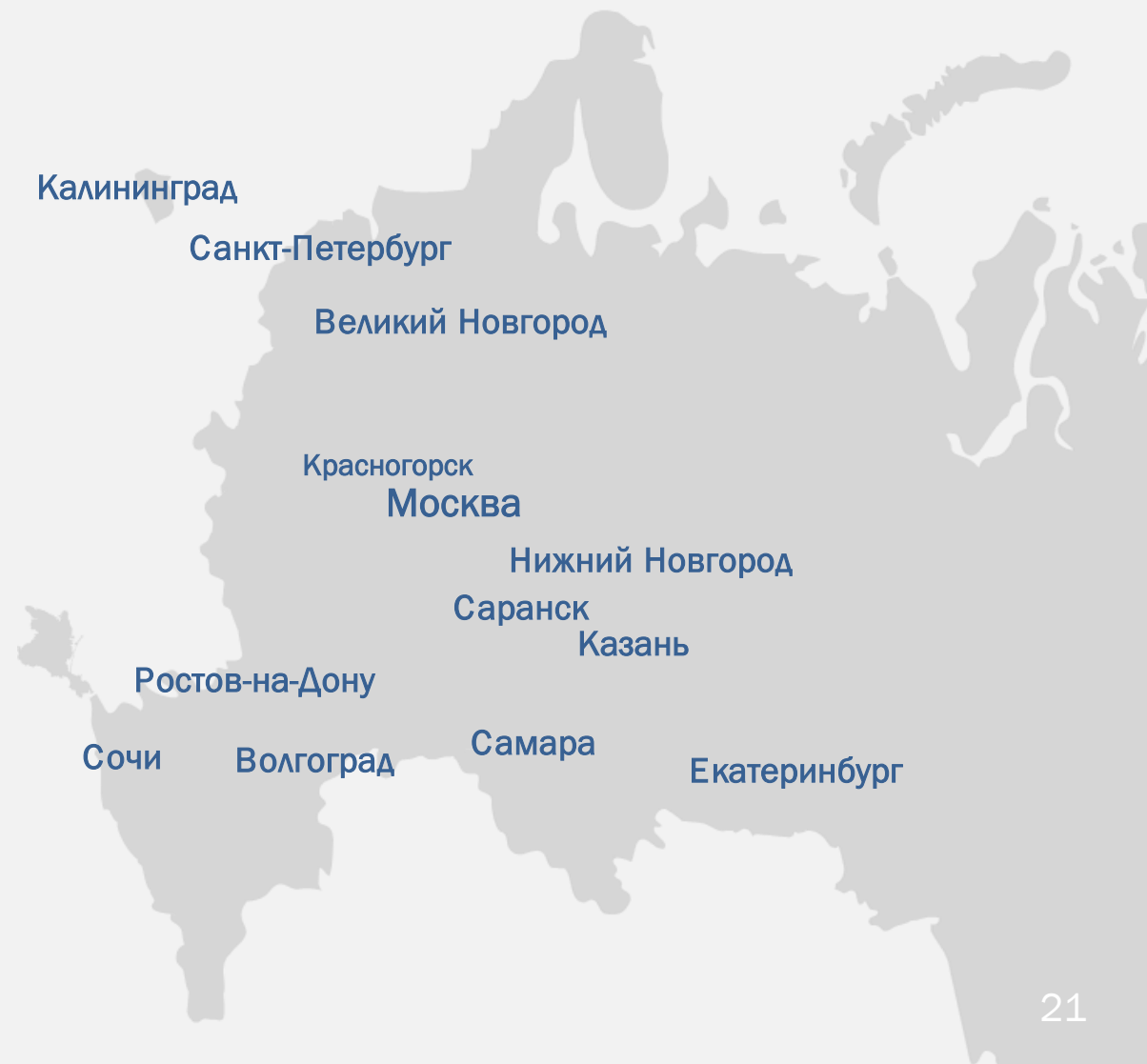


- 1 Магазины первых этажей и торговые центры
- 2 Развлечения и уличная активность
- 3 Торговые галереи
- 4 Рынки и ярмарки
- 5 Кафе, рестораны, фаст-фуд



## Такс фри в России (апрель 2018 г. – 2019 г.)

- **10 апреля 2018 г.** – старт пилотного проекта Такс фри –
  - оформлен первый чек Такс фри
- Оформлено **157 тысяч чеков** на сумму около **15,6 миллиардов рублей** (10 апреля 2018 г. – 31 августа 2019 г.)
- Средняя сумма чека составляет порядка **100 тыс. рублей.**
- **13 субъектов, 125 организации розничной торговли, 1057 магазинов**



## КТО ПОКУПАЕТ?

- Покупатели из **188** стран.
- Наибольшее число покупателей отмечено из таких стран, как:

Китай (53%),

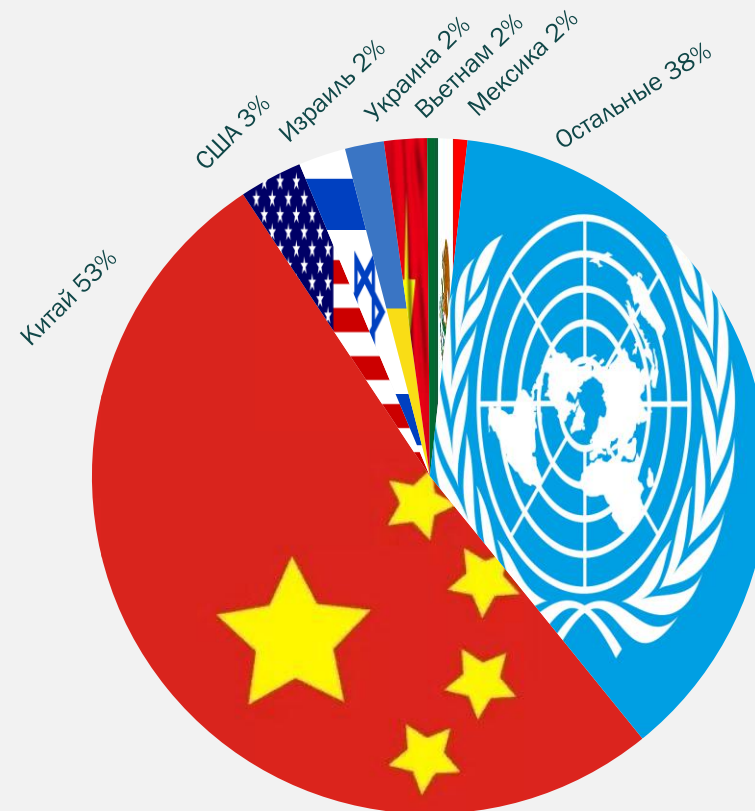
США (3%),

Израиль (2%),

Украина (2%),

Вьетнам (2%),

Мексика (2%).



# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

