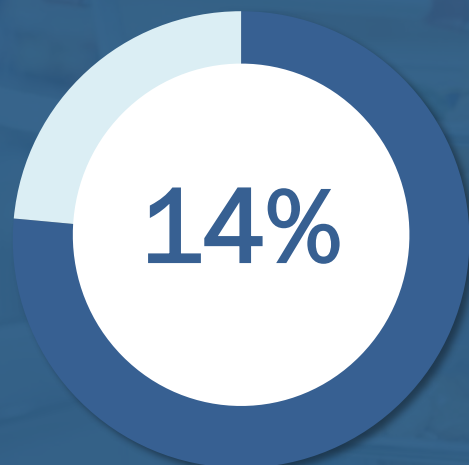


ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



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.

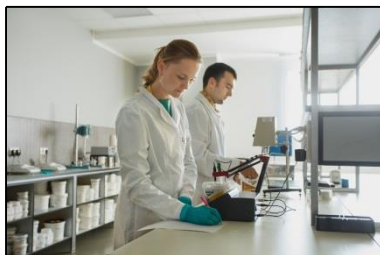
Для многих мировых столиц рынок и вовсе является визитной карточкой



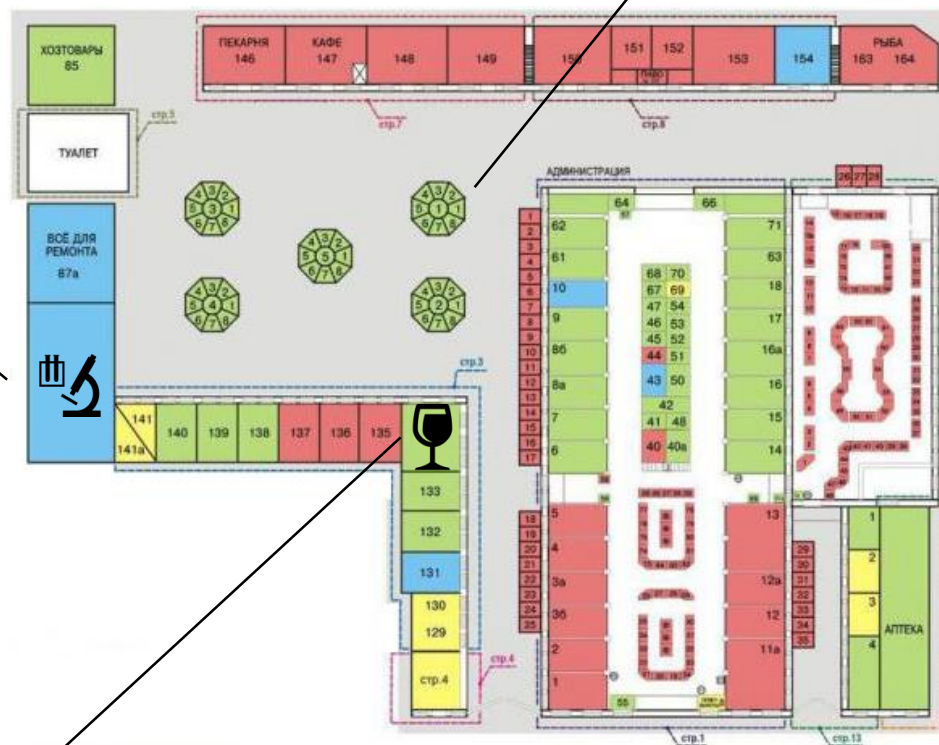
В 2007 Г. ВСТУПИЛ В СИЛУ ЗАКОН О РОЗНИЧНЫХ РЫНКАХ. ЕГО ИЗЛИШНЯЯ СУРОВОСТЬ СОКРАТИЛА КОЛИЧЕСТВО РЫНКОВ В 6 РАЗ



РЫНОК МОЖЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ ТАК:



Постоянный контроль качества продукции – основа деятельности рынка

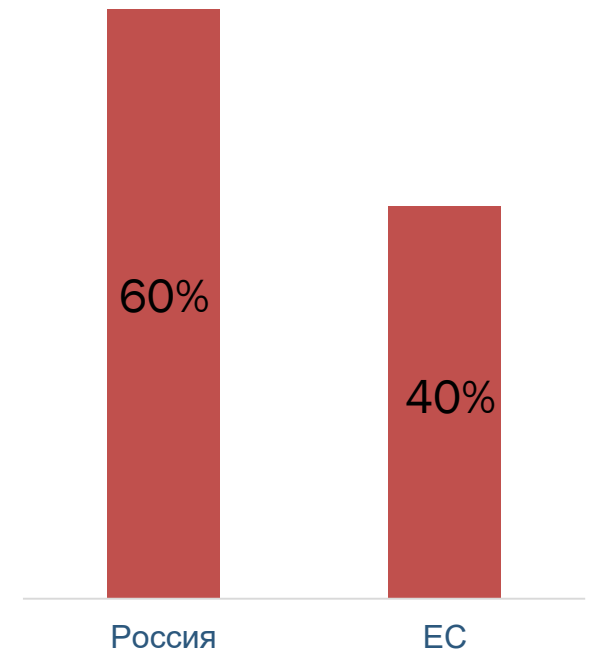


ОПТОВЫЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ В РОССИИ ПРАКТИЧЕСКИ ОТСУТСТВУЮТ

Издержки обращения
плодоовощной продукции
(доля в конечной цене)

Оптовое звено у нас:

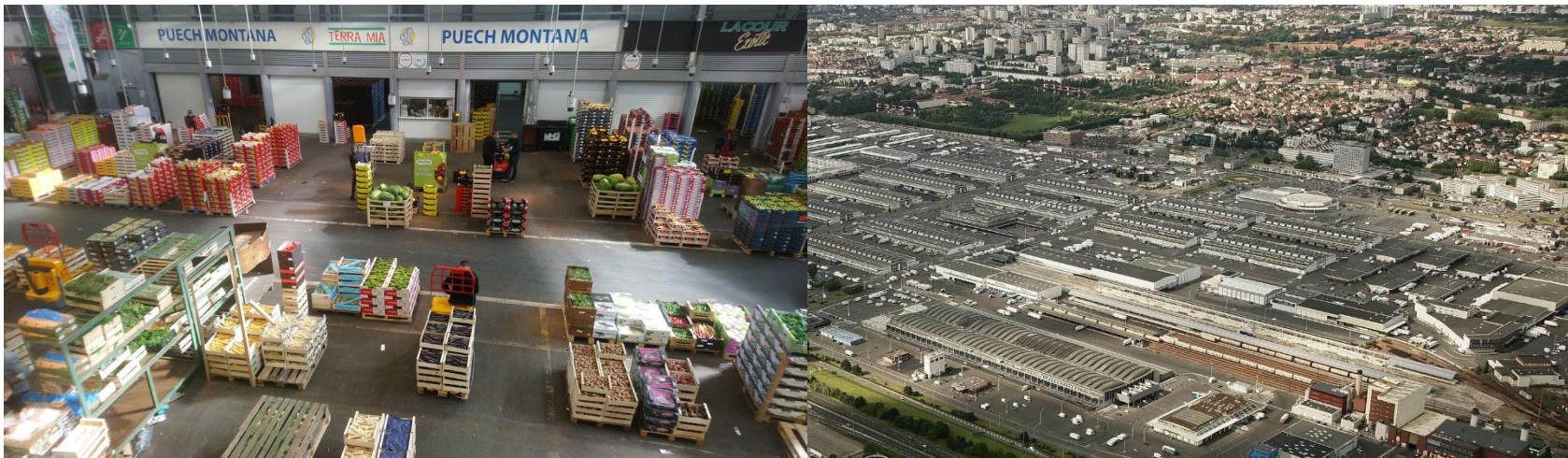
- ▶ Хаотично разбросанные устаревшие хладокомбинаты и плодоовощные базы;
- ▶ Многоступенчатая система агрегирования продовольственных товаров (большое количество посредников), в т.ч. продукции малых сельхозпроизводителей;
- ▶ Отсутствие доступного по ценам предложения для населения свежих и качественных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



ЭФФЕКТЫ ОТ РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ

Создание сети современных оптовых продовольственных рынков позволит:

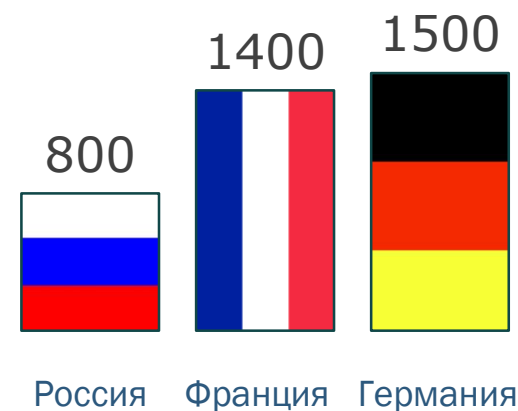
- ▶ Ликвидировать необоснованные посреднические звенья;
- ▶ Увеличить предложение свежей скоропортящейся продукции (рыбы, мяса, овощей и фруктов);
- ▶ Создать устойчивый канал сбыта для малых и средних сельскохозяйственных товаропроизводителей



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,
м2 на 1000 человек



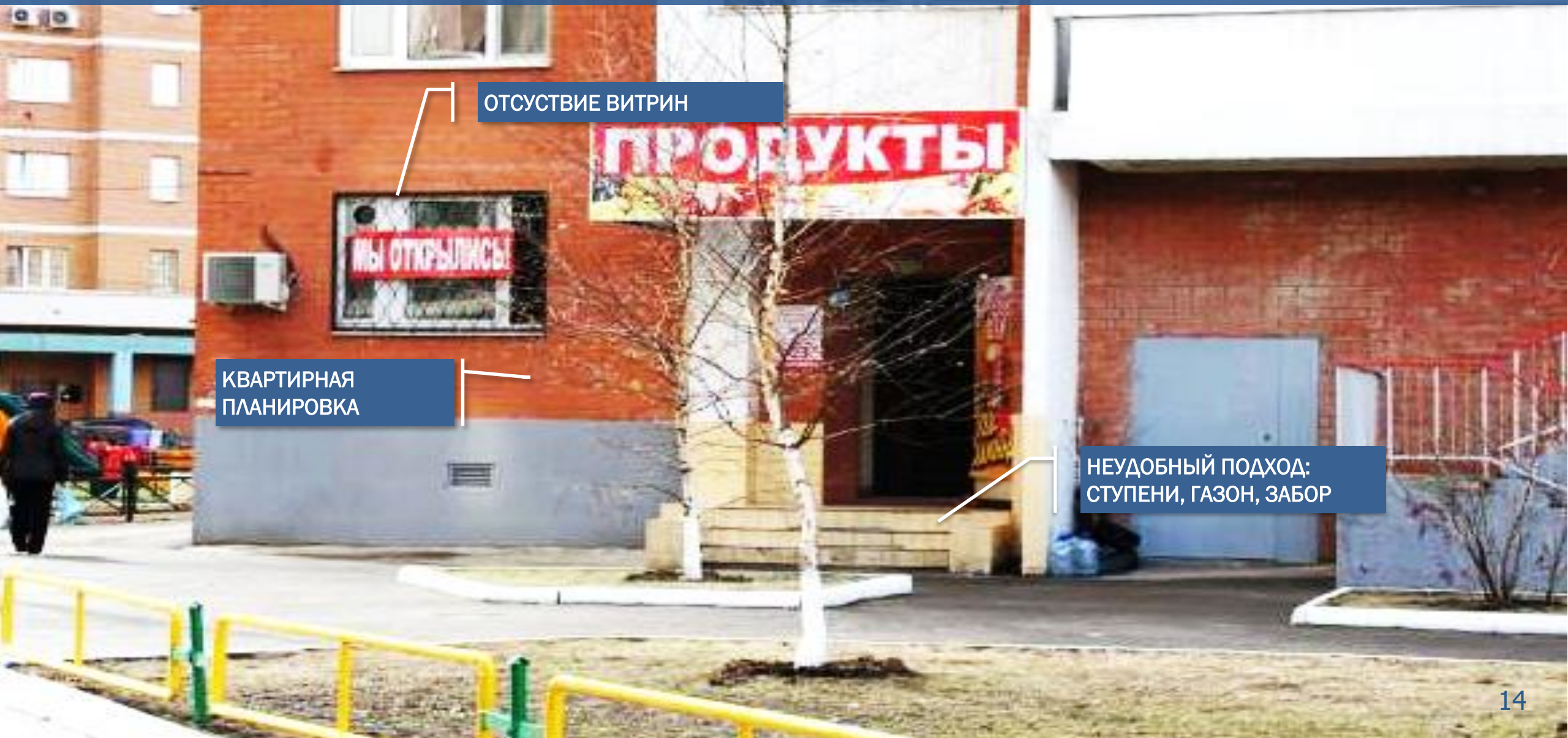
В СОВЕТСКОЙ ЗАСТРОЙКЕ ОТСУТСТВУЮТ ПОМЕЩЕНИЯ ДЛЯ КОМФОРТНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ МАЛОЙ ТОРГОВЛИ



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



ОТСУТВИЕ ВИТРИН

КВАРТИРНАЯ
ПЛАНИРОВКА

НЕУДОБНЫЙ ПОДХОД:
СТУПЕНИ, ГАЗОН, ЗАБОР

КАК ЕСТЬ...

...КАК ДОЛЖНО БЫТЬ



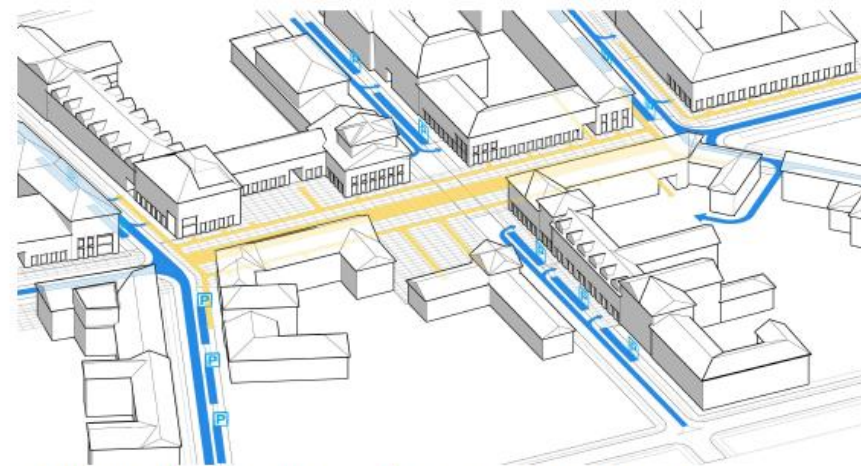


МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕШЕХОДНОЙ ТОРГОВОЙ УЛИЦЫ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ГОРОДА

ОБЩИЙ ВИД



ТРАНСПОРТНО-ПЕШЕХОДНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ



Условные обозначения: P автостоянки

A остановки общественного транспорта

1 Архитектурные решения первых эт. организация входов с уровня земли

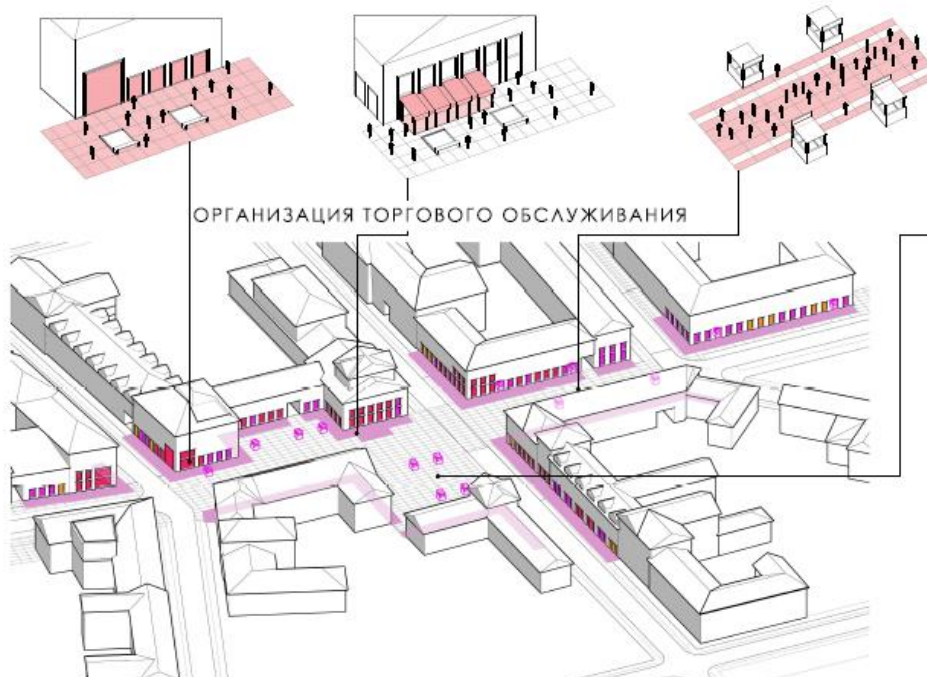
2 Площадки летнего кафе

3 Мобильные точки уличного ритейла (кофе-паины, 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



ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

