

Вестник ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

№ 7 (65) 2022

Санкт-Петербурга



СОБЫТИЯ

стр. 8

**Тенденции развития
потребительского рынка
в новых экономических условиях**

ТЕМА НОМЕРА

стр. 14

**Торговля – самая рыночная отрасль
экономики**



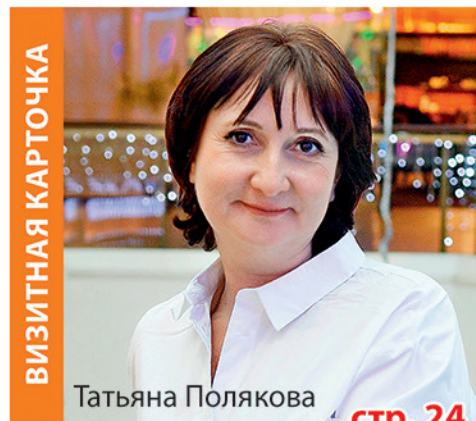
АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

Владимир Меньшиков

**Сфера торговли –
бизнес
социальной
направленности**

стр. 22

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



Татьяна Полякова

стр. 24

**«Медом намазано» –
выгодный и модный бизнес**

ОТ РЕДАКЦИИ

3 Торговля – самая рыночная отрасль экономики

4 НОВОСТИ

СОБЫТИЯ

8 Тенденции развития потребительского рынка в новых экономических условиях

27 июля в Санкт-Петербурге состоялась конференция, приуроченная ко Дню работника торговли.

ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ

12 Чем живет потребительский рынок

Редакция журнала провела блиц-опрос среди предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса и попросила их ответить на вопрос: «Как потребительский рынок пережил локдаун и какие меры государственной поддержки сегодня оказались наиболее востребованными?»

ТЕМА НОМЕРА

14 Торговля – самая рыночная отрасль экономики

Нет такого периода в истории, когда бы не существовало торговли: начиная со скромного обмена внутри поселения и заканчивая глобальными торговыми сетями, раскинувшимися по всему миру. Страницы истории торговли перелистал наш корреспондент.

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

21 E-commerce как будущее торговли: Развивай бизнес с Bizhelp.pro

Пандемия и цифровизация экономики привели к глобальным и кардинальным переменам в сфере торговли. Ключевой тренд – бурный рост электронной коммерции.

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

22 Сфера торговли – бизнес социальной направленности

Интервью с Владимиром Меньшиковым – председателем совета НП «Союз малых предприятий Санкт-Петербурга», заместителем председателя Общественного Совета по малому предпринимательству при губернаторе Санкт-Петербурга.

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

24 «Медом намазано» – выгодный и модный бизнес

Заниматься любимым делом и получать от него доход индивидуальный предприниматель Татьяна Полякова начала почти двадцать лет назад. Сегодня она владелица магазинов «Пчеловодство», развивает свою франшизу, ее бизнес признан одним из лучших социальных проектов в городе.

Торговля – самая рыночная отрасль экономики

Накануне Дня работника торговли мы решили посвятить данный номер ситуации на потребительском рынке России. Этот сектор экономики во многих регионах Российской Федерации является ключевым с точки зрения формирования бюджета.

Елена Церетели –
председатель **Общественного Совета по развитию малого предпринимательства** при губернаторе Санкт-Петербурга



В нашем городе поступления от деятельности предприятий потребительского рынка уступают только предприятиям промышленного сектора. В свою очередь в структуре потребительского рынка основу составляет торговля.

Сегодня, когда влияние внешних факторов крайне негативно сказывается на всех секторах экономики, торговля также переживает серьезную трансформацию, и предсказать, как она продолжит свое функционирование, сложно. В канун праздника мы решили напомнить, как себя чувствовала отрасль до пандемии и санкций.

Так, по данным Росстата, оборот розничной торговли в 2019 году составил 33 532,1 млрд рублей. В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачные изделия, составлял 47,9%, непродовольственных товаров – 52,1%.

По итогам 2020 года лидерами отрасли остались X5 Retail Group и «Магнит», у которых показатели выручки составили 1,97 трлн и 1,5 трлн рублей соответственно, увеличившись на 14,2% и 13,3%.

В тройку лидеров вошла объединенная компания, включающая сети «Дикси», «Красное & Белое» и «Бристоль». Оборот этого ритейлера в 2020 году достиг 950 млрд рублей, что на 18,4% превосходит показатель годичной давности.

В 2020 году на фоне антиковидных ограничений рекордный рост по динамике выручки среди продуктовых торговых сетей показали «Светофор» и «ВкусВилл» — она оказалась почти на 40% больше, чем год назад.

«Светофор», позиционирующий себя как магазин низких цен, достиг таких результатов на фоне снижения реальных доходов населения. «Вкусвилл», в свою очередь, быстро

адаптировался к новым реалиям рынка и вошел в сферу онлайн-торговли, что стало для него драйвером роста.

В 2020 году на рынок России вышло 13 торговых иностранных операторов торговли. Половина новых ритейлеров, вышедших на российский рынок, была представлена профилем «одежда, обувь, белье».

Помимо позитивной информации на потребительском рынке в 2020 году прослеживались и негативные тенденции, так по данным Минпромторга, на середину июля 2020 года торговых точек в РФ стало на 62% меньше, чем в начале пандемии COVID-19 в марте. На отрасли торговли сказались сокращение платежеспособного спроса и законодательные ограничения.

Год 2021. В течение года в Россию пришли 15 новых иностранных ритейлеров, что на 15% больше, чем в 2020-м. Помимо этого показателя в течение 2021 года на российский рынок вышли несколько игроков из стран СНГ, например, из Белоруссии и Казахстана.

Ритейл продолжал осваивать современные методы привлечения покупателя: это и опросы, и фокус группы, это цифровизация всех процессов, это поиск собственной ниши.

И вот, наступил новый 2022 год, и с ним пришли новые вызовы. Торговля, как и весь потребительский рынок сегодня, несмотря ни на что, продолжает в своей основе деятельность, перестраивая логистику и подходы, но при этом сохраняет тот уровень качества услуг, к которому привык российский потребитель. А это очень непросто. Сегодня как никогда бизнесу нужны реальные преференции и поддержка со стороны государства. Об этом и шел разговор на конференции, посвященной Дню работника торговли, о которой вы прочтете в номере.

Больше льгот для IT-сферы

Владимир Путин подписал закон о поправках в Налоговый кодекс, расширяющих льготы для IT-компаний. Документ был подготовлен Минцифры совместно с Минфином.

Основные изменения:

- Налог на прибыль – 0% до 31 декабря 2024 года.
- Страховые взносы – 7,6%.
- Расширился перечень компаний, которые могут пользоваться льготами.
- Количественный критерий по доле IT-выручки, которая позволяет получить налоговые льготы, снизился с 90% до 70%.
- Исключен критерий по количеству сотрудников организаций (минимум 7 человек) для получения льгот.
- Перечень видов IT-деятельности, доходы от которой учитываются в IT-выручке и позволяют компании получать льготы, расширен.

Поставщики, которые предоставляют SaaS-решения через закрытые сети, также смогут получить льготы. Все эти пункты вступают в силу с 1 января 2022 года. До 1 августа будет изменен порядок аккредитации IT-организаций, чтобы учесть изменения видов деятельности, которые дают возможность для получения льгот.

Отчетность через личный кабинет

Теперь в личных кабинетах юридических лиц и индивидуальных предпринимателей можно сформировать и представить в налоговый орган сведения о переводах денежных средств без открытия банковского счета с использованием электронных средств платежа (ЭСП), предоставленных иностранными поставщиками платежных услуг.

Указанные сведения формируются и представляются компаниями и предпринимателями в составе отчета по форме, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 28.12.2005 № 819.

Его направляют лица, имеющие электронные средства платежа, предоставленные иностранными поставщиками платежных услуг, если на них за отчетный год зачислено более 600 тыс. рублей или их эквивалент в иностранной валюте. Для этого при заполнении формы выбирается раздел «Сведения о переводах денежных средств без открытия банковского счета с использованием электронных средств платежа, предоставленных иностранными поставщиками платежных услуг (Раздел 2)».

Напоминаем, что юридические лица и индивидуальные предприниматели представляют в налоговый орган указанный отчет ежеквартально в течение 30 дней по окончании квартала.

Кредиты для МСП со ставкой ниже ключевой



Татьяна Илюшникова

Заместитель Министра экономического развития Татьяна Илюшникова рассказала о мерах поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемых Правительством.

«В ближайшее время производственным МСП станут доступны кредиты с процентной ставкой ниже ключевой. Сочетание программ 1764 и «ПСК» позволяет достигнуть синергетического эффекта и предложить предпринимателям кредиты по выгодной ставке», – рассказала замминистра. По ее словам Программа будет запущена Минэкономразвития России совместно с Корпорацией МСП.

Татьяна Илюшникова отметила, что меры, направленные на развитие производственных МСП, получают развитие и будут дополнены другими в новой редакции Национального проекта «МСП», который курирует Первый вице-премьер Андрей Белоусов. Заместитель министра не исключила возможность создания отдельного федерального проекта, направленного на развитие производственных МСП.

На пленарной сессии «Новая реальность – новая стратегия» было отмечено, что и в период противоречивых ограничений, и в условиях санкционного давления государство оказало бизнесу всестороннюю поддержку, а также получила развитие система «бесконтактной» поддержки, когда меры предоставляются автоматически. Помимо Татьяны Илюшниковой участниками сессии были министр экономического развития Карачаево-Черкесской Республики Алий Накохов, министр экономического развития Республики Северная Осетия – Алания Заур Кучиев, председатель регионального отделения «ОПОРА РОССИИ КЧР» Аслан Харцызов, управляющий Карачаево-Черкесским отделением «Сбербанка» Заур Джазов.

Бизнес-форум «Start-2022» был посвящен 100-летию Карачаево-Черкесской Республики и 5-летию юбилею центра «Мой бизнес». В форуме приняли участие представители бизнеса, федеральных и региональных институтов развития и поддержки МСП, эксперты. Работа форума проходила в трех секциях: «IT-решения для МСП», «Креативная экономика» и «Деловая игра». Бизнес-форум «Start-2022» проводился Минэкономразвития РФ при поддержке Правительства Карачаево-Черкесии в рамках реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Партнером форума выступил институт развития СКФО Кавказ.РФ.

Подписаны ряд важных законов для бизнеса

14 июля 2022 года Президент РФ Владимир Путин подписал ряд важных законов, затрагивающих деятельность предпринимателей. В частности, законы о едином налоговом счете для оплаты всех платежей, о праве досрочного выкупа взятого в лизинг имущества и об объединении Пенсионного фонда и Фонда соцстрахования.

Закон о едином налоговом счете

Закон предусматривает возможность оплаты всех налоговых платежей физических лиц через единый налоговый счет. Данным законом вместо существовавшей ранее обязанности заполнения нескольких платежных поручений с большим количеством реквизитов внедряется институт единого налогового счета. Он будет открываться каждому гражданину в Казначействе России, и налогоплательщики смогут перечислять туда единый налоговый платеж с указанием только суммы и своего ИНН. При этом налоговый орган на основе имеющихся документов и информации самостоятельно засчитывает платеж в счет исполнения обязанностей, в том числе на основании данных, предоставляемых в некоторых случаях плательщиком.

Закон призван исключить наличие у налогоплательщика одновременно задолженности и переплаты по разным видам налогов, а также обеспечить экономически обоснованный расчет суммы пеней на общую сумму задолженности.

Закон о праве досрочного выкупа взятого в лизинг имущества

Закон направлен на смягчение последствий повышения ключевой ставки Банка России для участников рынка лизинга и предусматривает досрочный выкуп взятого в лизинг имущества.

Согласно документу, если договор лизинга заключен до 24 февраля 2022 года, то в ряде случаев при увеличении размера лизинговых платежей в период с 24 февраля по 31 декабря 2022 года лизингополучатель будет вправе однократно обратиться к лизингодателю с требованием о передаче ему в собственность предмета лизинга пол-

ностью или его части без начисления неустоек (штрафов, пеней) и применения иных мер ответственности. Это касается случаев, когда договор лизинга содержит условия об определении размера лизинговых платежей в зависимости от изменения ключевой ставки Банка России либо иной переменной величины (числового значения), об увеличении расходов на уплату процентов по кредиту (займу), предоставленному лизингодателю для приобретения предмета лизинга, а также об установлении возможности изменения размера лизинговых платежей лизингодателем в одностороннем порядке. Исключения составляют случаи, когда договором лизинга не предусматривается переход предмета лизинга в собственность лизингополучателя по истечении срока договора лизинга.

Закон об объединении Пенсионного фонда и Фонда соцстрахования

Единый Фонд пенсионного и социального страхования создается для осуществления государством пенсионного обеспечения, обязательного пенсионного страхования, обязательного социального страхования на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, обязательного социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, социального обеспечения, предоставления мер социальной защиты (поддержки) отдельным категориям граждан.

Реформа проводится в рамках проекта по созданию в России социального казначейства. Его основой станет цифровая платформа, которая объединит все существующие в социальной сфере информационные системы.



Процедуру закрытия МСП наконец-то упростят

Правительство внесло в Госдуму законопроект Минэкономразвития об упрощении процедуры закрытия фактически прекративших свою деятельность МСП.

Если проект примут, для этого будет достаточно подать одно заявление в ФНС.

Ведомство предлагает упростить процедуру закрытия компаний малого и среднего бизнеса, фактически прекративших свою деятельность, при соблюдении следующих условий:

- Компания внесена в единый реестр МСП;
- Компания не является плательщиком НДС;
- Нет долгов перед кредиторами, в том числе перед бюджетом;
- Нет записей в ЕГРЮЛ о недостоверности сведений;
- Нет недвижимости и транспорта;

- Компания не находится в процессе реорганизации, ликвидации, банкротства.
- Решение о предстоящем исключении из реестра публикуется в СМИ. Из реестра бизнес будет исключен через 3 месяца, если не будет возражений или предприниматель не передумает закрываться. Исключение может быть обжаловано в течение 1 года.
- Процедура закрытия компании представителями МСП до последнего предполагала обязательный визит с камеральной проверкой со стороны ФНС. Это обстоятельство заставляло компании продолжать вести деятельность, сдавая нулевую отчетность, либо просто бросать компании.

9 пакетов мер в Санкт-Петербурге



«В Петербурге разработано 9 пакетов мер поддержки для бизнеса и населения. Они включают 97 мероприятий, 64 из них уже выполнены. Принятые меры снижают налоговую нагрузку на предприятия, способствуют реализации проектов по разработке новой высокотехнологичной продукции и импортозамещению, а также созданию дополнительных рабочих мест в малом и среднем бизнесе», – сообщил губернатор Александр Беглов.

Александр Беглов отметил, что в Оперативный штаб по реализации мер, направленных на обеспечение экономической и социальной стабильности в Санкт-Петербурге, от исполнительных органов государственной власти, бизнеса, общественных организаций поступило 920 предложений по поддержке промышленности и торговли, рынка труда, строительной отрасли и ЖКХ. 81 инициатива, предусматривающая федеральные полномочия по принятию решений, направлена в отраслевые министерства.

Он подчеркнул, что ситуация на рынке труда в городе остается стабильной. С апреля по июль безработица держится на стабильно невысоком уровне – на учете в Службе занятости стоят от 17 до 18 тысяч человек.

На 2 млрд рублей докапитализирован Фонд развития промышленности и составляет сегодня 5 млрд 183 млн рублей. С начала года по новым программам льготного кредитования выдано займов на общую сумму около 869,7 млн рублей.

На 1 млрд рублей докапитализирован «Фонд содействия кредитованию малого и среднего бизнеса, микрокредитная компания». Это позволило с 15 апреля

2022 года ввести дополнительные программы льготного кредитования малых и средних предприятий в сфере обрабатывающих производств, а также для организаций, реализующих проекты по возобновлению деятельности и сохранению занятости.

В 2022 году Фонд содействия кредитованию малого и среднего бизнеса выдал микрозаймы на общую сумму 690 млн рублей, а также предоставил поручительства на общую сумму 2 млрд рублей, что позволило малому и среднему бизнесу привлечь кредиты в объеме 4,51 млрд рублей.

Действуют налоговые преференции. Ставка налога на имущество организаций на 2022 год сохранена на уровне 2021 года. От уплаты имущественных налогов освобождены гостиницы, санаторно-курортные организации, компании конгрессно-выставочной деятельности и арендодатели, которые предоставляют такие объекты. В сфере малого и среднего бизнеса до 2025 года продлены кредитные каникулы по патентной и упрощенной системе налогообложения для вновь созданных ИП. Снижены ставки по упрощенной системе налогообложения для IT-компаний.



Объекты без торгов от КИО

КИО опубликовал сведения о первых двух объектах нежилого фонда, которые город предлагает субъектам малого и среднего предпринимательства (МСП) в аренду без проведения торгов. Соответствующее мероприятие предусмотрено госпрограммой «Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге».

Предоставление преференции в соответствии с мероприятием осуществляется без предварительного согласования антимонопольного органа на основании пункта 4 части 3 статьи 19 Закона о защите конкуренции.

Информация о помещениях для предоставления МСП в рамках мероприятия госпрограммы опубликована в разделе «Объекты для малого и среднего бизнеса (госпрограмма „Развитие предпринимательства“). Данные об объектах могут актуализироваться в течение года.

Напомним, на имущественную поддержку в виде передачи во владение и (или) пользование государственного имущества Санкт-Петербурга без проведения торгов смогут рассчитывать представители малого и среднего бизнеса, осуществляющие деятельность в сферах:

– социального предпринимательства (должны обладать статусом социального предприятия);

- инноваций и промышленного производства;
- ремесленной деятельности;
- предоставления гостиничных услуг.

Перечень конкретных видов экономической деятельности определен госпрограммой «Развитие предпринимательства и потребительского рынка в Санкт-Петербурге». При этом в данном случае объект недвижимости может использоваться только тем субъектом МСП, с которым заключен договор аренды. Кроме того, субъекту МСП запрещено изменять цель использования государственного имущества – в противном случае город откажется от договора в одностороннем порядке. Договор аренды не подлежит возобновлению на неопределенный срок в соответствии с пунктом 2 статьи 621 Гражданского кодекса Российской Федерации и не может быть продлен в соответствии с частью 9 статьи 17.1 Закона о защите конкуренции.

Банк «Санкт-Петербург» в программе «зонтичных» поручительств

Банк «Санкт-Петербург» стал двенадцатым участником программы «зонтичных» поручительств Корпорации МСП.

«Зонтичный» механизм поручительств — это упрощенный способ получить кредит, если у предпринимателя не хватает залога для получения финансирования. По сути, это гарантия Корпорации МСП перед банком, что обязательства заемщика по кредиту будут выполнены. Поручительством Корпорации можно «закрыть» до 50% суммы обеспечения по кредиту или до 70% при дополнительной поддержке от региональных гарантийных организаций. Обеспечение до 90% от суммы кредита предоставляется молодым и начинающим предпринимателям. Размер поручительства по кредиту одного заемщика или группы связанных заемщиков – до 1 млрд рублей, срок кредита – не более 180 месяцев. Поручительство для предпринимателей бесплатно, комиссию платит банк.



Александр Исаевич:
«Для бизнеса открыты дополнительные возможности для адаптации к новым экономическим условиям»

«Для предпринимателей финансовая поддержка становится еще доступнее благодаря новым банкам. Для бизнеса открыты дополнительные возможности для адаптации к новым экономическим условиям, создания, поддержки и развития производства, открытия дополнительных рабочих мест. Уже сегодня, благодаря «зонтичному» механизму кредит стал доступен каждому четвертому предпринимателю, а получение кредита стало бесшовным и автоматизированным для каждого предпринимателя», – заявил генеральный директор Корпорации МСП Александр Исаевич.

«Зонтичный» механизм поручительств был разработан по поручению Президента и запущен Корпорацией МСП в сентябре 2021 года. Реализацию проекта в рамках нацпроекта по поддержке МСП курирует первый заместитель Председателя Правительства Андрей Белоусов. Ранее к «зонтичной» программе Корпорации МСП присоединились Сбербанк, ВТБ, Альфа-Банк, Открытие, Промсвязьбанк, МСП Банк, Совкомбанк, РНКБ, АК Барс, Банк ЗЕНИТ, Тинькофф. В планах Корпорации МСП до конца 2022 года выдать кредитов с «зонтичным» поручительством на сумму свыше 170 млрд рублей.

Премия правительства РФ в области качества в Санкт-Петербурге

Три организации из Петербурга стали дипломантами конкурса на соискание премий правительства РФ в области качества 2021 года.

Церемония награждения прошла в Совете Федерации. Дипломы получили Всероссийский научно-исследовательский институт метрологии имени Д. И. Менделеева, Научно-производственное объединение «СтарЛайн» и фирма «Изотерм». Помимо этого, дипломы вручили еще 13 компаниям из других регионов России.

«Сегодня Премия – это эффективный государственный инструмент, который служит стимулом к модернизации производства, улучшению качества продукции и оказываемых услуг. Хочу поздравить организации, которые показали значительные достижения в области качества. Улучшение качества жизни неизменно остается одним из приоритетов нашей деятельности. Достигнуть этого можно, в том числе, через тесное взаимодействие производителей и потребителей. Могу сказать, что сложившаяся в настоящее время ситуация – новое окно возможностей. Его необходимо использовать, аккумулируя ресурсы и компетенции насыщения внутреннего рынка качественной продукцией и как выход на новые экспортные рубежи», – подчеркнул в приветственном слове к участникам замглавы Минпромторга России Алексей Ученев. Правительственная премия в области качества присуждается ежегодно за достижения в области качества продукции и услуг, обеспечения их безопасности, а также за внедрение высокоэффективных методов менеджмента.

Туристский поезд «Культурный Петербург»

19 июля на Балтийский вокзал прибыл первый туристский рейс на круговом поезде «Культурный Петербург».

Железнодорожный круиз в формате путешествия-экскурсии из Москвы в Петербург стал новинкой, разработанной для россиян в этом сезоне. Его главная особенность – длительность остановок, за время которых туристы увидят наиболее красивые исторические места и музейные комплексы Северной столицы.

По маршруту «Москва – Санкт-Петербург – Новый Петергоф – Санкт-Петербург – Павловск – Москва» путешественники проведут в пути четыре дня и три ночи. Тур «Культурный Петербург», разработанный холдингом «РЖД», пассажиры совершают в новых двухэтажных спальнях вагонов купе и СВ – с кондиционерами, душевыми кабинами, розетками. Современный формат, когда поезд, помимо транспортного средства, становится комфортным «отелем на колесах», позволяет любителям железнодорожных путешествий получить незабываемый туристский опыт.

Тенденции развития потребительского рынка в новых экономических условиях



27 июля 2022 года

Конференция, приуроченная ко Дню работника торговли, состоялась 27 июля в Санкт-Петербурге. Главная тема – «Перезагрузка сферы торговли 2022: Экспертный взгляд на новые тенденции». Организатором отраслевого мероприятия по традиции выступил Общественный Совет по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга.

Конференция прошла при поддержке Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле города и собрала в гибридном формате более 400 представителей отрасли.

Зал в деловом центре «Невская Ратуша» был полон. Обсудить отраслевую проблематику в реалиях экономического кризиса пришли руководители отраслевых ассоциаций и союзов, ведущие эксперты отрасли, представители крупнейших вузов Санкт-Петербурга, а также бизнес-сообщества города. Почетным гостем стал Игорь Бухаров, президент Федерации рестораторов и отельеров России.

Открывая городскую конференцию, председатель Общественного совета Елена Церетели поздравила отраслевое сообщество с праздником и подчеркнула, что Общественный Совет считает важным, нужным и значимым сохранить традицию празднования Дня работника торговли.

«Анализируя ситуацию в других регионах страны, можно сказать, что у нас ситуация типичная. Потребительский рынок – основной и ключевой в структуре малого и среднего бизнеса», – отметила Елена Церетели, – «Практически 16% поступлений в бюджет – это результат деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. Цифры говорят сами за себя».



Игорь Бухаров:
«С владельцев летних кафе в столице не берут денег за размещение, но требуют выполнения типовых стандартов, чтобы не нарушался архитектурный облик столицы»

Перспективы развития потребительского рынка напрямую связаны с выстраиванием диалога власти и бизнеса, считает Игорь Бухаров. По мнению отраслевого эксперта, мэрия Москвы внесла существенный вклад в возвращение столичных ресторанов к предковидным показателям.

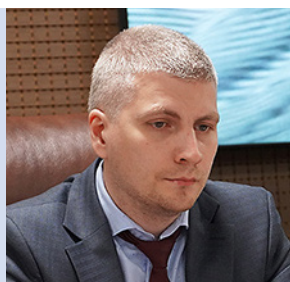
«Ресторанный бизнес играет важную роль в жизни города, поэтому с владельцев летних кафе в столице не берут денег за размещение, но требуют выполнения типовых стандартов, чтобы не нарушался архитектурный облик столицы», – поделился опытом столицы глава Федерации рестораторов

и отельеров России», – «Десять лет назад в столице было полторы тысячи летних площадок. На сегодняшний день – четыре тысячи».

И все-таки несмотря на то, что в столице налажен диалог бизнеса и власти, есть и схожие с Петербургом проблемы. Например, запрещено менять назначение торгового объекта. А между тем, в Москве растет число кофеен, регистрирующихся как розничная торговля.

«Нам нужно договориться на этом рынке, иначе мы начнем толкаться», – считает Игорь Бухаров.

В Петербурге круглогодичных летних площадок – 570. Растет число предприятий общественного питания. Сейчас их число приближается к 9 тысячам. Развивается ярмарочная деятельность. В прошлом году проведено 172 ярмарки. В текущем году по плану их должно быть не меньше 200, а это тысячи торговых мест. Потребительский рынок города и соседнего региона вместе – второй по величине в России. В различных сферах торговли занято 23% от всего трудоспособного населения Петербурга. В абсолютных цифрах – это порядка 760 тысяч горожан. Об этом рассказал начальник отдела торговли и общественного питания управления развития потребительского рынка Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга Алексей Литвенюк.



Алексей Литвенюк.
Фрагмент презентации «Перезагрузка сферы торговли 2022: экспертный взгляд на новые тенденции»



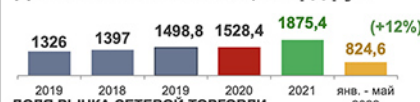
ТОРГОВЛЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ТОРГОВЛИ (2021)



ДИНАМИКА ОБОРОТА, млрд руб.



СТРУКТУРА ФОРМАТОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (В % К СОВОКУПНОМУ РОЗНИЧНОМУ ТОВАРООБОРОТУ В 2021 ГОДУ)



ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (+137)

25 121

ЗАНЯТОСТЬ В ТОРГОВЛЕ

635 148

человек (19,3%)

ТОРГОВЫЕ СЕТИ: ДОЛЯ РЫНКА ПО ОЦЕНКЕ УРАС



ОБЪЕМ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, МЛРД РУБ.



12 РОЗНИЧНЫХ РЫНКОВ
8 СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ
4 УНИВЕРСАЛЬНЫХ



Владимир Меньшиков

О факторах устойчивого развития потребительского рынка Петербурга говорил Владимир Меньшиков – руководитель комиссии Общественного Совета по потребительскому рынку, руководитель Союза малых предприятий СПб. Разрешение на установку уличной мебели вблизи нестационарных торговых объектов – это хорошо, но от бизнеса поступает запрос на новые формы поддержки. Глава Союза считает, что своевременной мерой поддержки малого бизнеса станет создание сети мелкооптовых продуктовых баз.

«С появлением таких баз цена на продукцию может снизиться до 8%», – аргументировал эксперт.

В своем выступлении он также поднял острую для предпринимателей проблему продления договоров аренды на земельные участки для нестационарных торговых объектов

на 7 лет. В Петербурге исполнение федеральной инициативы пока про буксовывает, что вызывает законное недовольство в предпринимательской среде. Общественный совет со своей стороны направил обращение в Законодательное собрание Петербурга с просьбой ускорить принятие Постановления.

«Крупный, малый, средний бизнес – мы все оказались в стрессе. Но нас объединяет общая задача – сдерживание инфляции на полках».

Доля сетевого ритейла на потребительском рынке Петербурга – 60%. По оценке УФАС на первом месте Х5 ритейл групп – 28,9%, на втором месте – «Лента» – 17,55%. Немногим более 10% занимает «Окей».



Ольга Волкова

По мнению Ольги Волковой, возглавляющей комитет по торговле Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты, в современных реалиях залог развития – это партнерский бизнес.

«Торговые сети приветствуют малые форматы торговли. Мы с МСП партнеры», – подчеркнула эксперт, –



Вера Ильина

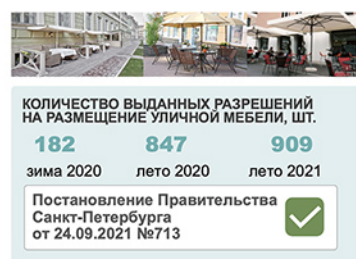
По мнению Веры Ильиной, создавшей на пике пандемии успешнейший цветочный онлайн-маркет, вызовы нового времени подталкивают предпринимателей к поиску нестандартных подходов к ведению бизнеса. Залог успеха ее бизнеса – это поиск новых подходов при премиальном

Фрагмент презентации «Перезагрузка сферы торговли 2022: экспертный взгляд на новые тенденции»

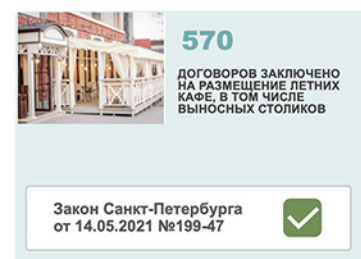
ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



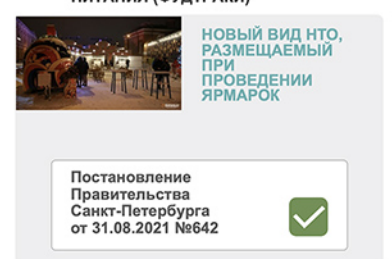
01 СЕЗОННАЯ УЛИЧНАЯ МЕБЕЛЬ ПРИ ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



02 КРУГЛОГОДИЧНЫЕ ТЕРРАСЫ ПРИ СТАЦИОНАРНЫХ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТАХ (СТО)



03 ТРАНСПОРТНЫЕ СРЕДСТВА, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (ФУДТРАКИ)



сервисе при низком чеке, отказ от штатной службы доставки, автоматизация всех процессов, новые коллаборации.

«Мы не заставляем клиента думать о том, чего бы он хотел. Мы сразу просчитываем, что для нашего покупателя будет лучшим решением», – поделилась опытом предпринимательница.

О важности синергии, но уже применительно к сфере взаимодействия науки и бизнеса говорили спикеры из ведущих вузов города. И здесь больше вопросов, чем ответов.

«В разрезе задач по импортозамещению нам необходимо развивать как фундаментальную, так и прикладную науку. По экспертным оценкам дальнейшее развитие этого сектора должно обеспечиваться за счет включения бизнеса, вклад которого оценивается в 2% ВВП. В условиях нынешнего времени бизнес имеет низкую мотивацию для поддержки науки. Поэтому очевидно, что решение этой задачи должно обеспечиваться государством» – считает профессор кафедры экономики предприятия и предпринимательства Санкт-Петербургского государственного университета Елена Мидлер.

В целом участники городской конференции сошлись во мнении, что



Елена Мидлер

текущий кризис делает предпринимательское сообщество лишь сильнее.

«Малый бизнес готов искать в сложившейся ситуации возможности и решения для развития – и находит их», – подвела черту под дискуссией Елена Церетели.

В рамках городской конференции Елена Церетели вручила благодарственные письма Общественного Совета по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга. В этом году отмечены 19 представителей потребительского рынка города. В числе награжденных предприниматели, возглавляющие на общественных началах районные советы по малому предпринимательству, руководители отделов потребительского рынка при администрациях города.

За личный вклад в становление, сохранение и развитие потребительского рынка страны и активную общественную деятельность благодарственным письмом отмечен президент Федерации рестораторов и отельеров России Игорь Бухаров.



Елена Церетели вручает благодарственные письма: Игорю Бухарову;

- ◀ *Евгению Третьякову, председателю Общественного Совета по развитию МСП Московского района;*
- ▼ *Ирине Сафроновой, руководителю комиссии по общественному питанию Общественного Совета.*



Чем живет потребительский рынок

В предверии Дня работника торговли, который считается профессиональным праздником также для представителей общественного питания и сферы бытовых услуг, редакция журнала «Вестник предпринимателя СПб» провела блиц-опрос:

Как отрасль пережила локдаун и какие меры государственной поддержки сегодня оказались наиболее востребованными?



Проблемы есть, но они решаемы

Марина Гейнц –
руководитель экспертной службы **Ассоциация химчисток и прачечных Санкт-Петербурга (АХиП СПб)**

– Ассоциация объединяет более 30% предприятий химчисток и прачечных Санкт-Петербурга и оказывает членам Ассоциации юридическую, организационную, информационную и иную консультативную помощь, представляет интересы предпринимателей в органах государственной власти и управления различного уровня, содействует обучению и повышению квалификации кадров, помогает в трудоустройстве специалистов организует деловые встречи, круглые столы...

При введенном ограничительном режиме во время локдауна отрасль химчисток и прачечных существенно пострадала в части работы с населением. Но нужно понимать, что деятельность сферы химчисток и прачечных является стратегически важной. Ведь основная задача предприятий нашей сферы это работа по обеспечению чистым бельем и спецодеждой предприятия других сфер, таких как больницы, гостиницы, детские сады, воинские части т.д. А это все стратегические объекты. Мы наравне с больницами несем ответственность за обеспечение благоприятной санитарной и эпидемиологической обстановки в обществе.

Еще на первом этапе вводимых ограничений, состоялась встреча президента «Ассоциации предприятий химической чистки и прачечных Санкт-Петербурга» Чагиной Любовь Сергеевны с председателем Общественного Совета по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга Церетели Еленой Отари-

евной, на которой обсуждалась сложившаяся ситуация и возможные пути решения.

В ходе диалога они обменялись предложениями со стороны Ассоциации о возможной поддержке предприятий отрасли и информацией о разрабатываемых инициативах и уже принятых решениях со стороны правительства РФ и Санкт-Петербурга. Среди мер поддержки со стороны государства значимыми являются:

- снижение административной нагрузки на бизнес и совершенствование назначения административного наказания, в Федеральный закон от 26.03.2022 № 70-ФЗ были внесены изменения в КоАП РФ по штрафам для бизнеса с 2022 года. (замена штрафа на предупреждение);
- объявление моратория на проверки;
- Правительством Российской Федерации принято постановление от 29.04.2022 № 776 «Об изменении сроков уплаты страховых взносов в 2022 году». В соответствии с пунктами 1 и 2 Постановления сроки уплаты страховых взносов, исчисленных с выплат и иных вознаграждений в пользу физических лиц за апрель-сентябрь 2022 года, а также исчисленных индивидуальными предпринимателями за 2021 год с суммы дохода, превышающей 300 000 рублей, были продлены на 12 месяцев;
- новые возможности предоставил Фонд содействия кредитованию малого и среднего бизнеса. Все принятые решения были оперативно донесены до членов Ассоциации.



Заполнить рынок модной одеждой – не проблема

Валентина Миронова – президент **Союза производителей изделий легкой промышленности**, генеральный директор **ООО «Фирма Шарм»**

– Нам заполнить рынок модной одеждой – не проблема, но очень надо, чтобы нас не считали погрешностью в бюджете...

Мы неоднократно обращались в Минпромторг с просьбой субсидировать торговые комплексы для предоставления льготной арендной ставки, но пока нас не услышали. Для значительного увеличения объемов производства малому бизнесу также необходимо увеличить численность работников по специальному налоговому режиму до 300 человек, так как значительно увеличилась стоимость сырья, необходимо повышение зарплаты сотрудникам. Оборот для ресторанов повышен по УСН до 2 млрд рублей. Необходимо и для производителей легкой промышленности также повысить лимит по выручке для применения УСН хотя бы до 1 млрд рублей.

Производство одежды несет очень важную социальную составляющую! Голый и голодный человек не будет строить ракеты, дома, воевать, ходить на любую другую работу! А мы сможем заменить ушедший с рынка бизнес и наполнить торговые комплексы качественной, модной одеждой. Изделия отечественных производителей не уступают популярным зарубежным брендам и по дизайну больше подходят для российских покупательниц. Многие ТЦ оказались в очень неприглядном виде с закрытыми и темными торговыми площадями. Конечно, это не добавило посетителей. Понятно, срочно заменить торговых монстров мы не можем, но увеличить количество производимых товаров, у каждого отечественного производителя есть возможность при определенных условиях и поддержке органов власти.



Для увеличения продаж нужны новые заводы

Мария Овчинникова – генеральный директор **ООО «БРИГАНТИНА»**

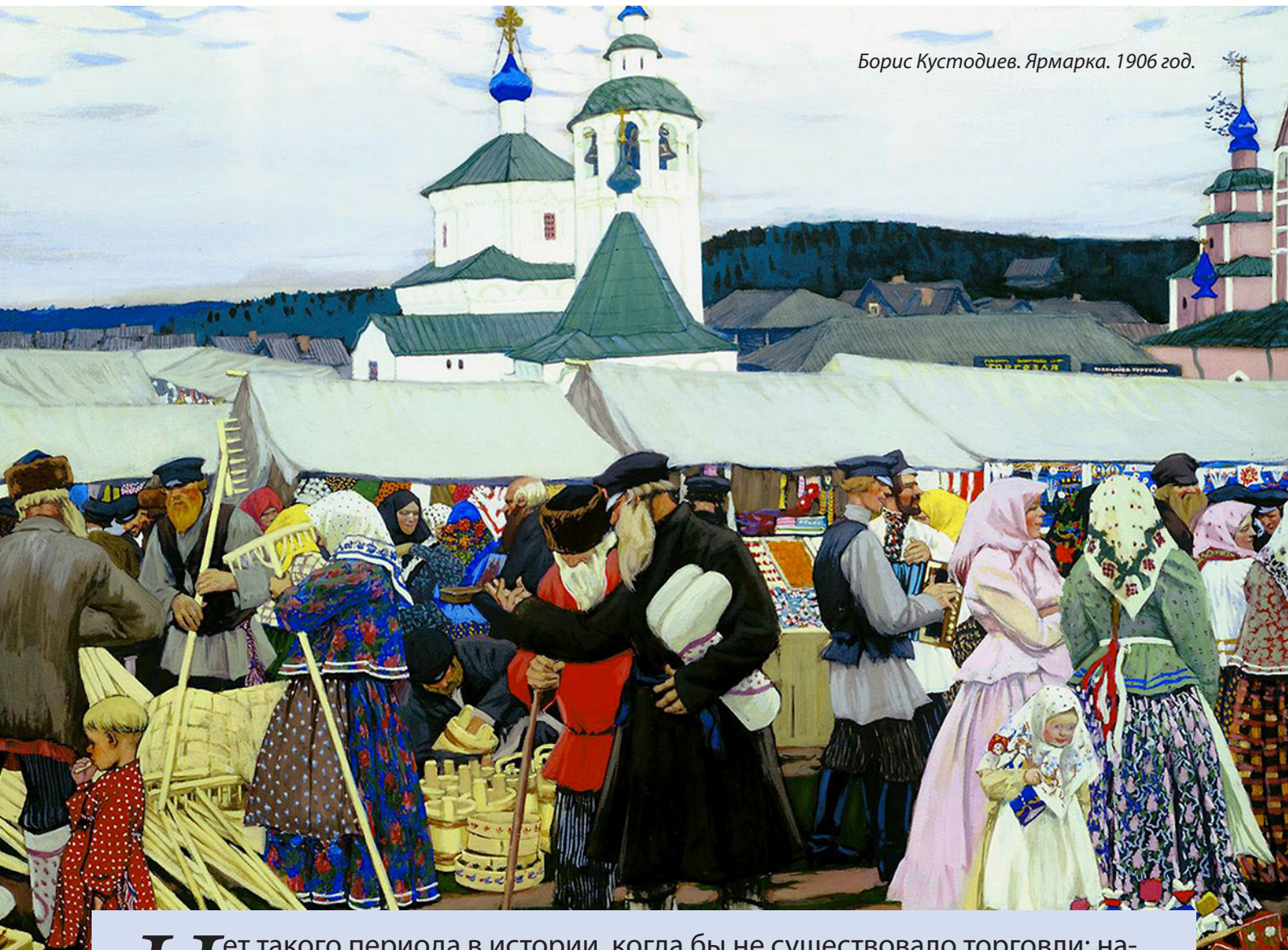
– Компания «БРИГАНТИНА» на протяжении многих лет успешно поставляет пищевые казеинаты натрия и кальция на такие предприятия как, ООО «РусАгро» (производство молочных продуктов), ООО «ПитПродукт», входящий в состав группы компаний «Черкизово» (производство мясных и колбасных изделий), ООО «Биостар» (производство ингредиентов для пищевой промышленности), ООО «МедБиоФарм» (производство фармацевтической продукции) и другие.

После введения санкций против нашей страны мы начали поставлять свою продукцию в порядке импортозамещения на предприятия, которые работали только на импортных казеинатах (например: ООО «КОНДИ», КЕРРИ, ТФСгрупп). До заключения контракта мы должны

были пройти аудит на соответствие уровня производства и системы менеджмента безопасности пищевых продуктов требованиям стандарта FSSC 22000 для каждой из этих фирм. Так как у нас на предприятии внедрена система контроля качества GMP и HACCP, аудит мы прошли с первого раза.

В конце прошлого года наш казеинат натрия прошел испытания и был одобрен для использования в Китае. Однако, из-за недостатка сырья мы вынуждены были отказаться от подписания экспортного контракта. Сырьем для производства является пищевой казеин. В России в настоящее время только один завод его производит, что недостаточно для увеличения производства казеинатов и их продажи.

Торговля – самая рыночная отрасль экономики



Борис Кустодиев. Ярмарка. 1906 год.

Нет такого периода в истории, когда бы не существовало торговли: начиная со скромного обмена внутри поселения и заканчивая глобальными торговыми сетями, раскинувшимися по всему миру. Страницы истории торговли перелистал наш корреспондент.

Становление торговли

С появлением орудий труда появляется такое явление как обмен. Сначала обмен носит скорее ритуальный характер, символизируя мир, дружбу. Первый признак, по которому можно судить, что мена начинает получать хозяйствен-

ное значение – это установление обычая обмениваться предметами более или менее равноценными. Это явление философ Геродот отмечает у ливийцев, у полинезийцев, у африканских мавров, в Абиссинии. Первые сведения о существовании торговых сношений встречаются за три с половиною тысячелетия

до н.э. Так, первый царь Ассирии из шумерской династии завел торговые сношения с севером и с югом из своей столицы Сиртеллы. Тысячелетие спустя появилась сложная система обмена. До нас дошло огромное количество документов о покупках земли, рабов, строений; мы знаем о суще-

ствовании кредита, о размерах процентов (17–20% годовых).

Постепенно появляются первые торговые пути, удовлетворявшие в то же время и стратегическим целям, в Мидию, в Персию, в Армению, в Индию, в Аравию, Караваны доставляли туда продукты из Аравии и восточной Африки (золото, курения), Индии (ткани, металлы и изделия из них, драгоценные камни). Оттуда они перевозились тоже на караванах в Финикию. Персидский залив у ассирийцев мало эксплуатировался в качестве торгового пути. Внутри страны торговля шла главным образом по двум великим рекам Месопотамии: Тигру и Евфрату.

Торговля у евреев и египтян

Начало торговли у евреев относится к эпохе царя Соломона. Сношения с югом поддерживались регулярно; каждые три года флот царя совершал торговые рейсы в Индию и в обмен на дерево и камедь привозил оттуда золото, серебро, слоновую кость, обезьян и проч. При Соломоне была построена, печально известная сегодня Пальмира – древнее название – Тадмор, ставшая промежуточной станцией между Палестиной и Востоком. При Соломоне явилась в Иерусалим царица Савская (из южной Аравии), которая в невиданном до тех пор количестве привезла благовония и драгоценные камни.

В Египте торговля начинается во времена правления Рамзеса II, который начал постройку канала, соединяющего Нил с Красным морем, это строительство продолжил правитель по имени Нехо. Это был главный водный путь до основания Александрии. Две дороги вели из Фив на юг, в Эфиопию и Мерое; одна шла по берегу Нила, другая – через пустыню. С Карфагеном Фивы сносились через оазис Аммона и большой Сирт. Сношения с берегом Красного моря не представляли никаких затруднений. Египет получал в эту эпоху главным образом предметы роскоши – драгоценные камни, металлы, дерево, благовония, сосуды и прочее.

Торговля у финикийцев

Новый этап развития торговли связан с финикийцами.

Первоначально, финикийцы не отваживались пускаться в долгие морские путешествия; они посещали ближайшие места: Индию, Палестину, Аравию, Египет, Грецию – морем, Ассирию-Вавилонию, Армению – по суше. Особенно тесные торговые связи существовали у финикийцев с евреями. В обмен на местные (строевой лес, плоды и металлы) и привозные (слоновая кость, драгоценности, стекло и пр.) продукты финикийцы получали из Палестины зерно, масло, вино и всякого рода сырье. Из Сирии они получали вино и тонкую шерсть, которую окрашивали своей знаменитой пурпуровой краской и развозили по всему миру, из Каппадокии – лошадей, с Кавказа – мулов. Все предметы торговли обменивались одни на другие и финикийцы получали громадные барыши. Этот доход еще во много раз увеличился, когда финикийские купцы стали заезжать дальше на запад по Средиземному морю. Осторожно пробираясь берегом, они достигли Испании, где основали колонию (ныне Кадикс). Серебро из рудников Пиренейского полуострова обменивалось на продукты Востока; оттуда вывозили масло, воск, вино, хлеб, шерсть, свинец и пр. Геркулесовы столпы не остановили финикийских купцов; они добрались до Балтийского моря, всюду завязывая торговые сношения; и вывозили из селений Европы рыбу, кожи, янтарь, олово.

Лет за 1000 до н.э. финикийская торговля находилась в полном расцвете. Строго сохраняя тайну своих западных плаваний, они нераздельно царили на море от Индии до Ютландии, доставляя Западу произведения Востока и наоборот. Но упадок этой торговли наступил так же быстро, как и расцвет. Внутренние неурядицы и вражеские нашествия исчерпали силы маленького народа; его торговой монополии наступил конец, но одна из его колоний, Карфаген, впоследствии сделалась великой торговой державой.

История Карфагена интересна тем, что торговые отношения в

политике города были на первом месте. Сохранить за собою торговую монополию в западной части Средиземного моря – такова была основная задача. Чужие суда изгонялись, а иногда и затопливались; всякая другая морская держава, желавшая вступить в сношения с могущественной республикой, должна была торговать исключительно в самом Карфагене.

Необычайно выгодное географическое положение ставило Карфаген в очень благоприятные условия. Караваны, регулярно ходившие внутрь Африки и в Египет, привозили оттуда черное дерево, слоновую кость, золото, страусовые перья, финики, невольников; европейские колонии доставляли шерсть, металлы, хлеб. Карфагенские фабрики перерабатывали сырье и выпускали на рынок ткани, металлические изделия и стекло.

Торговля в древней Греции

Установлен факт существования торговых отношений между финикийцами и греками в микенскую эпоху. Финикийцы привозили восточные товары, увозили сырье. Благополучие прибрежных обитателей возросло, потребности увеличивались; туземная промышленность стала подражать заморским изделиям. Восточное влияние распространялось главным образом по восточным берегам Эллады. На керамических изделиях того времени часто изображался греческий бог торговли Гермес.

В VIII веке начинается мореплавание и у греков, но влияние финикийцев не падает. Восточный импорт держится: финикийские корабли привозят серебряные сосуды из Сидона, металлические брони из Кипра, полотняные хитоны, стекло, слоновую кость; с Востока же греки получали домашних животных и растения. Из Фракии в Элладу ввозились кубки, мечи. Настоящий торговый подъем в Греции начинается вместе с колонизацией. Эллы постепенно заселяют чуть не все побережье Средиземного моря, берега Эвксинского Понта и Пропонтиды, острова Архипелага, открываются торговые сношения со скифами, с фракийцами, с

туземными племенами Малой Азии и Кавказа, с ливийцами, с обитателями Италии, южной Франции, Испании. В половине VII века сюда присоединяется Египет.

Успехи торговли ведут за собою повсюду падение землевладельческой аристократии. Попытки коринфских Кипселидов и афинских Пизистратидов поднять мелкое землевладение не увенчались успехом. Земледелие не могло выдержать конкуренцию Понта, Сицилии, Египта и южной Италии. В соответствии с развитием промышленности развивается и торговля. В морской торговле появляются торговые компании, простейшим видом которых был бодмерейный договор. Денежная ссуда под залог судна и груза оплачивалась дороже, чем простая денежная ссуда; в то время, как процент по первой достигал 30%, по второй редко поднимался выше 18%. С подчинением Греции Риму торговая деятельность Александрии – как и Византии, другого порта, соединявшего Запад с Востоком, – значительно возросла.

Торговля в древнем Риме

В древние времена торговля в Италии развивалась лишь между соседними общинами. Здесь рано появились торговые ярмарки, приуроченные к празднествам; наиболее значительная из них была у Соракты, этрусской горы недалеко от Рима. Здесь торговля происходила вероятно раньше, чем купцы появились в центральной Италии.

Благоприятное географическое положение Рима скоро сделало его складским пунктом для всего Лациума. Первоначальный скромный обмен оживился, когда в Италии появились греческие поселения, и этрусские купцы установили тесные сношения с греческими. Поселения восточного берега Италии стали входить в непосредственную связь с Грецией; Лациум обменивал свое сырье на мануфактуру у южноиталийских и сицилийских греков. Такое положение дел сохранялось до тех пор, пока Рим не приступил к распространению своего владычества до естественных границ Италии. И заморские войны Рима пресле-

довали отчасти торговые интересы республики. Рим, не был промышленным центром, способным конкурировать с Востоком и Карфагеном, и только торговля в крупных масштабах могла стать для него настоящим источником богатства. Пунические войны, сокрушившие Карфаген, и поход в Грецию, покончивший с Коринфом, доставили римскому купечеству возможность пустить в оборот свои капиталы.

Первым шагом после римского завоевания было обыкновенно введение римской денежной системы. Серебряные монеты вошли в обиход с III века, а золото (преимущественно в слитках) – во время пунических войн. Портовые пошлины сделались важной финансовой статьей. К кругу стран, с которыми римляне находились в сношениях, присоединились страны Востока. Но и теперь, как до конца дней своих, Рим исключительно ввозил, выплачивая за заморские продукты тем золотом, которое набиралось в покоренных странах государством и откупщиками. Империя доставила миру успокоение, которое прежде всего отозвалось на упорядочении и урегулировании торговли. Таможенные преграды не стесняли больше торговлю, дороги были безопасны от разбойников, моря не кишели пиратами.

Из учреждений времен империи заслуживают внимания «horrea» – государственные склады, главным образом зернохранилища, куда поступал африканский и египетский хлеб. Второе место среди предметов ввоза занимало мясо. Из-за границы привозились в Рим целые стада; молочные продукты шли из Галлии и Британии. Разнообразнейшие сорта рыб потреблялись как в свежем, так и в соленом и маринованном виде. Овощи и фрукты также в огромном количестве приходили из-за границы.

В I–III веках н. э. Римская империя представляла из себя величайшую область свободной торговли, какую только знает история. Единство монеты, меры и веса, свободное плавание всех повсюду, цветущее состояние промышленности в Испании, Малой Азии, Сирии, Египте, Северной Италии, отчасти Греции, высокий уровень земледелия в Африке и на побережье Черного

моря – все это способствовало процветанию торговли. Случайное открытие Цейлона при Клавдии указало новый путь в Индию. Но это благосостояние продолжалось недолго. При Диоклетиане наступил страшный экономический кризис, от которого римская торговля уже не могла оправиться. Напрасно императоры старались поправить дело, регламентируя земледелие, ремесла, торговлю. Все было напрасно, так как государство преследовало не народно-хозяйственные, а фискальные цели. Международные сношения все сокращались, а потом появились варвары, и страшный упадок стал концом великой Римской империи.

Торговля в Древней Руси

Первые упоминания о развитии торговли в России относятся к VIII–IX веку, когда центром экономической жизни был Киев. Город замыкал цепь русских городов, расположенных по великому водному пути, и являлся главным сборным пунктом русской торговли.

В России торговое движение началось на берегах Черного моря, здесь возникли милетские колонии, которые и положили начало обширной торговле. В VII и VI веках до н. э. на русских берегах этого моря было уже множество колоний, из коих наиболее славились Ольвия и Пантикапей. Первая основана была в 645 году до н. э., недалеко от устьев реки Буга, и служила рынком для окрестных племен – алазонов, каллипидов и скифов-пахарей. От них греки получали хлеб, кожи, шерсть, лен, строевой лес (дуб, вяз, ясень), смолу, воск, мед, а сбывали им вино, оливковое масло, шерстяные ткани, одежду, изящную глиняную посуду и многие предметы, считавшиеся роскошью. Близость реки Борисфена (Днепра), бассейн которого почти соприкасается с бассейнами нескольких больших рек, текущих в Балтийское море, способствовала расширению пределов торговой деятельности ольвиотов до прибалтийских стран.

Феодосия, основанная в VI веке, была с гаванью, вмещавшей до ста кораблей, здесь был важный пункт

вывоза хлеба в Афины; Танаида, построенная греками при дельте Дона, богатством своим обязана была своему положению на пути, по которому, в обмен на произведения греков, шли через Скифию товары дальнего Востока. Путь этот, по описанию Геродота, шел от Ольвии через «лесную страну» (Гилею) вдоль берегов Азовского моря до реки Дон. Близ реки Яксарта (Сыр-Дарьи) был сборный пункт, куда для товарообмена направлялись караваны с Запада и Востока. Греки вывозили отсюда преимущественно товары индийского происхождения: пряности, краски, шелковые материи, вероятно и золото, а привозили сюда произведения своей промышленности.

Для торговли греков с дальним Востоком был еще и другой путь: от восточного берега Понта реками Фазисом (Рионом) и Курой, Каспийским морем, реками Оксусом, Индом и Гангом до Палиботры (Аллагабад). Ни покорение черноморских греческих колоний Митридатом, ни подчинение их Риму не произвело значительных перемен в ходе и характере их торговли. Но в эпоху великого переселения народов многие из колоний сильно пострадали. Во второй половине III века готы овладели Таврическим полуостровом. После этого Ольвия утратила свое торговое первенство на Черном море, уступив его Византии. Из прочих понтийских городов дольше других сохранил свое значение Херсонес Таврический (по русским летописям – Корсунь), успешно выдерживавший напор варваров. О нем историк Константин Багрянородный говорил как о богатом и цветущем торговом городе. Уцелевшие греческие колонии не прекращали своей торговой деятельности, обмениваясь произведениями своего труда с соседними кочевыми и оседлыми племенами. В числе последних были восточные славяне, занимавшие в IX веке бассейны рек Днестра, Днепра, Западной Двины, Западной Буга, озера Ильмень и верхней Оки. Они имели уже несколько городов и участвовали в торговле, посредством которой народы Восточно-Европейской равнины знакомились с культурой Греции и дальнего Востока. Когда восточные славяне объединились

под княжескою властью и составили грозную военную силу, Византия вынуждена была вступать с ними в мирные торговые сношения и закреплять эти сношения договорами.

Путь из страны варяжской через земли славян в Византию был проложен, этим путем шла торговля еще в IX веке. Константин Багрянородный говорил, что подчиненные россам славянские племена – кривичи, лучане и др. зимою рубили лес на горах своих и строили лодки-однодеревки. После открытия Днепра, они сплавляли суда в Киев, где покупали их россы и привозили в Грецию невольников, кожи, мед, воск, рыбу, икру, моржовый зуб, меха горностаевые, собольи, выдровые. В Византии они запасались вином, плодами, золотом, пурпуром, сукнами, шелковыми материями и полисами, сафьяном, благовониями, пряностями, жемчужными ожерельями.

В 907 году Олег, подступив к Византии, потребовал, чтобы русские гости (купцы) в Византии шесть месяцев имели право брать съестные припасы и мыться в банях, а когда пойдут домой, взять у царя греческого на дорогу съестное, якоря, канаты, паруса и все нужное.

Господствуя на Черном море и первенствуя в торговле с Византией, русские постепенно расширяли свои торговые сношения в восточном направлении до Каспийского моря, где встретились с сильным соперником – хазарским царством. Русские неоднократно совершали походы в Хазарию, чтобы добыть доступ к Каспийскому морю и в прикавказские страны. В 965 году Святослав овладел девятью хазарскими областями на Кубани и основал там русское княжество со столичным городом Таматархой (Тмутаракань), на месте древней Фанагории. Несмотря на это поражение, торговля хазар продолжала развиваться, чему способствовало выгодное положение царства при реках Волге, Дону, Кубани и Уралу, при двух морях, в соседстве с Азией. Для разбора торговых дел и споров у хазар было поставлено 7 судей, в том числе один для русских, славян и других язычников.

Торговый путь русских в Хазарскую землю шел Доном. Они привозили сюда преимущественно меха,

мед, воск и невольников, в обмен же могли получать драгоценные камни, зеленый бисер (нити которого составляли одно из любимых украшений русских женщин), золотые, серебряные и бронзовые изделия (цепочки, ожерелья, запястья, кольца, булавки, бляхи для украшения одежды и конской сбруи), шелковые, шерстяные и хлопчатобумажные ткани, овощи, пряности, вино.

К северу от буртасов и хазар, в области рек Волги и Камы находилось Болгарское царство. Болгары или булгары были в торговле посредниками между Азией и Европой, главный город Булгар, по своему торговому значению был тем же, чем впоследствии – Казань и Нижний Новгород. Из Булгара вывозились меха куны, собольи, беличьи, горностаевые, лисьи бобровые, заячьи, шкуры козы, бобровая струя, крупная рыба, янтарь, юфть, воск, мед, орехи, кольчуги, мечи, овцы, крупный рогатый скот, хлеб, невольники. Привозились также в Булгар бисер и драгоценные камни, разные украшения из серебра, бронзы, стекла и глины.

После татарского погрома, опустошившего сотни городов и сел и убившего киево-византийскую торговлю, уцелел Новгород, значение которого в первой половине XIII века усилилось, благодаря его торговле с готами и немцами. Одновременно с договоров о взаимной «любви и приязни» (1195, 1260, 1270) новгородцам предоставлено было право свободной торговли на Готланде, а немцам, готам и всем латинам – в Новгороде.

Новгородская торговля

Подтверждая «старый мир о пути по Неве» между Котлином и Новгородом, новгородское правительство, по договору 1270 года, обязывалось высылать навстречу немецким и готландским гостям пристава для перегрузки товаров с кораблей на барки и для охранения товаров во время пути.

Немецкие купцы имели право беспрепятственно ездить сухим путем и водою так далеко, как простирается господство новгородцев, и не только в мирное время, но и во время враждебных столкновений Новгорода с

соседями. Немецкие князья посылали молодых приказчиков в разные местности Новгородских владений для изучения русского языка. В Новгороде немецкие купцы платили торговые пошлины, но столь ничтожные, что сами считали свою тамошнюю торговлю беспошлинной и не могли надивиться великодушию русских. В видах упорядочения торговли, ганзейцы старались ввести в употребление немецкие веса и меры.

Главными предметами ганзейского привоза в Новгород были: сукна фландрские, английские, немецкие и польские; вино белое и красное (Новгород и Псков снабжали заморским вином всю северную Русь, как Киев – юго-западную. Соль везли из Любека и Данцига. По мелочи немцы имели право продавать в Новгороде четки, пергамент, сафьян, перчатки, крашеную пряжу на фунты, полотно на локти, серу – гривенками (по 1/2 фунта), иголки – сотнями и тысячами. Новгородцы сбывали немцам воск и медь, доставлявшиеся с низовьев Волги, из Рязанской земли, с Литвы и из Карелии. О значительности оборотов немецкой торговли можно судить по числу купцов, которых на немецком дворе в Новгороде жила по несколько сотен. Новгородские купцы покупали у ганзейцев товары и для местного потребления, и для сбыта в Поволжье, в Золотую орду и в еще более далекие восточные страны. Несмотря на взаимность интересов, между Новгородом и Ганзой происходили серьезные столкновения. В отмщение за обиды, новгородцы прибегали к аресту немецких купцов; тем же отплачивали немцы, добавляя к репрессалиям исключение Новгорода из числа контор ганзейского союза. Интересы Ганзы поддерживал Ливонский орден, который и сам иногда бывал причиною смуты. С 1277 по 1471 годы между немцами и новгородцами 18 раз возникали серьезные, иногда кровавые столкновения. Когда в 1478 году Новгород подчинился московскому государю, несколько немецких купцов были посажены под стражу. Вскоре после этого обиды, причиненные послам великого князя, повлекли за собою не только аресты 49 иноземных куп-

цов в Новгороде и отобрание у них имущества, но и закрытие ганзейского двора.

Основание Иван-Города приблизило русских к морю, но было неприятно ордену и ливонским городам. Тем не менее торговые сношения с Ливонией и Ганзой возобновились, и посредником в них по-прежнему оставался Новгород. В XV веке множество европейских купцов из Польши и Германии для покупки мехов ехало в Москву. Торговля эта происходила в Гостином дворе, лавки которого поражали разнообразием товаров. Однако иноземные купцы охотнее ездили в Новгород.

Европейских купцов Россия интересовала как страна, получавшая из первых рук азиатские товары и отпускавшая их на Запад. Чтобы приобщиться к этой выгодной торговле, купцы средней Европы делали попытки проложить через Россию путь не только в Персию, но даже в Индию, и тем поколебать монопольное положение Португалии и Италии. Полагали, что товары можно возить из Индии, сухим путем, до Оксуса (который считали тогда впадающим в Каспийское море), а оттуда Волгою и, за небольшим перерывом, Северной Двиною к Белому морю. Эта-то надежда, при недостаточности географических сведений, привела к нам, в начале второй половины XVI века, англичан.

Торговля от Петра

Важнейшим этапом в развитии внешней торговли стала эпоха правления Петра 1-го.

Внешнюю торговлю Петр считал одним из средств приобщения России к западноевропейской культуре. В начале своего царствования он принимал энергичные меры к расширению торговли. Трижды посетил Архангельск и построил на Солабальской верфи несколько кораблей для экспорта казенных товаров за границу. И торговля Архангельска быстро развивалась. Но Белое море, по своей отдаленности, краткости периода навигации и ее трудностям, не соответствовало потребностям российской внешней торговли даже в тогдашних ее размерах.

Нужен был иной, более удобный выход для развития русского хозяйства. После неудачной попытки утвердиться на Азовском море приобретены были для России юго-восточные берега Балтийского моря и основан Санкт-Петербург. Различными льготами к участию в торговле были привлечены голландцы и англичане. С Францией в 1706 году Россия заключила торговую конвенцию.

Утвердившись на Неве, Петр велел приступить к сооружению военного и купеческого порта на острове Ретусари (Котлине), где должен был иметь постоянное местопребывание балтийский флот, и где разгружались бы все корабли, для которых вход в устье Невы, по его мелководью, был невозможен. Впоследствии гавань эта, равно как и возникший при ней город, получила название Кронштадта. Торговля в новом порту сначала слабо развивалась. Для усиления торговли Петр принял ряд искусственных мер. Указом 31 октября 1713 года он повелел купцам товары вести в Петербург. По указу 20 ноября 1717 года в Петербург переселены были самые именитые купцы Архангельска. Указом 1720 года с товаров, направленных к Петербургу, обычная 5% пошлина понижена до 3%, с назначенных же к вывозу из Петербурга за границу не взималось никаких пошлин на внутренних заставах. Всеми этими мерами петербургская торговля была усилена, архангельская – сокращена.

Вступив на престол, Петр не только оставил в силе все казенные монополии, но еще и умножил их, но держался системы казенных монополий лишь до тех пор, пока опыт не убедил его в их невыгодности для казны и вреде для народного благосостояния.

В 1718 году учреждена была коммерц-коллегия. Первое русское консульство было учреждено в Амстердаме; за ним последовали консульства в Лондоне, Тулоне, Кадиксе, Лиссабоне, а вскоре почти во всех главнейших городах Европы и Персии.

В 1724 году изданы были таможенный тариф и морской торговый регламент. По тарифу 1724 года, пошлина с большинства привозных и отпускных товаров не превышала

5% цены, но отпускные товары, по снабжении которыми Западной Европы, Россия имела мало или вовсе не имела конкурентов, оплачивались более высокими пошлинами. Ценность вывоза из России была выше ценности ввоза, что объясняется столько же полезностью русского сырья для западноевропейской обрабатывающей промышленности, сколько малым в России спросом на предметы роскоши и комфорта, за недостатком богатых людей. Но и тогдашние, сравнительно малые затраты русских на оплату импорта беспокоили Петра; ему хотелось создать торговый флот, чтобы сбегать в пользу России морской фрахт, и если не увеличить вывоз изделий, то хотя бы сократить привоз их, развив в стране обрабатывающую промышленность.

К числу мероприятий, направленных к сокращению иностранного привоза, относятся льготы и привилегии за учреждение фабрик и заводов в России и обложение привозных заграничных товаров.

Эпоха правления Петра 1-го принесла российской торговле не только новые форматы, существенное расширение ассортимента но и усиление торговых позиций России на мировом рынке.

Мировая торговля. Тренды. День сегодняшней

Мы приводим основные тренды мировой торговли, которые будут усиливаться и развиваться в ближайшие годы:

1. Стремительный рост e-commerce

По экспертным данным, оборот онлайн-продаж в мире в 2021 году составил 4,9 триллиона долларов, а к 2024 году – 6,4 трлн долларов.

2. Производители становятся ритейлерами (D2C)

D2C – продажа конечному потребителю, без посредников и дилеров. Это мировой тренд, который в России стартовал относительно недавно и только набирает обороты.

Производители поняли, что будущее рынка – в прямой борьбе за покупателя без посредников. А для этого важно знать своего покупателя, контролировать все этапы взаимодействия с ним, общаться напрямую и усиливать эмоциональную связь. Это позволяет быстро собирать обратную связь от пользователей и постоянно улучшать продукт.

Теперь производители перенимают опыт ритейла, который уже давно выстраивает коммуникацию с потребителем напрямую – средствами онлайн-торговли, запуская свои интернет-магазины и разворачивая витрины на маркетплейсах.

Как вы оцениваете состояние торговли в Санкт-Петербурге, какие проблемы испытывает эта сфера бизнеса и что необходимо для развития торговли вашей компании?



Никита Акимов –

индивидуальный предприниматель, руководитель компании «Курортная вода»

Для развития торговли нужны дешевые кредиты. С остальным справимся!

– Состояние торговли в этом году могу оценить как удовлетворительное, но не без трудностей. Предприниматели всегда находят выход из любой сложной ситуации, а также стремятся использовать все возможности, чтобы сохранить бизнес и систему продаж.

Что касается проблем в нашей сфере бизнеса, то в торговле одна из причин – сложившаяся ситуация из-за санкций недружественных стран, нарушивших систему поставок и логистику. Подорожали все комплектующие: весь пластик, этикетки, запчасти для автомобилей и для оборудования, появилась проблема с наличием всех нужных для производственного процесса компонентов. Если говорить о государственных контрактах, то до сих пор не решен вопрос о цене контрактов. Тендер наша компания выиграла еще в 2021 году. Но пока так и не принято Постановление Правительства Российской Федерации, позволяющее с учетом сложившейся ситуации на рынке изменить цену контракта, а так как цена на аукционах и так низкая, то после всех событий, которые произошли в начале 2022 года, мы вынуждены выполнять взятые обязательства и работать в минус, чтобы сохранить контракты. Предприниматели, конечно, понимают, что бизнес – это всегда риски и неопределенность, которую нужно преодолеть, но хотелось бы почувствовать и поддержку со стороны государства.

Сегодня нам для развития торговли остро нужны средства для закупки тары и других компонентов, без которых мы не можем в полном объеме реализовать курортную воду, доставлять ее в торговую сеть. Нам не хватает дешевых кредитов с адекватными процентами. С остальным справимся!

3. Сужение ниши

Ритейлеры начали осознавать преимущества специализации на конкретной нише. В ближайшем будущем все больше интернет-магазинов будут становиться нишевыми.

Сегодняшний потребитель приходит в интернет-магазин не столько за конкретным товаром, сколько за знаниями, получением информации о возможностях новых товаров, выбором. Воронка продаж должна предусматривать этапы ознакомления потребителей с продуктами. А это значит, что свой ассортимент нужно знать досконально. И проще, стать экспертом в рамках одной ниши.

4. Развитие мобильной коммерции

Рост электронной торговли частично обусловлен увеличением частоты использования мобильных устройств. Покупатели все чаще совершают покупки со смартфонов или планшетов. Прогнозирует рост объема покупок с мобильных устройств в мире до 3,79 трлн долларов.

5. Автоматизация B2B-продаж

Объем B2B-продаж в мире достиг 1,1 трлн долларов в 2021 году и планируется 1,8 трлн к 2023 году. И вот с чем это связано.

В 2020 году из-за пандемии в интернет-магазинах B2B-заказов стало гораздо больше. После снятия ограничений многие ориентированные на опт клиенты не вернулись к старым способам закупок – сформировались новые привычки. Растет и доля миллениалов среди B2B-покупателей – а они привыкли закрывать потребности без разговоров с продавцами, лишних бумаг и траты времени.

Внедрение B2B-личных кабинетов для полной автоматизации всех взаимодействий с клиентом для того, чтобы сконцентрироваться на сервисе и установлении долгосрочных отношений.

6. Рост популярности маркетплейсов

Многим покупателям удобнее делать покупки на маркетплейсах – можно заказать товары разных брендов в одном месте, быстро получить их, при необходимости сделать бесплатный возврат. Не каждый

интернет-магазин может дать такую ценность потребителю.

По результатам исследования Data Insight, маркетплейсы стали самым быстрорастущим онлайн-каналом продаж в 2020 году. Девять из десяти продавцов за год увеличили объем продаж на маркетплейсах.

Причина использования маркетплейсов продавцами – это основной или единственный канал продаж для большинства продавцов.

На старте можно рассматривать маркетплейсы как основную площадку с низким порогом входа. Вы можете воспользоваться преимуществами маркетплейсов – большим охватом трафика, скоростью доставки, опытом крупных компаний.

7. Развитие социальной коммерции

Социальная коммерция будет вносить значительный вклад в e-commerce. Причем не только за счет того, что из соцсетей пользователи будут перенаправлять в интернет-магазин. Продажи будут осуществляться прямо в Facebook, Instagram, YouTube, TikTok – покупатели хотят максимально просто и быстро делать заказы, например, кликнув на товар при просмотре видео. Бренды ищут и будут искать новые способы продажи товаров.

На сегодня есть:

- Facebook Shops, шопинг теги в Facebook и Instagram;
- возможность перевести клиента из WhatsApp в каталог с помощью кнопки «Магазин»;
- во Вконтакте можно отмечать теги товаров в контенте и провести покупку в приложении.

В ближайшем будущем:

- YouTube планирует стать торговой площадкой;
- TikTok тестирует функцию добавления ссылок на товары в профили и видео (shoppable-видео), запускает интеграцию с Shopify для прямых продаж в будущем;
- Facebook и Instagram также хотят использовать Shopify для покупок в режиме реального времени при прямых эфирах.

8. Партнерство с инфлюенсерами

Многие бренды уже используют лидеров мнений, чтобы привлечь

клиентов из их аудитории. Но индустрия маркетинга влияния постоянно развивается – в 2021 году она выросла до 13,8 млрд долларов.

В будущем брендам станет сложнее создавать достаточное количество контента, поэтому они все чаще будут обращаться к инфлюенсерам в Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn, вкладывать средства в рекламу такого контента, чтобы отследить охват и аудиторию. Сегодня бренды преимущественно сотрудничают с инфлюенсерами из Instagram (67%), но в ближайшее время ожидается колоссальный рост маркетинга влияния в TikTok.

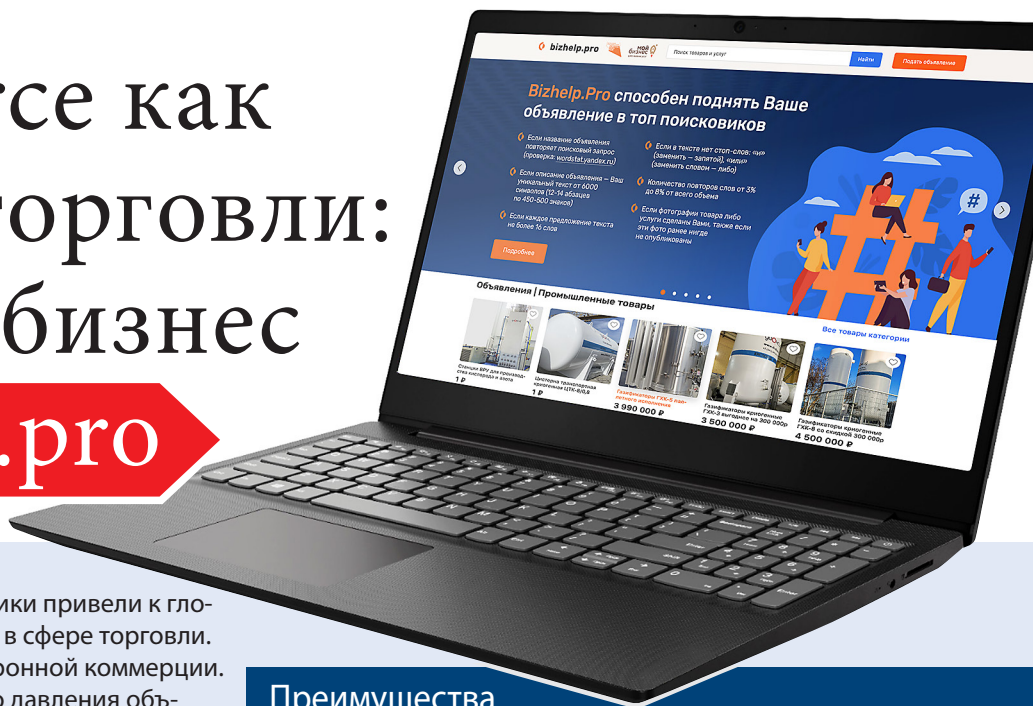
Интересно, что чем меньше подписчиков у инфлюенсера, тем большую вовлеченность показывает его контент – возможно, доверие аудитории к крупным блогерам снижается. Стоит задуматься о сотрудничестве с микро-инфлюенсерами.

Эксперты VisualCapitalist проанализировали сотни наиболее популярных аккаунтов на различных платформах, чтобы определить топ лидеров мнений в соцсетях по состоянию на апрель 2021 года. В фокус попали самые популярные аккаунты Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, Twitch и TikTok. В результате получился список из 50 самых влиятельных лиц в соцсетях, состоящий из спортсменов, музыкантов, политиков и других знаменитостей. По состоянию на апрель 2021 года самым популярным человеком в соцсетях стал Криштиану Роналду, футбольная суперзвезда с более чем 500 миллионами подписчиков.

Но можно отметить и другие интересные моменты – такие как глобальный охват музыки. Благодаря многочисленным и разнообразным фан-базам исполнители заняли половину топа аккаунтов по количеству подписчиков в соцсетях.

Также нельзя не отметить мощь Instagram – самой большой платформы для 67% из топ-50 инфлюенсеров в соцсетях. Сюда вошли также селебрити, которые сложно отнести к какой-то определенной категории, – такие как Кардашьян и Дженнерс, превратившие реалити-шоу и известность в соцсетях в бизнес и медиа-империю.

Е-commerce как будущее торговли: Развивай бизнес с **Vizhelp.pro**



Пандемия и цифровизация экономики привели к глобальным и кардинальным переменам в сфере торговли. Ключевой тренд – бурный рост электронной коммерции.

В условиях внешнего санкционного давления объемы интернет-торговли, по оценкам специалистов, в России неизбежно будут увеличиваться. И этому есть объяснение – в 2022 году объем рынка трансграничной онлайн-торговли сократился на 25% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года.

На фоне растущей конкуренции на рынке e-commerce, торговая интернет-площадка для субъектов малого и среднего бизнеса Санкт-Петербурга Bizhelp.pro нашла возможность упрочить свои позиции. На это указывает статистика закупочной деятельности на онлайн-ресурсе. Доля закупок на сервисе выросла на 12%.

Bizhelp.pro имеет весь необходимый для начала предпринимательства и развития бизнеса функционал, даже в такие трудные для бизнеса времена. На платформе Bizhelp.pro публикуются объявления о продаже товаров и услуг субъектов малого и среднего предпринимательства для пяти категорий СМСП.

Сервис, запущенный НО «Фонд развития субъектов МСП в СПб» в 2020 году, сделал ставку на бесплатное продвижение товаров и услуг малых и средних компаний. Мера поддержки бизнеса сразу приобрела большую популярность в предпринимательской среде. За два года Bizhelp.pro поддержал в непростых экономических условиях порядка 500 субъектов МСП Санкт-Петербурга и начинающих предпринимателей, которые разместили на платформе несколько тысяч позиций товаров и услуг.

Уникальность ресурса в его доступности. Владельцы малого и среднего бизнеса не всегда могут правильно оформить рекламное объявление о продвижении своих товаров и услуг. Bizhelp.pro предоставляет услуги по созданию объявлений бесплатно.

Еще одним бесспорным преимуществом платформы является система управления контентом – CMS. С помощью этой системы объявления, размещенные на площадке, достаточно быстро попадают в ТОП органической выдачи двух поисковых систем: Яндекс и Google.

Bizhelp.pro признан лучшей региональной практикой в масштабах всей страны в 2021 году и был включен в каталог практик цифровой платформы СМАРТЕКА Агентства стратегических инициатив и рекомендован к тиражированию в регионах России.

Преимущества размещения объявлений на площадке **Bizhelp.pro**

Огромный охват аудитории – все регионы России.

Быстрый рост площадки в поисковых системах Яндекс и Google.

Возможность неограниченного размещения объявлений от одной компании, предпринимателя, самозанятого.

Стабильный прирост трафика на сайты предпринимателей, благодаря размещению на Платформе Bizhelp.pro.

Маркетинговая поддержка в части продвижения объявлений.

Возможность формирования собственного интернет-магазина на бесплатной основе.

Экономия собственного рекламного бюджета.

Механизм реализации услуги Площадки:

- пользователь регистрируется на Площадке;
- подтверждает свой эл. адрес, переходя по ссылке в письме, высланном ему на указанный им эл. адрес;
- пользователь создает объявления о продаже товаров и услуг в Личном кабинете и публикует их на Площадке;
- из объявлений формируется интернет-магазин зарегистрированного пользователя Площадки;
- услуги доступны непосредственно в Личном кабинете зарегистрированного пользователя на сайте bizhelp.pro.

Проект Bizhelp.pro прочно закрепился в сфере электронной торговли и уверенно движется в сторону расширения функционала. Так, уже с августа 2022 года на онлайн-торговой площадке размещать объявления о товарах и услугах смогут самозанятые и социальные предприниматели. Для этих категорий предпринимателей будут созданы персонализированные формы регистрации.

Тем, кто ищет дополнительные каналы сбыта также будет выгодно разместить свои объявления на bizhelp.pro

Сфера торговли – бизнес социальной направленности



Союз малых предприятий Санкт-Петербурга с 2007 года оказывает всестороннюю поддержку в развитии торговых предприятий, помогает предпринимательству строить объективный диалог с властью, создает условия для цивилизованной работы субъектов малого бизнеса.

Владимир Меньшиков – председатель совета НП «Союз малых предприятий Санкт-Петербурга», заместитель председателя Общественного Совета по малому предпринимательству при губернаторе Санкт-Петербурга

? Владимир Сергеевич, сколько ИП и малых предприятий, занятых в торговле, состоят в Союзе малых предприятий Санкт-Петербурга? Чем они торгуют, как развивается торговля в последние два-три года?

– В настоящий момент в Союзе малых предприятий Санкт-Петербурга состоит около 600 предприятий сферы потребительского рынка. В области торговли, это в основном малые предприниматели, имеющие небольшие магазины

и павильоны, реализующие в них продовольственные и непродовольственные товары в розницу. В год для членов Союза дается более 1 200 консультаций, рассматривается более 50 предложений по совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере предпринимательской деятельности.

? Как восстанавливалась торговля после пандемии и с какими проблемами столкнулись торговые предприятия из-за санкций?

– Торговые предприятия, как крупные сетевые, так и малоформатная торговля, менее всего пострадали от вводимых во время пандемии ограничительных мер, по сравнению с предприятиями общественного питания, сферой бытовых услуг или туристическими компаниями.

Конечно, нельзя не отметить падение покупательской способности на фоне ухудшения ситуации в экономике. В результате этого потребительский спрос сдвинулся в сторону товаров с более низкой стоимостью. Люди стали больше экономить, а в

последнее время из-за санкций ассортимент сократился, поэтому резко упали объемы продаж в среднем ценовом сегменте, но в целом ситуация не так плоха. Продукты питания человеку и одежда необходимы ежедневно, поэтому спрос все равно есть и будет.

? Какую помощь оказывает Союз предпринимателям в развитии торговли?

– Союз ведет очень разноплановую деятельность по оказанию помощи предпринимателям. Это и консультации по вопросам предоставления земельных участков в аренду, и по продлению договоров на размещение НТО, в целом по своду принятых и принимаемых законов и норм в области земельных отношений, доступа к заемным средствам. Предприниматели получают в Союзе разъяснения о перечне мер поддержки, предоставляемых органами власти. Во время пандемии консультировали бизнес из отраслей, наиболее пострадавших от ограничений. Мы помогаем предпринимателям разобраться в целом ряде вопросов. К примеру, где правильно разместить торговую тележку или поучаствовать в конкурсе на право организации ярмарочной деятельности. Кроме этого, возобновлены мои личные приемы в общественной приемной уполномоченного при Президенте по защите прав предпринимателей Титова Бориса Юрьевича, которые веду по средам. Перечень вопросов, по которым к нам обращаются предприниматели, очень широк.

Только в мае этого года я выступал с докладом на круглом столе «Меры поддержки МСП и бизнеса в сфере закупочной деятельности, развитие импортозамещения среди МСП, новые логистические цепочки в условиях введения санкций» в г. Москве, проводимом Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации. Интересы малого бизнеса были представлены на конференции, приуроченной ко Дню российского предпринимательства, посвященной антикризисным мерам поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях внешнего санкционного

давления, организованной Общественным Советом по развитию предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга и Комитетом по промышленной политике, инновациям и торговле. Мы формировали мнения предпринимательского сообщества на публичных обсуждениях законопроекта о введении Единого налогового счета (ЕНС) в Центре развития и поддержки предпринимательства Санкт-Петербурга. Союз принял участие в конференции для предпринимателей «Как предупредить административное и силовое давление на бизнес: региональный опыт» в Административно-деловом центре «Невская Ратуша».

Позицию малого бизнеса мы представляли на заседании секции информационно-рекламного оформления Санкт-Петербурга при Градостроительном совете при Правительстве Санкт-Петербурга по вопросам оформления вывесок и объектов, представленных на комиссии.

Нами было подготовлено и направлено письмо вице-губернатору Санкт-Петербурга А. А. Повелию с просьбой рассмотреть возможность разработки и внедрения порядка размещения парклетов на территории Санкт-Петербурга (как на частной, так и на государственной земле) в текущем летнем сезоне. Также подготовлено и направлено письмо депутату Законодательного собрания Санкт-Петербурга, председателю постоянной комиссии по промышленности, экономике и предпринимательству И. В. Ивановой с предложением усилить контроль за земельными участками, предоставляемыми для размещения грузовых автомобилей с разрешенной максимальной массой более 3,5 тонны, прежде всего, за их функциональным использованием, не изменяя, при этом механизм предоставления таких участков.

Было проведено 20 встреч с предпринимателями по вопросам ведения бизнеса и даны разъяснения по нормативной правовой базе, регулирующей предпринимательскую деятельность в Санкт-Петербурге. Сотрудники Союза оказывали помощь в составлении писем и официальных запросов субъектам малого предпринимательства, адресованных в различные властные структу-

ры нашего города. В течение месяца было проведено более 25 консультаций по телефону «горячей линии» 702-48-38. Это лишь часть работы Союза, направленная на развитие малого бизнеса в торговле.

? Поделитесь планами развития торговли на ближайшие годы. Что может измениться на рынке Санкт-Петербурга?

– В наших планах, конечно, и далее способствовать развитию малого бизнеса в сфере торговли в городе, в том числе малоформатной. Сейчас Санкт-Петербург занимает первое место среди всех городов России, где более 60% объема торгового оборота приходится на торговые сети. Для того, чтобы малый бизнес выжил в таких условиях и мог быть конкурентным, необходима поддержка органов власти. Должен присутствовать диалог и желание, прежде всего властных структур, идти навстречу предпринимателям. Вот, например, на уровне Правительства Российской Федерации 12 марта 2022 года было принято Постановление № 353 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 году». Оно позволило продлить на семь лет без проведения торгов договоры на размещение нестационарных торговых объектов и объектов для осуществления развозной торговли. Однако, окончательно срок устанавливается нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации. И в очень многих регионах такие нормативные правовые акты уже приняты. И в городах-миллионниках тоже, например, Новосибирске и Нижнем Новгороде. В Петербурге предприниматели ждут и надеются, что подобный нормативный акт тоже будет принят, они также смогут воспользоваться столь существенной мерой поддержки. Однако пока никаких подвижек в эту сторону не происходит. И если, говорить откровенно, то таких вопросов в Петербурге достаточно. Полагаю, что необходимо ускорять сроки принятия решений, что позволит создать более благоприятную среду для развития малого бизнеса, в том числе в сфере торговли.

«Медом намазано» – выгодный и модный бизнес



“Мед – это солнечный продукт, и люди, которые будут вместе с нами развивать бизнес, должны быть позитивными”

Заниматься любимым делом и получать от него доход индивидуальный предприниматель Татьяна Полякова начала почти двадцать лет назад. Сегодня она владелица магазинов «Пчеловодство», развивает свою франшизу, ее бизнес признан одним из лучших социальных проектов в городе.

Татьяна Полякова –

директор магазинов «Пчеловодство», индивидуальный предприниматель победитель городского конкурса «Лучший предприниматель» в номинации «Торговля».

“С первых дней торговли мне было важно создать и сохранять имидж магазинов, откуда покупатель непременно должен уходить довольный покупкой”

? Татьяна Германовна, почему для бизнеса было выбрано пчеловодство?

– Пчел разводил мой папа, у него была пасека в Ленинградской области. Чтобы содержать пчелиное хозяйство, ему постоянно требовался специальный инвентарь, и он часто посылал меня в магазин за разными предметами для пчеловодства. Пасека была и у родственников, они собирали гречишный мед. Бабушка моя очень следила за здоровьем и предпочитала лечиться травяными чаями, продуктами от пчел и медом. Такое окружение не могло не повлиять на мой выбор профессии, и в 19 лет я тоже начала работать в сфере пчеловодства. Мне это очень понравилось, я узнала много интересного о пчелах, о их содержании. Все, что есть в моих магазинах «Пчеловодство» в Санкт-Петербурге, это почти все придумано мной. Во многом при создании своего дела развивать торговлю помогло мое образование экономиста.

? Кто был Вашим партнером при создании бизнеса?

– Бизнес мы создавали вместе с мужем. Это был первый магазин в Санкт-Петербурге на Садовой, 51. Тогда у нас уже было двое детей. Муж был моим единомышленником, мы вместе шли к поставленной цели, благодаря ему состоялся наш бизнес. Вместе мы переживали кризисы и смогли открыть магазины на Удельном проспекте и в Купчино. В начале 2000 годов, когда мы только начинали развивать торговлю, не было жесткой конкуренции. Сейчас гораздо тяжелее вести бизнес, так как

очень много недостоверной информации, когда вместо натурального меда часто продают крем-мед. Наш же покупатель всегда уверен, что приобретает настоящий натуральный мед в отличие от конкурентов, которые за эту же цену предлагают продукт, который нельзя назвать натуральным. Такой крем-мед состоит из разных компонентов или предлагается вареный, подогретый мед. Поэтому сейчас развивать бизнес, отстаивать свое место на рынке намного сложнее, чем в начале.

? За счет чего удается привлечь покупателя?

– С первых дней торговли мне было важно создать и сохранять имидж магазинов, откуда покупатель непременно должен уходить довольный покупкой. И поэтому сегодня магазины «Пчеловодство» петербуржцы знают и приходят за нашим медом поколениями. Я люблю свое дело и люблю покупателей, а им нравятся наши магазины. Если раньше за покупками приходили бабушки, то сегодня покупают мед их дети и внуки. Качество продукта – лучшая реклама. Именно покупатели помогают выдерживать конкуренцию. Для тех, кто только начинает бизнес, недобросовестная конкуренция создаст немало проблем.

В наших магазинах мы не просто продаем натуральный мед, это действительно качественный мед из разных регионов России. Закупки делаются с учетом предпочтений покупателя. Петербуржцы чаще всего покупают башкирский и орловский, из сортов цветочный и гречишный. Качеству меда уделяется особое внимание. Не все знают, но качество меда во многом зависит от самих пчел, которые, бывает, болеют и им требуется лечение. Но пчеловоды мелких пасек не всегда обращаются к ветеринарам, поэтому мед у них может не соответствовать нормам качества, о которых мы заявляем в магазине. Поэтому для наших магазинов стараемся закупать мед, собранный на больших и проверенных пасеках, которые мы поддерживаем, с которыми у нас давние партнерские отношения. Кроме того, мы помогаем советами пчеловодам.

У нас заключены договоры с пасеками в разных регионах страны, где специально держат пасеки и поставляют мед для наших магазинов.

К тому же для покупателей большое значение имеют цены. А на рынке города цены на мед очень разнятся. У нас в ассортименте много разных сортов меда, но всегда есть мед недорогой и качественный, что особенно привлекает покупателя. Низкая цена достигается за счет широкого ассортимента меда и товаров для пчеловодства, и за счет оптовых закупок у постоянных поставщиков. Поставляют товары и продукцию в магазины разные заводы. Но я стараюсь закупать товар по средним ценам и лучшего качества. Вероятно, именно все это вместе и отличает бренд «Пчеловодство» на рынке города.

“Кризисные времена проходят. А пчеловодство, как бизнес, выгодное дело”

? Раньше в магазинах было много оборудования для пчеловодов из других стран, которые в последние два года из-за пандемии были закрыты. Как это отразилось на бизнесе?

– Да, многие товары раньше закупались в Италии, Финляндии... К сожалению, из-за распространения ковидной инфекции и сейчас из-за санкций это стало более затратным, а в последнее время поставки из этих стран просто приостановлены. Особенно сложным для нас был 2020 год, когда во время локдауна пришлось сокращать штат. Торговля резко снизилась из-за того, что поток покупателей во время карантина сократился. При этом мы, как торговая организация не относимся к социальному бизнесу, поэтому не имели возможности



Церемония награждения конкурса «Лучший предприниматель Санкт-Петербурга – 2021». Татьяна Полякова (на фото в центре), победитель в номинации «Лучший социальный проект»

получить поддержку от государства. Хотя наша продукция предназначена именно для укрепления здоровья и вполне может относиться к разряду социальной. Сейчас штат сотрудников восстанавливается, и я надеюсь, что наше дело будет успешно развиваться дальше.

Кризисные времена проходят. А пчеловодство, как бизнес, выгодное дело. В последние месяцы торговля уже стабилизировалась. Мне активно помогает развивать бизнес коллектив единомышленников. Наш труд и усилия по сохранению бизнеса во время пандемии отметили в администрации Адмиралтейского района и в Общественном Совете по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга.

И самое главное, я даже рискнула создать франшизу «Медом намазано» и развивать бизнес в северных регионах. До пандемии я много путешествовала и обратила внимание, что в северных регионах, особенно, в небольших городах нет магазинов пчеловодства, а население нуждается в наших продуктах. Поэтому в 2022 году, планирую масштабировать бизнес. Нашу франшизу многие уже хотят купить, но моя позиция – продавать бренд только тем, кто готов вместе с нами расти, развивать бизнес. Очень надеюсь, это будут амбициозные, молодые люди, ведущие здоровый образ жизни, и те, кто беспокоится о своем здоровье, хочет хорошо зарабатывать.

Заниматься любимым делом и получать от него доход может каждый индивидуальный предприниматель. Тем более, что в Петербурге наш бренд хорошо знаком горожанам.

? Какие требования Вы предъявляете к тем, кто готов купить франшизу «Медом намазано»?

– Главное в нашем деле: порядочность, желание зарабатывать, позитивно общаться с покупателями. Мед – это солнечный продукт, и люди, которые будут вместе с нами развивать бизнес, должны быть позитивными, готовыми выполнить требования покупателей, помогать им в выборе продукции и меда.

Наш мир быстро меняется. Люди во время распространения вирусной инфекции стали меньше передвигаться. Активность посещения магазинов снизилась. Отсюда и возникла идея использовать формат франшизы. Изменились и требования людей к качеству продуктов. Меняется торговля, повышаются требования к бизнесу. Поэтому и я не так давно получила второе высшее образование. Во время лекций, и работая над темой «Взаимодействие власти и бизнеса», обратила внимание на специфику франшизы. Это направление бизнеса мне показалось перспективным для развития предпринимательства и нашего дела, в частности. А также и для

удобства людей, у кого сегодня нет возможности приобрести нашу продукцию в других регионах страны. А еще и потому, что в последнее время пчеловодством стали увлекаться многие молодые люди. Я же в сфере предпринимательства и пчеловодства много лет и чувствую некоторое, нет не выгорание, скорее недостаток информации о современных трендах... Молодежь, уверена, внесет новые веяния, позитив, свежий взгляд. Ко мне уже много раз обращались люди и просили помочь создать им магазин. Надеюсь, франшиза – и есть та самая инструкция для развития бизнеса.

Мед – тот самый продукт, который не только поддержит здоровье, но и будет способствовать развитию бизнеса. Франшиза «Медом намазано» очень подойдет для молодых и начинающих пчеловодов, для людей, которые вышли на пенсию или остались без работы, для них магазин «Пчеловодство» будет хорошей поддержкой. Франшиза – не только способ занять свое время, но и заработать. Наш бизнес помогает оставаться здоровым, быть счастливым, обеспечить себя и быть независимым экономически. А бренд «Медом намазано» уже стал визитной карточкой бизнеса.

? Ваши дети согласны с Вами?

– У детей есть свои проекты, но они мне помогают. Сын и дочь с рождения росли в магазине, все видели, знакомы с пчеловодством и то, что хотели получить в детстве от телефонов до сноубордов, зарабатывали сами. А сейчас они мои первые помощники.

Я постоянно общаюсь с молодежью и готова делиться предпринимательским опытом не только со своими детьми. Всем, кто хочет сделать свой бизнес образом жизни, я готова им в этом помогать и могу гарантировать, что бизнес обладателей франшизы «Медом намазано» будет прибыльным и полезным. Поэтому приглашаю всех в наши магазины, где можно получить всю необходимую информацию о франшизе и приобрести здоровые продукты.

– Благодарю Вас за интервью!

Нина БЕЛОЦЕРКОВЕЦ