

А. Н. Крамарев

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В статье рассмотрены проблемы рационального размещения розничной торговой сети Санкт-Петербурга. Раскрыта сущность факторов размещения розничных торговых организаций, приведены несколько классификаций и дана авторская классификация данных факторов. Проведен анализ размещения розничной торговой сети в Санкт-Петербурге. Изложены задачи рационального размещения, основные принципы развития розничной торговой сети на современном этапе.

А. Kramarev

FACTORS OF ALLOCATION OF RETAIL TRADE ORGANIZATIONS IN SAINT-PETERSBURG

The article considers the problem of rational allocation of a retail commercial network in Saint-Petersburg. The author discloses the essence and classifications of the factors of this allocation and pays attention to the principles and directions of the development of a retail commercial network in Saint-Petersburg.

Эффективное развитие национальной экономики в настоящее время опирается на стратегию, ориентированную на достижение конкурентоспособности отраслей экономики, в том числе и торговли. Состояние и результативность функционирования торговой отрасли непосредственно сказывается на уровне и качестве жизни населения, на развитии промышленности, строительства, транспорта, связи. В свою очередь, стабильное развитие сферы розничной торговли, совершенствование ее структуры, повышение эффективности ее функционирования предопределяется рациональным размещением торговой сети. Вследствие этого существует необходимость в проведении глубоких теоретических и методологических исследований тенденций развития розничной торговли, факторов, влияющих на рациональное размещение розничных торговых организаций.

Проблема рационального размещения торговой сети нашла свое отражение в отечественных и зарубежных исследованиях. Анализируя российскую и иностранную литературу, посвященную основам развития и размещения торговой сети, можно

выделить *четыре основных направления* данных исследований. Первое направление — изучение торговой сети с точки зрения экономической географии. Второе направление связано с исследованиями отраслевых экономических наук (организации торговли, менеджмента в торговле, экономики торговли и др.). Третье направление представлено градостроением и районной планировкой. Четвертое направление связано с разработкой проблем развития и размещения торговой сети как одного из видов коммерческой деятельности, звена канала распределения в маркетинге.

В научных работах, рассматривающих проблемы территориального размещения торговой сети, выделяются *три основных уровня исследований*: федеральный, региональный, местный (локальный).

Проблемы размещения розничной торговой сети в отечественной отраслевой литературе рассматриваются, как правило, с *двух позиций*:

- анализ основных концепций построения и размещения розничной торговой сети;
- определение потребности в городской розничной торговой сети.

Построение и локализация городской торговли с точки зрения отечественных специалистов зависит от того, какая концепция ее организации – ступенчатая или функциональная – используется.

Для характеристики размещения розничных торговых предприятий зарубежные специалисты выявили несколько теорий: теорию концентрических зон; секторную теорию; теорию множественности «ядер».

Определение потребности в городской розничной торговой сети возможно посредством нормативного метода, основанного на том, что общая потребность в объектах культурно-бытового обслуживания населения в городах определяется в зависимости от численности населения; картографического метода, суть которого заключается в составлении торговых атласов городов.

На современном этапе, по мнению автора, основными *задачами* рационального размещения розничной торговой сети Санкт-Петербурга являются:

- обеспечение территориальной доступности услуг торговли – максимальное приближение розничной торговой сети к покупателям (расположение в удобных местах, требующих минимум времени на передвижение к объектам торговли);
- обеспечение высокого качества обслуживания населения, необходимого ассортимента товаров и услуг в торговых организациях;
- обеспечение экономической эффективности функционирования каждой торговой организации (необходимого объема товарооборота, должного уровня рентабельности);
- четкое разграничение районов деятельности однотипных магазинов.

Изменения социально-экономической ситуации в России требуют переосмысления условий и факторов территориальной организации розничной торговли, а также выявления новых закономерностей, характерных для рыночной экономики.

Факторы размещения торговой сети – это совокупность многочисленных разнокачественных условий, ресурсов, предпосылок, влияющих на выбор месторасположения торгового объекта с точки зрения его особенностей, избранных критериев и поставленной цели.

На состояние и развитие сложных социально-экономических систем, каковой является розничная торговая сеть Санкт-Петербурга, оказывают воздействие разнообразные факторы, количество которых возрастает с увеличением сложности системы. От того, насколько качественно выявлены, проанализированы и учтены факторы размещения сети, зависит эффективность принимаемых управленческих решений, дальнейшее состояние и направления развития и оптимизации торговой сети, наиболее эффективное всестороннее удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах.

Отечественные и зарубежные экономисты исследовали целый ряд взаимосвязей, тенденций развития и факторов размещения розничной торговли, которые проявляются в условиях современного этапа развития российского общества и которые можно распределить на определенные группы.

По мнению автора, эти факторы можно классифицировать по различным признакам, а именно:

- по *масштабу охвата* на общие и специфические;
- по *продолжительности влияния* на постоянные, периодические, разовые;
- по *степени управляемости* на управляемые, условно нерегулируемые и неуправляемые;
- по *направленности влияния* на факторы, повышающие притягательную силу территории; факторы, снижающие притягательность территории;
- по *типу влияния* на факторы прямого воздействия, факторы косвенного воздействия.

К наиболее часто встречающейся и общеизвестной классификации относят деление всех факторов на градостроитель-

ные, транспортные, социальные и экономические.

Кроме того, по *организационным особенностям влияния* факторы можно поделить на внешние и внутренние.

К внешним факторам можно отнести: масштаб и структура международной торговли России; миграционная политика России; доля России на мировом рынке капитала и структура инвестиций в российскую экономику; мировая экономика и международная торговля; темп и направленность институциональных, административных и структурных реформ в России; цены на нефть и газ;

К внутренним факторам относятся: география и геополитическое положение Санкт-Петербурга; демографическая ситуация; пространственная организация и ее административное регулирование; политическая и правовая среда; городская среда и инфраструктура; экономика; социальная сфера.

В зависимости *от уровня исследований* факторы, влияющие на выбор местоположения торговой организации, можно разделить на три группы:

- факторы макроуровня, влияющие на миграцию предпринимательского капитала между различными странами: потенциал страны, законодательство, инфляция, курс национальной валюты, инвестиционный климат, налоговый режим, таможенные пошлины, динамика производства по отраслям, монополизация, экономическая безопасность и др.;

- факторы мезоуровня, связанные с размещением торговых организаций внутри страны, отдельных регионов, городов: занятость и уровень жизни населения, цена земли и иных основных средств, наличие, квалификация и цена рабочей силы, транспортные возможности, доступность потребительского рынка, политика органов власти по отношению к торговому бизнесу, криминогенная ситуация, географические особенности, природно-климатические условия и др.;

- факторы микроуровня, влияющие на дислокацию торгового бизнеса внутри административных районов города: стоимость аренды или покупки торговых или производственных площадей, наличие коммуникаций, удобство подъездных путей, объем платежеспособного спроса на товары, услуги, наличие конкурентов и др.

Факторы макроуровня воздействуют прежде всего на стратегию выбора местоположения организаций. Факторы мезоуровня непосредственно связаны с региональной политикой в сфере поддержки предпринимательства. На основе оценки этих факторов можно вырабатывать меры целенаправленного воздействия на размещение торговых организаций как в целом в городе, так и по его районам. Факторы микроуровня в первую очередь используются самими предпринимателями при разработке бизнес-планов по открытию предприятий розничной торговли.

Расширяя и углубляя проведенные исследования систематизации факторов размещения торговой сети, учитывая современные тенденции развития розничной торговли города, автор предлагает следующую классификацию (рис. 1).

По *содержанию влияния* автор предлагает разделить все факторы на: функциональные особенности города, градостроительные, финансово-экономические, социально-демографические, политические, нормативно-правовые (законодательные), организационно-управленческие, технико-технологические, географические, транспортные, информационно-культурные, носителей интересов, природно-климатические, экологические, прочие.

Рассмотренные факторы взаимодействуют и взаимосвязаны, оказывают прямое (косвенное) и обратное воздействие. Их необходимо учитывать как при стратегическом планировании развития сети, ее координации, так и при тактическом планировании бизнес-структур. Разнообразие и динамичность факторов требует поиска новых подходов к их выявлению и анализу.

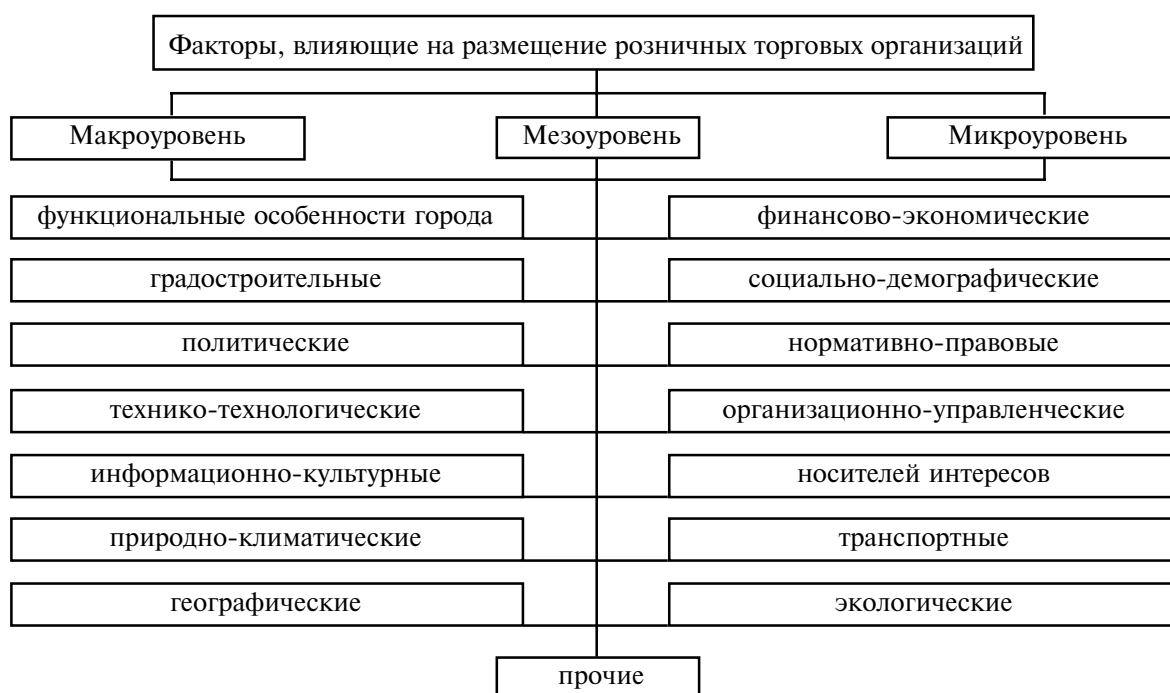


Рис. 1. Факторы, влияющие на размещение розничных торговых организаций

По нашему мнению, основные группы факторов, такие как градостроительные, транспортные, сохранят и в дальнейшем свою роль и влияние. Однако с учетом современной ситуации нам представляется, что в структуре факторов, определяющих размещение торговой сети Санкт-Петербурга, неизбежно дальнейшее повышение значимости финансово-экономических и социально-демографических факторов, таких как уровень доходов населения, состояние и степень адаптации производительных сил города к рыночным условиям, экономической активности петербуржцев. Это происходит прежде всего в силу повышения чувствительности потребительского рынка к изменениям платежеспособного спроса населения, который в значительной степени определяется общей занятостью и уровнем доходов жителей города.

Значимость отдельных факторов может меняться в зависимости от потенциальной сферы деятельности, вида и типа торговой организации. Чтобы сгладить исторически сложившиеся диспропорции и обеспечить более равномерное распределение объек-

тов торговли и занятости населения по районам города, следует соотносить рейтинги различных территорий по выбранным факторам. Анализ различных территорий с помощью рейтинга факторов позволит принимать более обоснованные решения по стимулированию размещения торговых предприятий в городе в целом и по его административным районам.

Таким образом, в целом во внешней и внутренней среде Санкт-Петербурга содержится значительный потенциал для успешного развития и рационального размещения розничных торговых организаций.

Необходимо отметить, что до недавнего времени развитие торговой сети сопровождалось нежелательными качественными изменениями, связанными с существенной деформацией, а в отдельных районах, по существу, разрушением сложившейся в предыдущие десятилетия функциональной системы размещения торговой сети. Так, произошло переуплотнение многих объектов торговли, реализовывавших ранее товары первой необходимости; универмаги потеряли свое прежнее значе-

ние; изменилась структура торговых площадей. В результате этого существенно увеличился и в ряде случаев превысил рекомендуемые значения радиус доступности объектов торговли, реализующих товары повседневного спроса. Кроме того, имели место процессы деспециализации и универсализации торговой сети и, если для отдельных магазинов местного значения эти процессы допустимы, то для магазинов общегородского назначения – нежелательны. Это затрудняло покупателям выбор необходимых товаров, отрицательно сказалось на обеспеченности населения торговыми площадями.

В настоящее время ситуация меняется к лучшему; ведется работа по упорядочению размещения объектов розничной торговли. На потребительском рынке Санкт-Петербурга функционируют: 12,4 тысяч предприятий розничной торговли с площадью торговых залов свыше 3 млн. кв. м; 225 комплексов (зон) мелкорозничной торговли; 3542 отдельно стоящих объектов мелкорозничной торговли. За 2006 год количество комплексов (зон) мелкорозничной торговли уменьшилось на 20, отдельно стоящих объектов мелкорозничной сети – на 837 за счет ликвидации нестационарной сети и павильонов ожидания городского пассажирского транспорта, совмещенных с объектами мелкорозничной торговли. Ликвидировано порядка 500 незаконно размещенных объектов торговли.

На протяжении последних лет властями города проводится активная политика по развитию магазинов пешеходной доступности, внедрению новых форм обслуживания. Построено и открыто 47 крупных предприятий нового формата (гипермаркетов, супермаркетов, многопрофильных торговых комплексов) таких, как торговый комплекс «Лента», гипермаркеты «О'Кей», «Карусель», универсам «Перекресток» и др. Из 297 действующих гипер- и супермаркетов 69 или каждое четвертое предприятие открыто в 2006 г. Сеть магазинов-дискаунтеров увеличилась на 70 единиц и достигла 280.

За последние годы в Санкт-Петербурге процесс внедрения в торговую инфраструктуру сетевого формата резко активизировался, причем это относится как к сетям российских предпринимателей, так и к зарубежным компаниям. Сегодня в Санкт-Петербурге свыше 2 тыс. предприятий розничной торговли входят в состав более 200 торговых сетей. На потребительском рынке Санкт-Петербурга уже успешно функционируют такие торговые сети, как «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», «Копейка», «Лента», «Metro Cash & Carry», «Дикси», «Паттэрсон», «Эльдорадо», «М-видео», «Телемакс», «Красный Куб», «Рамстор», «Ашан», «Эконика», «О'Кей» и др.

Процессы самоуправления и самоорганизации в условиях перехода РФ к рыночной экономике при отсутствии адекватного регулирования инициировали определенные тенденции в обеспеченности населения города и его районов объектами торговли.

Анализ состояния сети предприятий розничной торговли, уровня обеспеченности населения торговыми площадями по различным районам Санкт-Петербурга позволяет автору сделать вывод о том, что имеют место большие диспропорции по величине этих показателей по районам города.

Расположение торговых предприятий города характеризуется крайней неравномерностью. Большинство из них сосредоточено в центральных районах (Центральном, Адмиралтейском), где проживает всего 10% городского населения. В совокупности с районами старой застройки (Петроградским, Василеостровским) удельный вес торговых предприятий от их общегородского количества составляет около 45% при доле проживающих, равной только 17%. В промышленных и новых районах (Невском, Красносельском, Калининском, Кировском, Фрунзенском и др.), где проживает 73% общегородского населения, удельный вес торговых предприятий составляет около 55%. Таким образом, жи-

тели этих крупных районов города не могут в полной мере удовлетворить свои потребности в товарах и услугах.

Несмотря на увеличение обеспеченности населения торговыми площадями в расчете на 1 тыс. жителей в 2006 г. по сравнению с 2005 г. на 30% (она достигла 678 кв. м и приблизилась к стандартам европейских столиц (1 тыс. кв. м.)) имеет место значительная дифференциация этого показателя по районам города. Лидерами по обеспеченности населения торговыми площадями являются Центральный, Приморский, Петроградский и Адмиралтейский районы – здесь этот показатель превышает 1000 кв. м. Вместе с тем в ряде районов гарантируемые значения нормативов стандартов проживания не достигнуты. Обеспеченность торговыми площадями ниже гарантируемого (470 кв. м) в 6 районах Санкт-Петербурга: Калининском, Колпинском, Кронштадтском, Петродворцовом, Курортном и Красносельском.

В связи с миграцией крупноформатной розничной торговли за город наметилось четкое территориальное разделение между форматами розничной торговли. Это привело к тому, что в центральной части сосредоточилась марочная торговля, характеризующаяся высоким качеством товаров и соответствующими ценами, а в районах, отдаленных от центра, расположены торговые точки с более демократичным ассортиментом. Наиболее эффективные торговые точки по соотношению «цена – качество» располагаются на загородных магистралях или в соответствующих торговых центрах.

Отсутствие в настоящее время в Российской Федерации единой базы государственного и муниципального управления развитием и размещением торговой сети затрудняет в рамках определенной территории организацию социально и экономически эффективной системы торгового обслуживания населения. Зарубежные методические подходы в этой области, как правило, неэффективны, так как не отражают

специфики современной российской экономики. Имеющиеся разработки в этой области, сделанные в советский период, не могут быть полномасштабно использованы в реальной практике государственного управления торговлей из-за их несоответствия рыночным принципам регулирования экономических отношений.

Преобразования в экономике и социальной сфере Санкт-Петербурга привели к необходимости формирования новых подходов к развитию сети розничных торговых организаций. Сегодня общими **принципами развития розничной торговой сети**, по мнению автора, должны стать:

- разработка схем размещения торговых объектов на основе градостроительного законодательства, программы социально-экономического развития Санкт-Петербурга; формирование адресных программ развития торговой сети;
- увязка схем размещения розничных торговых организаций с перспективами развития административных районов и подрайонов (зон обслуживания) города;
- единство, комплексность, когерентность и конвергентность розничной торговой сети;
- универсализация продовольственной торговли за исключением товаров редкого и эпизодического спроса;
- развитие специализированных и узкоспециализированных непродовольственных магазинов в центрах жилой застройки;
- формирование системы магазинов пешеходной доступности;
- оптимизация структуры торговой сети: развитие системы гипер- и супермаркетов, крупных торговых центров и торговых комплексов;
- рациональное сочетание магазинных и внемагазинных форм продажи товаров;
- развития сети малоформатных магазинов; упорядочение мелкорозничной торговой сети;
- приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслужи-

Факторы, влияющие на размещение розничных торговых организаций в Санкт-Петербурге

вания для малообеспеченных категорий граждан, в том числе магазинов-дискаунтеров;

- выделение специальных зон для уличных ярмарок и базаров;
- формирование автономных зон торгового обслуживания вдоль автомагистралей;
- восстановление розничной торговли через автоматы (вендинг);
- учет приоритетов потребителей: экономия времени и денег; наличие в торговых центрах культурно-развлекательных мероприятий;
- экономичность организации торговой сети, эффективность затрат на ее развитие, обеспечение рентабельности торговых организаций.

Опираясь на перечисленные принципы развития, инфраструктура торговли должна обеспечивать разнообразие форм торгового обслуживания, форм расчетов за то-

вары и услуги, характеризоваться разнообразием структурно-функциональных параметров торговых объектов и всегда быть ориентированной на конкретные зоны торгового обслуживания.

Обобщая вышесказанное, учитывая различные отечественные и западные теоретические и методические подходы к размещению торговых объектов в городах, можно констатировать, что самым главным при рационализации размещения является согласование экономических интересов органов власти и управления муниципальных образований, интересов населения, проживающего на определенной территории и интересов предпринимателей, занимающихся розничным торговым бизнесом. Достижение оптимального размещения торговых объектов в современных условиях возможно только посредством государственного регулирования данных процессов.