

Т. И. Берг
И. А. Кулинич

РАЗМЕЩЕНИЕ РОЗНИЧНОЙ
ТОРГОВОЙ СЕТИ ГОРОДА:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ,
ПРАКТИКА

Монография

Торгово-экономический институт



СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY

Иван Кулинич

**Размещение розничной
торговой сети города: теория,
методология, практика**

«Сибирский федеральный университет»

2012

УДК 339.37
ББК 65.422.2

Кулинич И. А.

Размещение розничной торговой сети города: теория, методология, практика / И. А. Кулинич — «Сибирский федеральный университет», 2012

ISBN 978-5-7638-2679-1

В монографии рассматриваются научно-методические аспекты размещения розничной торговой сети города, учитывающие современные условия деятельности и обеспечивающие удовлетворение потребностей населения. Раскрывается природа, цель, функции розничной торговой сети города, взаимосвязи составляющих элементов. Излагаются концептуальные основы размещения розничной торговой сети города, соответствующие рыночному механизму хозяйствования и потребностям населения. Освещаются направления оценки эффективности размещения розничной торговой сети города. Предназначена для научных работников, работников торговли, а также работников органов управления, занимающихся проблемами размещения и функционирования объектов торгового бизнеса. Может быть интересна студентам, аспирантам и слушателям.

УДК 339.37
ББК 65.422.2

ISBN 978-5-7638-2679-1

© Кулинич И. А., 2012
© Сибирский федеральный
университет, 2012

Содержание

Введение	5
Глава 1. Теоретические основы размещения розничной торговой сети города	7
1.1. Проблемы функционирования и размещения объектов розничной торговли в городах Российской Федерации	7
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Т. И. Берг, И. А. Кулинич

Размещение розничной торговой сети города: теория, методология, практика

Введение

Стратегия долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. направлена на обеспечение устойчивого повышения качества жизни российских граждан [15]. Одним из инструментов достижения данной цели является развитие торговли вообще и розничного звена в частности, имеющего существенное социальное значение.

В период становления и развития рыночной экономики территориальная организация розничной торговой сети (РТС) практически не подвергалась регулированию со стороны органов государственной власти и местного самоуправления. В результате этого происходило ее беспорядочное развитие, обусловленное в первую очередь коммерческими интересами предпринимателей, а не потребителей. В настоящее время в российских городах наблюдаются низкие показатели территориальной доступности, обеспеченности населения и качества услуг розничной торговли, в том числе по отдельным районам и товарным группам.

Понимая социальную значимость и необходимость размещения розничной торговой сети, органы местного самоуправления некоторых городов (например, Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Красноярска) самостоятельно осуществляют данные процессы. Кроме того, принятие Федерального закона № 381 от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» побудило муниципальные органы принимать соответствующие меры. Однако этот документ предусматривает лишь разработку нормативов и утверждение схем размещения, но не предлагает единого подхода, общих принципов и правил регулирования розничной торговой сети на территории городов, учитывающих требования населения.

Необходимость совершенствования размещения розничной торговой сети города в соответствии с рыночными условиями саморегулирования для обеспечения удовлетворения потребностей населения в услугах розничной торговли определяет актуальность настоящего научного исследования.

Научные положения работы сформировались на основе изучения результатов исследований зарубежных и отечественных ученых, внесших существенный вклад в решение проблем развития торговли в целом и розничной торговой сети в частности.

Вопросы функционирования, развития и эффективности розничной торговли широко отражены в работах отечественных исследователей, таких как И. А. Бланк, Л. А. Брагин, Ю. В. Гуняков, Л. П. Дашков, В. Т. Жигалов, Г. Г. Иванов, Я. Л. Орлов, В. К. Памбухчиянц, В. Н. Платонов, Н. Н. Терещенко, В. П. Шиманский и др. Однако в них не уделяется достаточного внимания проблемам формирования розничной торговой сети города.

Большинство разработок теоретических и методологических основ территориальной организации розничной торговой сети принадлежит зарубежным специалистам Б. Берри, Б. Дж. Гарнер, У. Изард, С. Б. Коен, В. Кристаллер, А. Леш, Р. Мерфи, П. Ньюби, М. Праудфут, У. Дж. Рейли, П. Тойн, Д. Дж. Томпсон, Д. Хафф и др. Однако научные исследования данных авторов в основном направлены на повышение эффективности деятельности отдельных торговых объектов, что не позволяет использовать зарубежный опыт при регулировании всей розничной торговой сети города. Кроме того, рассматриваемый инструментарий не адаптирован к социально-экономическим условиям функционирования розничной торговли в России.

Основы отечественной школы размещения розничной торговой сети заложили советские ученые И. Н. Бергер, В. В. Вержбицкий, Е. К. Воронова, П. Г. Гончаров, С. Д. Жданова, В. И. Иваницкий, В. П. Мусатова, М. А. Орлов, С. В. Серебряков, И. Р. Федосеева, Н. А. Филатова и др. Значительный вклад в развитие методологического инструментария внесли современные отечественные экономисты Н. П. Баюкова, В. Т. Журавков, А. В. Зырянов, А. С. Матакаев, Е. К. Пиливанова, С. П. Трубицина, Д. А. Цурган, О. В. Чкалова, Ю. В. Шаньгин и др. Несмотря на глубокую разработку проблем функционирования и регулирования розничной торговой сети города, изменившиеся социально-экономические условия российской экономики обусловили необходимость дальнейшего расширения научных исследований в данной области.

Практическая значимость задачи размещения розничной торговой сети города в условиях рыночной экономики, а также недостаточная изученность отдельных теоретических и методических аспектов определили выбор темы и цель научного исследования.

Цель исследования заключается в разработке теоретико-методических основ размещения розничной торговой сети города, соответствующих современным рыночным условиям хозяйствования и обеспечивающих удовлетворение потребностей населения.

Цель предопределила необходимость постановки и решения следующих взаимосвязанных задач:

- исследовать природу, цель и функции розничной торговой сети города, взаимосвязи составляющих элементов с целью выявления характерных особенностей понятия; раскрыть и определить современное наполнение понятия «размещение розничной торговой сети города», сформулировать цели и задачи, основные элементы данной деятельности;

- изучить и обосновать концептуальные основы размещения розничной торговой сети города, соответствующие рыночному механизму хозяйствования и потребностям населения;

- на основе изучения существующих научных подходов предложить современную систему размещения розничной торговой сети города;

- сформировать систему показателей оценки эффективности размещения розничной торговой сети города;

- разработать методику размещения розничной торговой сети города.

Объем и структура работы определяются логикой исследования и поставленными задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

Глава 1. Теоретические основы размещения розничной торговой сети города

1.1. Проблемы функционирования и размещения объектов розничной торговли в городах Российской Федерации

Розничная торговля представляет собой одну из основных составных частей экономики, сущность и значение которой обусловлены общественным разделением труда и заключаются в осуществлении (наряду с оптовым звеном) экономических взаимосвязей между производством и потреблением.

С одной стороны, в сфере розничной торговли происходит возмещение общественно необходимых затрат на производство и обращение товаров, а созданный трудом продукт принимает денежную форму. В результате чего постоянно создаются условия для существования непрерывного процесса воспроизводства потребительских товаров. С другой стороны, большая часть расходов населения приходится на товары и услуги, реализуемые розничной торговлей, поэтому от качества работы отрасли зависят степень удовлетворения спроса и качество жизни населения.

На практике торговля оказывается индикатором состояния экономики, степени согласованности производства и потребления, спроса и предложения.

Доля розничной торговли (без учета торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) в общем объеме валового внутреннего продукта Российской Федерации при формировании валовой добавленной стоимости за период с 2003 по 2010 гг. составляла в среднем 6 %. Среди видов экономической деятельности (согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности) только «Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами» (код 51) и «Добыча сырой нефти и природного газа, предоставление услуг в этих областях» (код 11) имеют более высокие удельные веса (11 и 7 % соответственно) [48, 132].

Численность работников в организациях розничной торговли в 2010 г. составила примерно 5 % от общей численности работников, занятых в организациях всех видов экономической деятельности в стране. Количество организаций, занимающихся розничной торговлей (а также ремонтом бытовых изделий и предметов личного пользования, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами), составило 7,7 % в общем количестве организаций. При этом среди малых и средних более 11 % предприятий занимались розничной торговлей. Объем инвестиций отрасли достиг 1,3 % от общего объема инвестиций в основной капитал [132]. Все это свидетельствует о значительной роли розничной торговли в функционировании экономики страны.

В течение последних лет наблюдается динамичное развитие сферы розничной торговли. Оборот розничной торговли (ОРТ) РФ в 2010 г. составил 16,5 трлн руб., что больше уровня 2000 г. более чем в 7 раз в действующих ценах. За тот же период объем валового внутреннего продукта (ВВП) увеличился в 6,2 раза. Таким образом, в среднем за 10 лет оборот розничной торговли повышался из года в год на 21,5 %, опережая тем самым прирост ВВП на 1,5 % [132].

Несмотря на инфляционные процессы, в период с 2000 по 2010 гг. прирост физического объема оборота розничной торговли каждый год составлял от 8 до 16 %, и только в 2009 г. из-за влияния финансового кризиса физический объем сократился на 5,1 % по сравнению с предыдущим годом. То есть за данный период исследуемый показатель вырос в 2,6 раза, при этом физический объем валового внутреннего продукта – только в 1,6 раза. В среднем за 10

лет физический объем ОРТ из года в год увеличивался на 9,9 %, опережая тем самым прирост физического объема ВВП на 5,1 % [132].

В период финансового кризиса 2009 г. розничная торговля проявила себя как одна из наиболее устойчивых сфер российской экономики. При снижении валового внутреннего продукта в действующих ценах на 5,6 % оборот розничной торговли увеличился на 4,7 %. При снижении физического объема ВВП на 7,9 % физический объем ОРТ сократился лишь на 5,1 % [132].

Таким образом, сфера розничной торговли занимает значительное положение в экономике России, демонстрируя высокие темпы развития и относительную устойчивость к влиянию кризисов. Поэтому изучение проблем функционирования и развития розничной торговли является необходимым условием поддержания и повышения ее эффективности, а следовательно, и экономики в целом.

С переходом российской экономики от административно-командного к рыночному типу хозяйствования произошли крупные преобразования в сфере розничной торговли. С одной стороны, торговля получила значительный толчок для качественного и количественного развития, а с другой – появились новые проблемы ее функционирования, сказывающиеся на удовлетворении потребностей населения и требующие вмешательства государства.

Для анализа показателей оценки социальной эффективности розничных торговых сетей городов Российской Федерации с целью выявления проблем их функционирования были использованы статистические базы данных «Показатели муниципальных образований» с официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ за 2006–2010 гг. [136]. Объектами исследования являются все города Российской Федерации, которых на 1 января 2010 г. насчитывалось 1 099 ед. (включая города федерального значения), сгруппированные по численности населения следующим образом:

- малые города (с населением менее 50 тыс. чел.);
- средние города (50–100 тыс. чел.);
- большие города (100–250 тыс. чел.);
- крупные города (250–500 тыс. чел.);
- крупнейшие города (500–1 000 тыс. чел.);
- города-миллионеры (свыше 1 млн чел.).

Традиционно социальная эффективность торговой сети характеризуется такими показателями, как обеспеченность населения торговой площадью, территориальная доступность, доля нестационарных объектов, средний размер объектов розничной торговли и др. [93, 153, 161].

Согласно данным проведенного анализа (табл. 1.1) на начало 2010 г. в среднем на тысячу жителей российских городов приходилось 598 м² торговой площади. По сравнению с 2009 г. обеспеченность выросла на 5,8 %, а по сравнению с 2007 г. – примерно в 1,4 раза (на 33 и 161 м² соответственно), что свидетельствует о динамичном развитии показателя.

Внутри групп городов по численности населения также отмечается положительная динамика за анализируемый период. При этом если на начало 2007 г. во всех группах, кроме «городов-миллионеров», наблюдалась примерно одинаковая обеспеченность торговой площадью, то уже к началу 2010 г. заметна значительная разница (более 300 м²/тыс. чел.), свидетельствующая о неравномерности темпов развития российских городов (рис. 1.1).

Кроме того, наблюдается отчетливая тенденция повышения обеспеченности населения торговой площадью при постепенном переходе от группы «малых» городов к группе «городов-миллионеров» (наглядно видно на рис. 1.1). То есть можно заключить, что чем больше город, тем выше обеспеченность его населения торговой площадью.

Варьирование значений показателя обеспеченности происходит с 18 до 1 739 м² на начало 2007 г., с 48 до 1 873 м² на начало 2010 г. Таким образом, разница между минимальным и максимальным значениями составляет более 1 700–1 800 м², что свидетельствует о неоднородном развитии как экономики в целом, так и сферы торговли в частности городов Российской Федерации. При этом значительные разбросы наблюдаются и внутри групп городов по численности населения (рис. 1.2).

Таблица 1.1

Обеспеченность населения городов Российской Федерации торговой площадью в разрезе групп по размерам и федеральным округам в 2007–2010 гг. [136, 140–143, 175]

Города	Обеспеченность населения торговой площадью на начало года, м ² /тыс. чел.				Отклонение (+; –), 2010 г. по сравнению		Темп изменения, %, 2010 г. по сравнению	
	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	с 2007 г.	с 2009 г.	с 2007 г.	с 2009 г.
1. По численности населения:								
малые	431	471	537	574	143	37	133,18	106,89
средние	447	495	586	610	163	24	136,47	104,10
большие	445	500	620	635	190	15	142,70	102,42
крупные	442	529	676	719	277	43	162,67	106,36
крупнейшие	468	512	751	789	321	38	168,59	105,06
миллионеры	629	741	926	908	279	–18	144,36	98,06
2. По федеральным округам:								
Центральный	429	472	575	607	178	32	141,49	105,57
Северо-Западный	520	547	639	670	150	31	128,85	104,85
Южный	383	434	499	564	181	65	147,26	113,03
Северо-Кавказский	252	273	321	368	116	47	146,03	114,64
Приволжский	427	480	540	566	139	26	132,55	104,81
Уральский	511	571	624	646	135	22	126,42	103,53
Сибирский	414	472	558	601	187	43	145,17	107,71
Дальневосточный	467	507	585	609	142	24	130,41	104,10
Всего	437	482	565	598	161	33	136,84	105,84

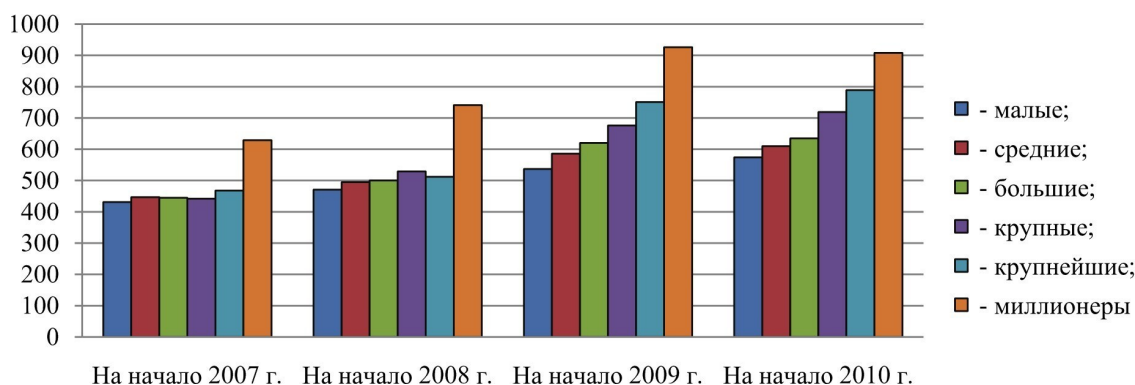


Рис. 1.1. Динамика обеспеченности населения торговой площадью в разрезе групп российских городов, м²/тыс. чел. [136, 140–143, 175]

Согласно данным табл. 1.1 расчеты обеспеченности населения торговой площадью в разрезе городов, относящихся к разным федеральным округам, свидетельствуют об относительно равномерном развитии территорий Российской Федерации. Средние показатели обеспеченности городов федеральных округов и темпов их роста примерно одинаковы и соответствуют среднему значению по стране. Существенно ниже значение в Северо-Кавказском федеральном округе (на начало 2010 г. 368 м²/тыс. чел.), причиной чего является нестабильная социальная и экономическая ситуация в регионе.

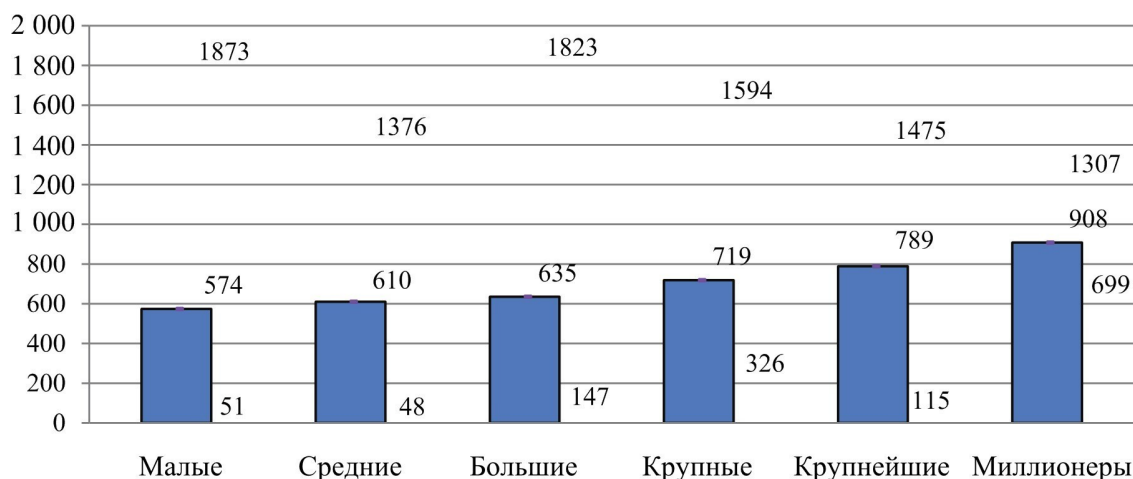


Рис. 1.2. Разброс значений обеспеченности населения российских городов торговой площадью в разрезе групп на начало 2010 г., м²/тыс. чел. [136, 140–143, 175]

Сравнение с данными развитых стран (включая внегородское население) и некоторых зарубежных городов (табл. 1.2) показывает, что Россия значительно отстает, в некоторых случаях более чем в 2 раза.

Таблица 1.2

Обеспеченность населения торговой площадью в развитых странах и зарубежных городах [22, 100, 135]

Страна	Обеспеченность населения торговой площадью, м ² /тыс. чел.	Город	Обеспеченность населения торговой площадью, м ² /тыс. чел.
Испания	450	Прага	600
Япония	700	Варшава	650
Италия	900	Мюнхен	700
Германия	1 000	Барселона	800
США	1 200	Нью-Йорк	800
Среднеевропейский уровень	1 000	Стокгольм	>800
Российская Федерация	598	Милан	1 000
		Париж	>1 000
		Берлин	>1 000
		Рим	>1 000
		Лондон	1 050

Однако основная проблема состоит в том, что большое количество российских городов имеют очень низкие значения обеспеченности как в сравнении с развитыми странами, так и по российским меркам. Условно сгруппировав города по размеру обеспеченности населения

торговой площадью в три группы: с «низкой» (до 400 м²/тыс. чел.), «средней» (400–800 м²/тыс. чел.) и «высокой» обеспеченностью (800 м²/тыс. чел. и более), наблюдаем следующую тенденцию (рис. 1.3). Несмотря на то что доля городов с низкими показателями обеспеченности постоянно снижалась в течение анализируемого периода, на начало 2010 г. пятую часть российских городов можно отнести в данную группу.

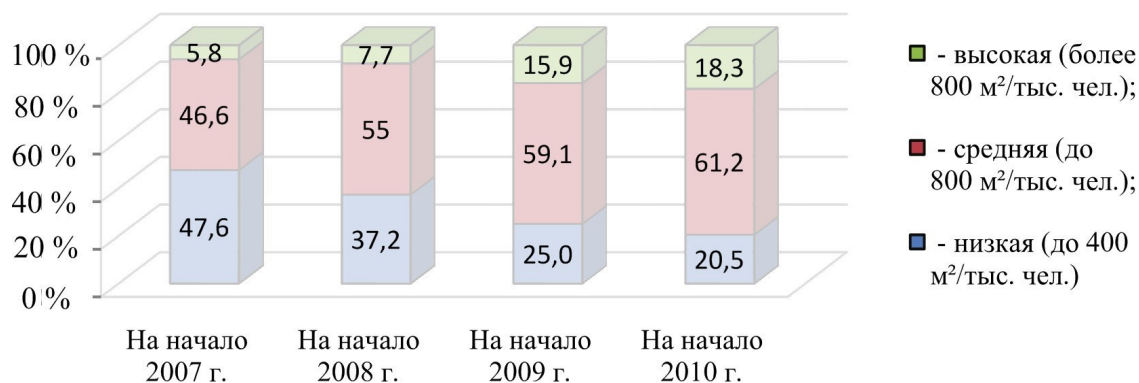


Рис. 1.3. Динамика структуры российских городов, сгруппированных по размеру обеспеченности населения торговой площадью, % [136, 140–143, 175]

На начало 2010 г. 77 городов не достигли норматива обеспеченности, установленного «Строительными нормами и правилами» еще в 1989 г. (280 м²) [57]. То есть почти 7,5% исследуемых городов не соответствует нормативу двадцатилетней давности, однако в динамике таких городов остается все меньше.

Усугубляет проблему тот факт, что при высоком уровне общегородской обеспеченности практически во всех городах существуют отдельные районы и микрорайоны с низкими или даже нулевыми показателями. Так, в г. Москве в 2001 г. было выявлено 16 низкообеспеченных районов, находящихся на периферии [28].

Кроме того, в значительном количестве российских городов наблюдается низкая обеспеченность по отдельным товарным группам. Сгруппировав города по обеспеченности населения торговой площадью аптек, можно наблюдать, что в динамике доля городов с низкими показателями снижается, но на начало 2010 г. все еще составляет 44 % (рис. 1.4).

Отдельной проблемой городов Российской Федерации является низкая территориальная, особенно шаговая (пешеходная), доступность объектов розничной торговли. «По оценкам экспертов, доля населения в России, не имеющего свободного доступа к торговым точкам на территории своего поселения, составляет около 5 %» [45].

Признавая эту проблему, власти г. Санкт-Петербурга постоянно с 2005 г. осуществляют мониторинг и развитие сети магазинов пешеходной доступности. В 2009 г. ими было выявлено 107 отдельных территорий города, нуждающихся в таких магазинах [18, 35, 36, 38]. Правительство г. Москвы в 2006–2009 гг. выделило 608 «проблемных зон», в которых недостаточно объектов потребительского рынка шаговой доступности [21, 22, 25–28, 31].

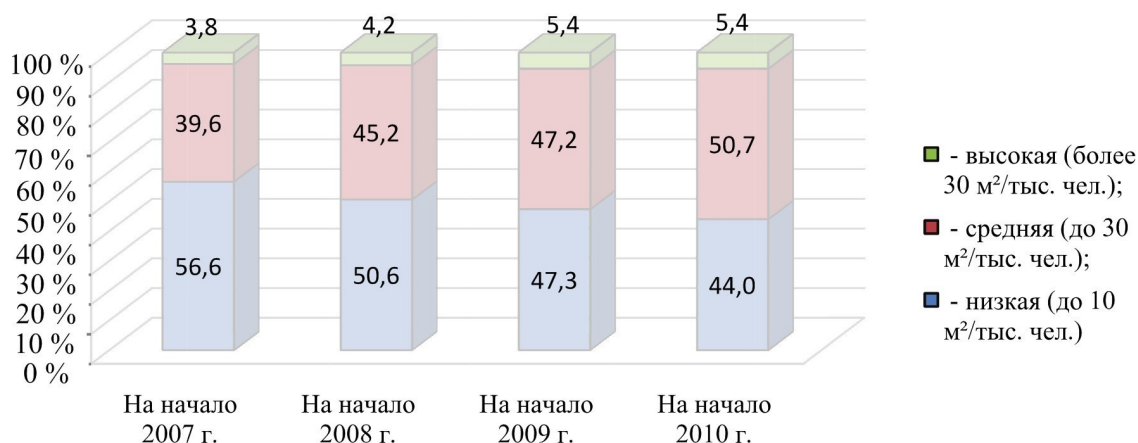


Рис. 1.4. Динамика структуры российских городов, сгруппированных по размеру обеспеченности населения торговой площадью аптек, % [136, 140–143, 175]

На начало 2010 г. в среднем по городам доля мелкорозничных объектов розничной торговли (павильонов, киосков) в составе торговых сетей составляла 26 %, т. е. практически четверть территории поселений обслуживаются объектами с низким качеством услуг. Условно разделим города на группы по доле нестационарной торговли: с низкой, средней и высокой (рис. 1.5).

Несмотря на то что с развитием экономики страны количество мелкорозничных объектов снижается, почти 5 % городов России относится к группе с высокой долей (более 50 %) нестационарной торговли (рис. 1.5). Кроме того, сохраняется значительное количество объектов развозной и разносной торговли, рынков и оптово-розничных баз.

Названные проблемы и другие факторы сказались на размерах объектов розничной торговли, по которым можно судить о качестве предоставляемых услуг. Средний размер объектов по российским городам на начало 2010 г. составил лишь 79 м², при этом более чем в 27 % городов показатель не достиг и 50 м² (рис. 1.6).

Схожие тенденции развития и проблемы функционирования розничной торговой сети наблюдаются и в г. Красноярске. Так, показатель обеспеченности населения торговой площадью на начало 2011 г. составил 1 032 м²/тыс. чел., поэтому г. Красноярск можно отнести к городам с высокой обеспеченностью. В среднем с 2007 по 2011 гг. данный параметр увеличился на 9,9 % в год, что свидетельствует о динамичном развитии сферы розничной торговли в городе [118].

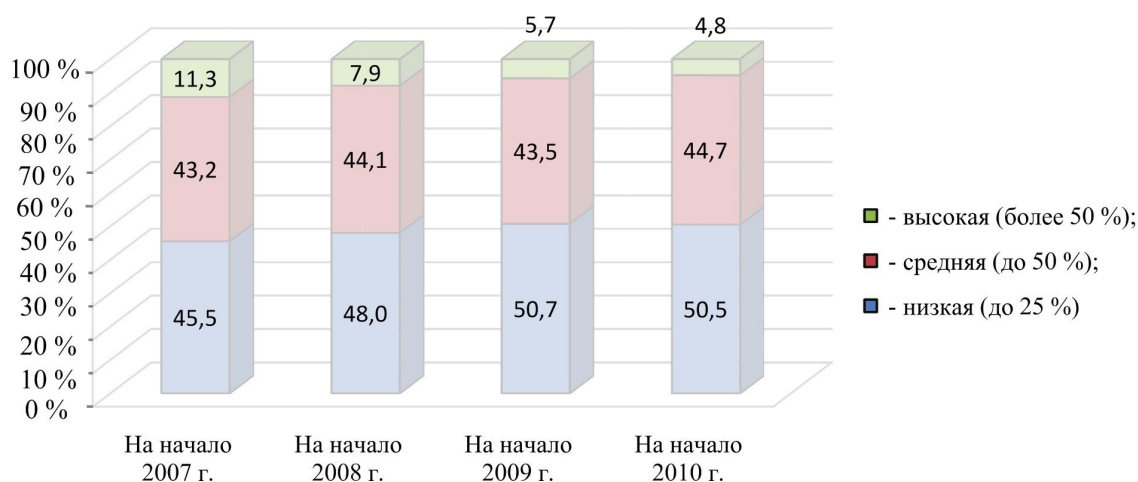


Рис. 1.5. Динамика структуры российских городов, сгруппированных по доле мелкорозничной торговой сети, % [136, 140–143, 175]

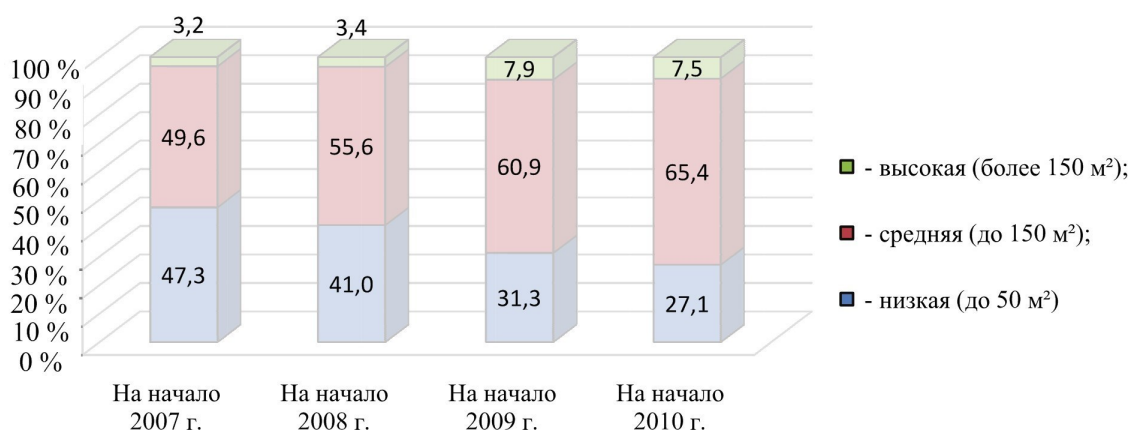


Рис. 1.6. Динамика структуры российских городов, сгруппированных по среднему размеру объектов розничной торговли, % [136, 140–143, 175]

Наряду с этим в ходе анализа территориальной организации объектов розничной торговли товарными группами «Свежее мясо и мясопродукты» и «Лекарственные средства» было выявлено, что значительная часть территории г. Красноярска находится вне зон пешеходной доступности объектов (примерно 40 и 10 % территории соответственно), а также с нулевой обеспеченностью населения торговой площадью (примерно 50 и 30 % территории соответственно) [60].

Средняя доля мелкорозничных объектов в общем количестве объектов розничной торговли г. Красноярска за последние 4 года составила 50 %, что является довольно высоким показателем и относится к недостаткам функционирования городской сети [60, 118].

Таким образом, проведенный анализ показателей оценки социальной эффективности розничной торговой сети городов Российской Федерации, в том числе г. Красноярска, позволяет сделать вывод о том, что в целом отмечается высокий уровень и значительный прирост за последние годы обеспеченности, территориальной доступности и качества услуг розничной торговли.

Между тем наблюдаются следующие проблемы:

- заметное отставание городов России по обеспеченности торговой площадью на тысячу жителей по сравнению с зарубежными странами;
- неравномерность развития торговых сетей российских городов;
- большое количество городов с низким уровнем обеспеченности населения торговой площадью вообще и по отдельным товарным группам в частности, в том числе не превышающим нормативное значение 1989 г.;
- значительное количество (в среднем более четверти от общего числа объектов) мелкорозничных объектов торговли, предоставляющих менее качественные торговые услуги;
- низкие показатели обеспеченности торговой площадью и территориальной доступности объектов розничной торговли в отдельных районах и микрорайонах.

Сказанное подтверждают результаты проведенного в июне 2011 г. анкетирования жителей г. Красноярска с целью выявления мнения населения о состоянии розничной торговой сети города (см. прил. 1, 2). Так, примерно 49 % населения считают, что отмеченные выше проблемы присущи и г. Красноярску, как в целом, так и по отдельным административным районам и товарным группам. При этом более 71 % респондентов согласны, что проблемы функционирования торговой сети сказываются на уровне и качестве жизни населения.

Исследования специалистов доказывают, что эффективность функционирования городской торговой сети отражается на величине затрат потребления [61, 76, 86, 93, 110, 124, 129, 153]. По подсчетам ученых, в год одна семья тратит около 550 ч, а все население страны – более 41 млрд чел. ч. При этом около 70 % составляют затраты времени на дорогу до магазина и обратно. При увеличении обеспеченности с 60 до 80 м²/тыс. чел. сокращает затраты времени на дорогу в 1,3 раза, на ожидание и оплату покупок – в 6 раз, на ожидание обслуживания продавцом – в 3,5 раза. Уменьшение времени на покупку на 1 % позволит сэкономить до 300 млн чел./год, увеличение вне рабочего времени на 1 % приведет к росту производительности труда на 0,16 % [90, 112, 119, 163, 169, 179, 183].

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.