

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА КАК ОБЛАСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЭКОНОМИКЕ ТОРГОВЛИ

Е.Д. Конькова

Рассмотрены вопросы пространственной организации сети торговли и общественного питания. Выявлена необходимость введения понятия «территориальная логистика», методические особенности, принципы, задачи этой области научных исследований. Перечислены факторы размещения предприятий торговли и общественного питания.

Ключевые слова: пространственная организация предприятий, торговля и общественное питание, логистика, «территориальная логистика», логистическая территория, принципы размещения сети, факторы размещения предприятий.

Вопросы пространственной организации сети предприятий торговли и общественного питания рассматриваются учеными в рамках различных наук: промышленного и гражданского строительства, экономической географии, региональной экономики, экономики торговли и общественного питания, коммерческой географии, а также логистики. Изучая теоретические аспекты размещения предприятий рынка услуг общественного питания и торговли в разрезе территориальной организации, автор выделяет четыре основополагающих направления науки: первое – логистика; второе – экономическая география и региональная экономика; третье – экономика отрасли и четвертое – градостроительные науки. Каждая из этих научных областей имеет специфический для неё спектр решаемых задач, а также совокупность методов их исследования и по-разному оценивает эффективность деятельности и размещения предприятий, комплексов предприятий и отраслей.

Так, *логистика* решает вопросы относительно организации эффективного снабжения предприятия и распределения продукции посредством правила 7R, при этом основным фактором эффективности логистических процессов является сокращение издержек. В рамках *экономико-географического* направления выявляются особенности, закономерности, принципы и факторы развития размещения отдельных сфер хозяйствования посредством определения специфических показателей (коэффициентов локализации, специализации, концентрации и др.). *Экономика отрасли* изучает развитие системы предприятий, при этом определяющими являются показатели товарооборота, структура издержек производства и обращения, изменения прибыли и рентабельности, обеспеченность и определение потребностей населения в сети предприятий, оцениваются перспективы и разрабатываются направления развития сети предприятий, определяется эффективность функционирования существующей сети предприятий. *Градостроительные науки* позволяют разработать схемы и модели оптимального размещения пред-

приятий различных отраслей и сфер деятельности в совокупности на территории городов, регионов.

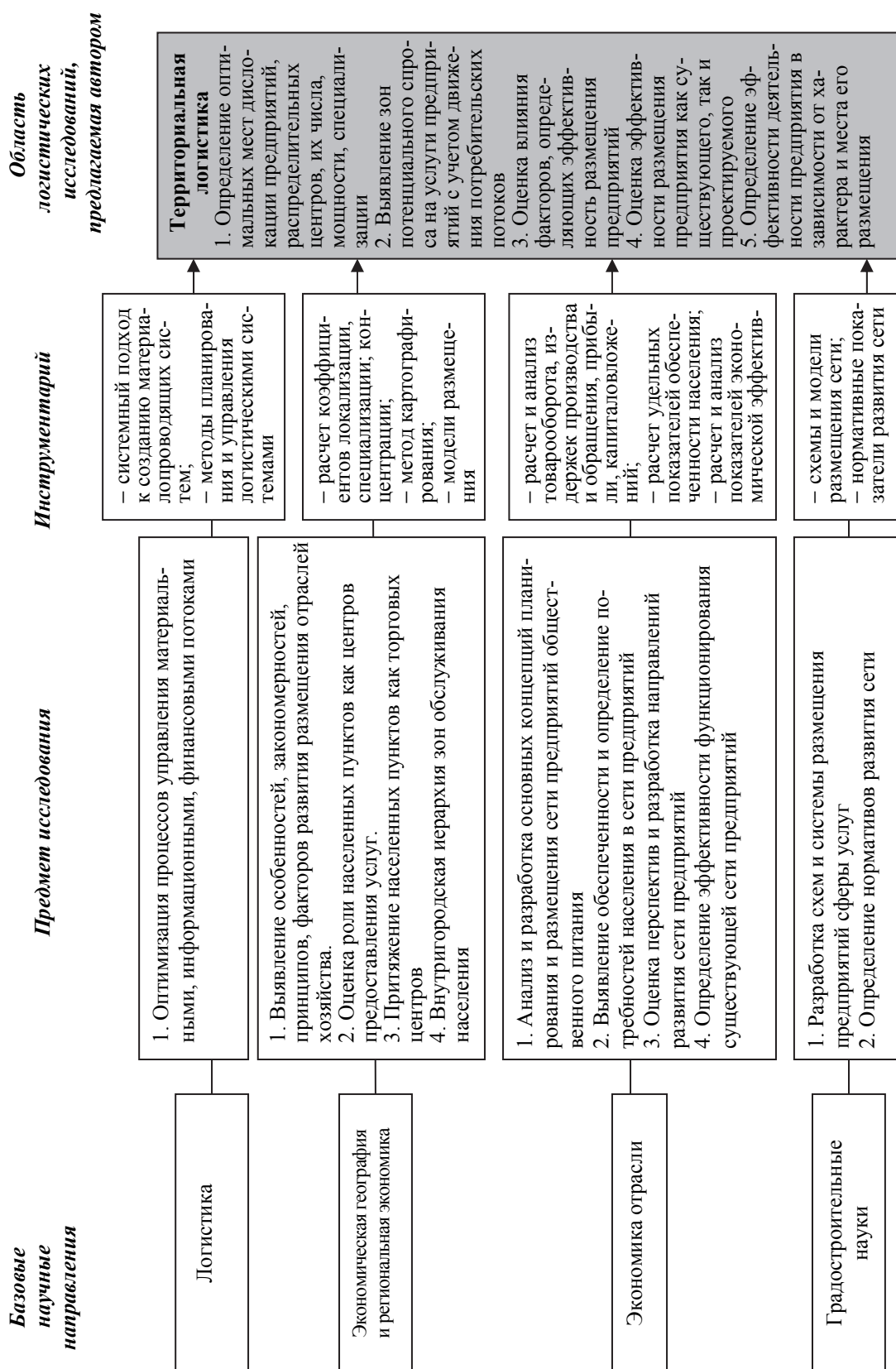
Автор считает, что в настоящее время, при рассмотрении рынка товаров и услуг назрела необходимость в определении такого понятия, как «территориальная логистика» (см. рисунок).

Под *территориальной логистикой* будем понимать область логистических исследований, включающую комплекс взаимосвязанных методов, факторов и принципов управления экономическими и людскими потоками, обеспечивающую оптимальное (наиболее экономически выгодное) размещение предприятий на *логистической территории*.

Областью соприкосновения территориальной логистики и логистической науки в целом является распределительная логистика, одной из целей которой является минимизация совокупных затрат во всех звеньях логистической цепи, а средством достижения этой цели является оптимизация размещения предприятий на территории и их размеров [1, с. 63].

По аналогии с определением, приведенным в [2, с. 52] для логистической системы вообще, считаем, что *логистическая территория* – это сложная экономическая система, состоящая из элементов-звеньев, взаимосвязанных экономическими потоками (материальными, финансовыми, информационными и др.), и расположенных на определенной территории, границы и задачи которой определены внутренними и внешними целями этой макрологистической системы.

Учитывая тот факт, что логистика как наука сформировалась чуть более полвека назад, а территориальная логистика как самостоятельная область исследований представлена автором впервые, считаем необходимым определить ее инструментарий. Методологический аппарат территориальной логистики может сочетать в себе совокупность методов всех четырех направлений и позволит использовать их наиболее эффективно. Методы территориальной логистики могут обеспечивать оптимальное сочетание достижения основных



Структуризация направлений, составляющих научную базу территориальной логистики

целей логистики и позволят максимизировать экономический результат деятельности предприятий или системы предприятий.

Территориальная логистика опирается не только на логистические принципы и методы. Она учитывает более широкий спектр показателей, используемых в рамках смежных научных направлений, в число которых входят:

- социально-экономический состав населения,
- демографические показатели местности;
- показатели территориальной организации производства и обслуживания населения;
- показатели динамики экономического развития;
- характер, объем и структура спроса и предложения на исследуемом рынке и др.

Принципы территориальной логистики в сфере торговли и общественного питания должны учитывать выявленные факторы. В связи с тем, что торговля и общественное питание являются исторически «родственными» сферами, в подходах к размещению предприятий общественного питания можно использовать известные принципы размещения торговых предприятий с безусловной их адаптацией к специфике рынка услуг общественного питания. Перечислим эти принципы:

- размещение предприятий, исходя из принципа доступности и минимизации затрат времени на посещение (размещение предприятий по месту учебы, работы, проживания и отдыха);

- приближение предприятий к местам скопления потребителей (пересечениям транспортных и пешеходных потоков, центру города, ареалам транспортных узлов, культурным и спортивным учреждениям);

- специфическое размещение предприятий с целью оптимизации уровней социально-экономического развития и обеспеченности сетью административных территорий;

- оптимизация структуры сети предприятий общественного питания и торговли с целью наилучшего удовлетворения потребностей различных потребительских сегментов по содержанию и месту оказания услуг общественного питания;

- принцип рентабельности, согласно которому помимо основных экономических показателей определяются тип, специализация, вместимость, уровень интеграции [3], технологические приемы производства продукции и оказания услуг, в том числе формы и методы обслуживания потребителей предприятий питания и торговли.

Эффективность размещения предприятий общественного питания зависит от влияния широкого круга внешних и внутренних факторов. К числу *внутренних* следует отнести тип и специализацию предприятия, его вместимость (мощность) и пропускную способность, уровень квалификации и компетенций работников этой сферы; сложность правильного и своевременного учета сырья, полу-

фабрикатов, характерной особенностью которых являются короткие сроки хранения; идея предприятия; перечень услуг, оказываемых в предприятии, качество реализуемой продукции и оказываемых на предприятии услуг и др.

К факторам *внешней среды* относятся несовершенные законодательная и нормативно-правовая база, система налогообложения; сложность прогнозирования потребительского спроса на продукцию и услуги общественного питания; нестабильность поставок сырья, материалов, характер людских и транспортных потоков; пешеходная и транспортная доступность, влияющие на размеры зон обслуживания (потенциального спроса на услуги) предприятия; организация прилегающей территории, куда входит наличие достаточного количества парковочных мест для автотранспорта посетителей, а также удобных подъездных путей; и др.

Анализ факторов внешней среды, оказывающих влияние на эффективность размещения конкретного предприятия на *логистической территории*, позволил систематизировать и сгруппировать их следующим образом:

1. *Факторы территориальной организации*, к числу которых отнесем:

- концентрацию предприятий;
- интенсивность пешеходных и транспортных потоков;
- пешеходную доступность;
- транспортную доступность и удобство подъездных путей;
- организацию прилегающей территории – наличие парковки и количество парковочных мест;
- характер размещения (в отдельно стоящем здании, в комплексе);
- наличие и концентрация административных, культурных, спортивных, развлекательных учреждений и др.

2. *Социально-экономические факторы*:

- численность и плотность населения (проживающего и приезжающего (работающего, отдыхающего)) в рассматриваемой зоне обслуживания;
- половозрастной состав потенциальных потребителей;
- социальная структура потенциальных потребителей;
- уровень доходов потенциальных потребителей.

3. *Рыночные факторы*, характеризующие объем и структуру спроса и предложения:

- уровень внутриотраслевой конкуренции в рассматриваемой зоне;
- удельный уровень товарооборота с 1 места или с 1 кв. м в торговом зале предприятий-конкурентов;
- доля каждого предприятия-конкурента в общем обороте торговли или общественного питания города;
- уровень качества оказываемых услуг в зоне;

Краткие сообщения

– уровень цен на услуги предприятий-конкурентов;

– уровень цен покупки или аренды земельных участков, зданий, помещений.

4. *Факторы нормативно-правового регулирования* деятельности предприятий торговли и общественного питания на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Детальное изучение влияния и конкретизация таких принципов и факторов позволит сформировать комплекс требований, которые следует учитывать при развитии сети предприятий торговли и общественного питания, их размещении в общей застройке территории города, расчете обеспеченности населения сетью этих предприятий.

Территориальная логистика применительно к рынку услуг общественного питания и торговли позволяет на региональном, общегородском и локальном (административного района, микрорайона) уровнях решить следующие задачи:

– разработать систему размещения предприятий – определить оптимальные места дислокации, тип, вид, мощность (вместимость, торговую площадь) предприятий;

– выявить зоны потенциального спроса на услуги предприятий с учетом движения потребительских потоков;

– оценить влияние факторов, определяющих эффективность размещения;

– производить оценку потенциальной эффективности размещения проектируемого предприятия торговли и общественного питания;

– определять эффективность деятельности предприятия в зависимости от места и характера его размещения [3].

Изучение теоретических предпосылок оценки эффективности размещения предприятий общественного питания позволило определить сущность понятия «территориальная логистика», в основу которой положен методологический инструментарий четырех научных направлений: экономико-географического и градостроительного, экономики общественного питания и самой логистики.

Литература

1. Зырянов, А.В. *Размещение торговых предприятий [Текст]: учеб. пособие / А.В. Зырянов.* – М.: Экономистъ, 2006. – 250 с.

2. Сергеев, В.И. *Логистика в бизнесе [Текст]: учебник / В.И. Сергеев.* – М.: ИНФРА-М, 2001. – 608 с.

3. Левина, А.Б. *К вопросу об эффективности логистической интеграции в розничной торговле [Текст] / А.Б. Левина // Вестник Университета (Государственный университет управления).* – 2009. – № 32. – С. 189–191.

Поступила в редакцию 8 октября 2012 г.

Конькова Екатерина Дмитриевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика торговли», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – размещение и инвестирование предприятий общественного питания, логистика. Контактный телефон: 8 (351) 267-93-03.

Ekaterina D. Konkova is a candidate of economic sciences, associate professor of economics in trade department, South Ural State University (Chelyabinsk). The area of academic interests – public catering enterprises location and investing, logistics. Contact telephone number: +7 (351) 267-93-03.