

ЛОГИСТИКА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ: МОДЕЛИ И МЕТОДЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА – ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Ю.Г. Кузменко, И.П. Савельева, Е.Д. Конькова

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

Проведенный анализ эволюции методов и моделей пространственного расположения субъектов рыночных взаимоотношений позволил выявить возможность трансфера ранее разработанных теорий в логистику торгового обслуживания и установить следующее. Авторами обосновано, что модели функциональной организации рыночного пространства городов, предложенные учеными американской и европейской экономических школ, позволяют определить внутригородскую иерархию и функциональную организацию экономического пространства города.

Анализ пространственно-территориальной организации крупных и крупнейших российских городов подтверждает факт развития территорий городов в рамках этих теорий. Так, для современного этапа пространственного развития крупных и крупнейших городов ключевым процессом стало появление второго уровня городского пространства – формирование подцентров городов на транспортных магистралях, их пересечениях, где активно строятся торговые центры, комплексы, деловые объекты, обрамленные жилыми массивами. Это подтверждает целесообразность трансфера и развития существующих моделей и методов этих теорий в логистику торгового обслуживания.

Ключевые слова: логистика, логистика торгового обслуживания, пространственное развитие, размещение объектов рыночного хозяйства, модели и методы территориального размещения объектов, пространственно-территориальная организация города, территориальная организация производства и рынка товаров, теория пространственной организации рыночного хозяйства.

Традиционно в логистике значительную роль отводят вопросам пространственного размещения объектов рыночного хозяйства. За последние десятилетия выработан достаточно мощный инструментарий, позволяющий, хотя и сложными математическими методами, определять наиболее выгодные места для размещения объектов торговли на определенной территории.

Динамичное развитие рыночной экономики в целом и логистики торгового обслуживания в частности невозможно без изучения и обобщения исторического опыта как отечественной, так и зарубежной науки. Существует множество подходов к решению вопросов по пространственной организации деятельности предприятий торговли и общественного питания российских и зарубежных исследователей, что требует их сравнительного анализа с точки зрения логистики.

Возрождение после долгих лет отсутствия в России частнопредпринимательских отношений вызывает интерес к изучению опыта оценки пространственного размещения рыночного хозяйства, накопленного в странах с развитой рыночной экономикой.

Специфика торгового обслуживания заключается, по нашему мнению, в том, что розничную торговлю и общественное питание необходимо рассматривать как единую сферу торгового обслуживания населения. Согласно выдвинутой гипотезе в настоящее время требуется детальное изучение вопросов эволюции территориального размещения как производственных предприятий,

так и предприятий сферы обращения и услуг по отношению к потребителю.

Рассмотрим подробнее зарубежный опыт в этой сфере.

Основоположниками изучения территориального размещения рыночного хозяйства являются ученые немецкой экономико-географической школы. Ее представители – И. Тюнен (1783–1850 гг.), В. Лаунхардт (1832–1918 гг.), А. Вебер (1868–1958 гг.), А. Лёш (1906–1945 гг.), В. Кристаллер (1893–1969 гг.) и их последователи в течение XIX – первой половины XX столетия разработали и опубликовали теории, получившие название штандортных (в переводе с немецкого «standort» – месторасположение товара) [10]. В них исследовалась зависимость размещения производства и сбыта товарной продукции от рыночных факторов [13].

И. Тюнен является основоположником классических теорий пространственной организации хозяйства. Он открыл влияние фактора пространства на затраты и прибыль сельскохозяйственных предприятий (1826 г.), и установил, как пространство влияет на специализацию предприятий [14; 15]. Им была разработана пространственная модель размещения сельского хозяйства, доказывающая, что при сделанных допущениях оптимальной представляется схема размещения сельскохозяйственного производства в виде концентрических кругов (зон) разного диаметра вокруг центрального места – города (рынка сбыта), известных, как «кольца Тюнена». Каждой из зон соответствует свой способ использования земли.

Ближе к рынку сбыта выгоднее размещать хозяйства, которые при существующих затратах позволяют получать больше продукции с единицы обрабатываемой площади [13].

Модель И. Тюнена, несмотря на кажущуюся простоту и ряд допущений, может быть интерпретирована для решения задач по определению оптимального использования территории городов и пригородов, размещению предприятий на ней. При этом концентрические «кольца» вокруг центров города и административных районов будут представлять зоны торгового, культурного обслуживания населения, жилой застройки разного качества, размещения промышленности, «спальных» районов и т. д.

Аналогичная модель была получена учеными Л. Уинго (1961 г.) и У. Алонсо (1964 г.), изучающими организацию урбанизированного пространства. Неоклассическая модель Алонсо-Тюнена также характеризуется кольцевыми зонами. Данная модель в соответствии с системой цен на землю предполагает следующий вариант локализации видов деятельности на территории мегаполиса:

- 1) в центральной зоне располагаются предприятия и учреждения финансово-инвестиционной, страховой, управленческой сфер деятельности;
- 2) предприятия легкой промышленности;
- 3) жилые кварталы многоэтажных домов (небогатые слои населения);
- 4) в зоне ближнего пригорода располагаются малозэтажные коттеджные поселки;
- 5) в дальнем пригороде – предприятия отдельных отраслей тяжелой промышленности;
- 6) за пределами города располагается кольцевая пригородная сельскохозяйственная зона (ориентированная на продовольственное снабжение города [4]).

Примеры территориальной организации производства и рынка товаров и услуг, сходные с «зонами Тюнена», существуют и в настоящий момент. Так, в периферийных частях города, административных районах, удаленных от городских центров и центральных частей районов, как правило, заметно ухудшается обеспеченность объектами инфраструктуры, снижается качество дорог, становится более разряженной система торговли, общественного питания и обслуживания населения, снижается в целом интенсивность хозяйственной деятельности. Тем не менее, в связи с нарастающим дефицитом эффективных коммерческих площадей в центральных частях города возникает необходимость трансформации и децентрализации пространственно-территориальной организации городского хозяйства и рынка товаров и услуг.

Изучению влияния фактора расстояния и транспортных издержек на размещение производства была посвящена работа В. Лаунхардта (1882 г.). В ней немецкий ученый предложил метод на-

хождения места оптимального размещения отдельного промышленного предприятия относительно источников сырья и рынков сбыта продукции, основанный на определении соотношения объемов перевозимых грузов и расстояний их перевозок. При этом решается основная задача – минимизация транспортных затрат, являющаяся в наши дни одной из задач логистики.

Следующий шаг в развитии теории пространственной организации хозяйства сделал А. Вебер (1909 г.). Он рассмотрел более широкий круг факторов, влияющих на выбор места расположения отдельного предприятия, имея в виду решение и более сложной оптимизационной задачи: минимизации общих издержек производства, а не только транспортных. Общеизвестно, минимизация совокупных затрат выступает в качестве доминирующей задачи при управлении потоковыми процессами, которую призвана решить логистическая наука, в том числе и логистика торгового обслуживания.

А. Вебер ввел понятие «фактора размещения», под которым он понимал четко выраженное преимущество, возникающее в процессе экономической деятельности, когда такая деятельность осуществляется в данной местности или обычно в каком-либо данном типе местности.

По А. Веберу, наиболее выгодное размещение промышленных предприятий определяется тремя основными факторами: транспортным (минимальные суммарные издержки на транспортировку сырья, материалов и готовой продукции); трудовым (минимальные издержки на рабочую силу, т. е. оплату труда); агломерационным (использование выгодного места размещения за счет сосредоточения в нем промышленного производства) [13–15].

Для более позднего развития моделей пространственно-территориальной парадигмы характерно изменение роли старых факторов и появление новых (научно-исследовательская база, государственное регулирование экономики), развитие взглядов на фактор агломерации, введение понятия «инфраструктура», а также эволюция методологического аппарата для исследования факторов размещения производства, формализация учета влияния факторов.

Отметим исследования, дополняющие и обобщающие подходы и результаты основоположников теории размещения, в частности, шведского ученого Т. Паландера, в работах которого происходит переход от рассмотрения эффективности размещения отдельного и изолированного промышленного предприятия к анализу взаимосвязанных предприятий, объединяют теории сельскохозяйственного и промышленного штандортов. Т. Паландер выдвинул «всеобщую» и «специальную» теории штандорта: первую на макроуровне – для региона и страны; вторую на микроуровне – для предприятий отрасли или группы отраслей.

Основная идея заключалась в соединении теории размещения предприятий с пространственным анализом рынков [2].

Следует отметить, что в ранних моделях территориального размещения предприятий такому фактору как наличие рынков сбыта и близость к потребителю уделялось недостаточное внимание. В работах В. Кристаллера и А. Лёша впервые были проанализированы данные рыночной среды по различным территориям, в том числе с целью поиска мест для размещения предприятий торговли и сферы услуг.

С развитием теории размещения предприятий происходит переориентация проблемы. В. Кристаллером была создана и обоснована «теория центральных мест», в которой выявлена роль городов и агломераций в формировании иерархической территориальной структуры страны (1933 г.). При этом первостепенное значение он отводил месту, а не объекту (предприятию) размещения.

Принцип построения модели В. Кристаллера достаточно прост: центральное место – это экономический центр (населенный пункт) определенного ранга, обеспечивающий товарами и услугами прилегающую к нему территорию («дополняющий район»). Чем выше ранг (т. е. крупнее город), тем больше снабжаемая из этого центра территория. Порядок центрального места и размеры рыночной зоны определяются радиусом реализации производимых в нем товаров и услуг. Таким радиусом будет максимальное расстояние, на котором продукт покупается рассредоточенным на территории населением (проживающим как в сельской местности, так и в городских поселениях). Величина этого радиуса зависит от специфики выпускаемых товаров или оказываемых услуг, от их цены, а также от плотности населения, развития транспорта, уровня доходов населения и т. п.

Согласно этой теории, конфигурация регионального рынка в форме правильного шестиугольника является оптимальной с точки зрения доступности центра и обеспечивает наибольшую площадь зоны влияния центрального места при заданном удалении ее границ. Многочисленные перекрывающиеся друг друга зоны обслуживания и сбыта разного порядка образуют на всей заселенной территории гексагональную по структуре пространственную сеть – так называемую кристаллическую решетку (рис. 1).

Теория центральных мест В. Кристаллера хотя и носит абстрактный характер, позволяет сформулировать общие представления о целесообразном размещении предприятий сферы услуг на той или иной территории.

Она дает идеальную схему, эталон, с которым следует сравнивать складывающиеся в реальности системы размещения предприятий с целью их совершенствования в зависимости от расселения жителей. Кроме того, получающаяся своеобразная

иерархия характерна и для наших дней. Она объясняет, почему одни услуги должны предоставляться в каждом населенном пункте или жилом районе крупного города (например, услуги питания столовых промышленных предприятий, магазинов кулинарии), другие – в средних по величине поселениях (услуги питания кафе, небольших ресторанов), третьи – только в крупных городах, их центральной части, либо в центральных частях административных районов (услуги питания элитных ресторанов, концептуальных клубных предприятий ресторанного бизнеса и т. п.).

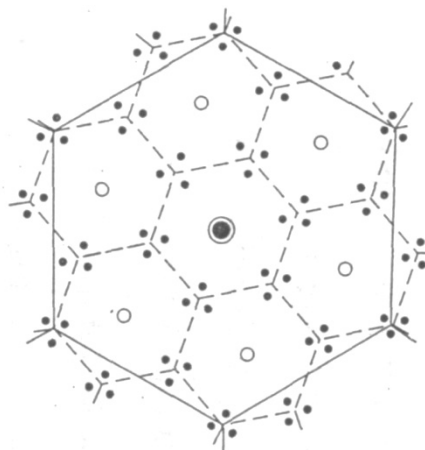


Рис. 1. Фрагмент схемы размещения центральных мест по модели В. Кристаллера (один из вариантов):
● – малые сельскохозяйственные поселения (фермы); ○ – местные центры низшего порядка (малые города); ⊙ – следующая ступень местных центров (более крупные города)

С иных позиций подошел к проблеме пространственной организации производства и рынка промышленных товаров немецкий экономист А. Лёш, который в своей монографии «Экономика размещения» (1954 г.) подверг критике теорию наименьших издержек производства, считая главным фактором, определяющим выбор места для размещения предприятий в странах с рыночным хозяйством, возможность получения максимальной прибыли [13–15]. Этот факт подчеркивает значимость изучения эволюции моделей размещения предприятий для правомерности использования инструментария логистики, ведь ее основной целью является максимизация прибыли при минимизации совокупных издержек и оптимизации потоковых процессов.

А. Лёш заметно расширил состав факторов и условий, учитываемых при размещении предприятий (налоги, торговые пошлины, монополия прибыль, технический прогресс и др.). При этом он подчеркивал, что ни один из факторов, взятый в отдельности, не может определить местоположение, так как выбор места для предприятия обусловлен многими причинами.

В своих теоретических построениях А. Лёш много внимания уделил формированию рыночного

пространства («рыночных зон»), рассматривая в качестве главного районообразующего фактора не производство и его специализацию, а конкурентоспособный сбыт различных товаров, ориентируясь на потребительские предпочтения. Путем геометрических построений и математических вычислений А. Лёш определил радиус рынка сбыта товара и установил границы, за пределами которых продать товар будет невозможно из-за его высокой цены. Суть в том, что по мере удаления от места производства цена товара возрастает на величину транспортных издержек. В свою очередь, рост цены ведет к снижению спроса и объема продаж (рис. 2).

Ученый пришел к выводу, что наиболее рациональной формой такого региона (зоны) является правильный шестиугольник, поскольку в этом случае границы различных рыночных зон плотно примыкают друг к другу, образуя неразрывное экономическое пространство или, по определению А. Лёша, «экономический ландшафт».

В центрах простых рыночных зон (областей, городов, административных районов города) размещаются предприятия, выпускающие товары либо предоставляющие услуги, а центрами экономических ландшафтов становятся города (городские центры, центры районов), в которых сосредоточивается местный спрос на товары и услуги.

В основе его теории экономического районирования лежат так называемые «рыночные пространства», выражающие взаимосвязь и противоречия «экономических сил» – тенденции к концентрации и тенденции к рассеиванию. Специализация и массовое производство выражают концентрирующие силы, а универсальное производство и транспортные издержки – рассеивающие силы.

По нашему мнению, такое противоречие характерно и для торгового обслуживания крупнейшего города. Действительно, под действием «центростремительной экономической силы» может

наблюдаться концентрация предприятий различных видов, типов и специализаций в центральной части города. С другой стороны, под влиянием специфики этой сферы, которая требует максимального приближения предприятий к потребителям, т. е. рассеивающих сил, возможно развитие сети торгового обслуживания в промышленных и жилых районах.

Заслуга В. Кристаллера и А. Лёша состоит в том, что эти ученые наряду с изучением закономерностей размещения материального производства (промышленности, сельского хозяйства) впервые стали исследовать особенности экономической географии непродовольственной сферы, то есть рынка услуг. Они, в частности, установили иерархические ступени пространственной системы населенных пунктов и связь между местом населенного пункта в этой системе и уровнем обслуживания населения. Главным недостатком их теорий является то, что такие модели размещения населенных пунктов и зон обслуживания могут существовать только в идеальных условиях: в изолированном государстве на изотропной поверхности (бесконечно однородной равнине с одинаково равномерной плотностью и покупательной способностью населения, одинаковым транспортным сообщением и др.).

Работы В. Кристаллера и А. Лёша могут быть основой для широкого использования математических методов и моделирования в логистике торгового обслуживания, так как содержат критерии оптимизации материальных потоков на определенной территории. Известны многочисленные примеры практического применения теории размещения и центральных мест к решению конкретных проблем территориальной организации производства и рынка товаров и услуг в различных странах, в том числе и в России.

Разработке и описанию прикладных методов экономического анализа размещения производства

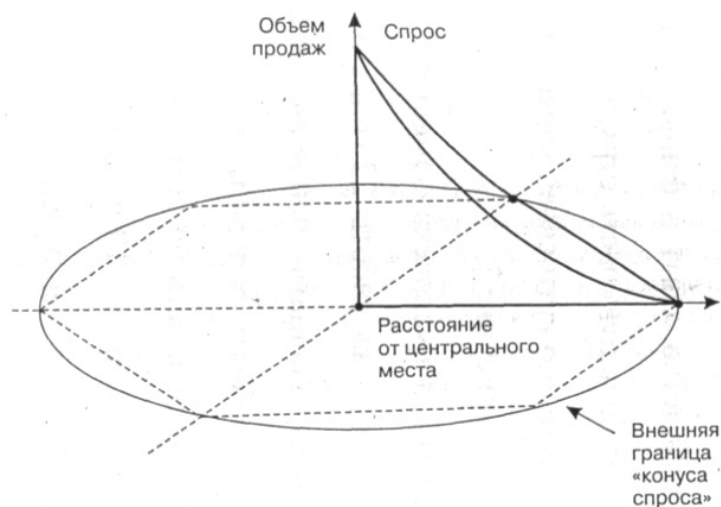


Рис. 2. Схематическое изображение рыночной зоны по модели А. Лёша

и развития рынка посвящены труды многих зарубежных ученых, в частности, работы известного американского экономиста У. Айзарда (Изарда) [5] – одного из основателей регионального направления в экономической науке, английского географа П. Хаггета [17], представителя нидерландской экономической школы Х. Боса [16], американского экономиста В. Леонтьева, Д. Хаффа, А. Шефле, Р.Д. Конверса и др. [15].

У. Айзард, например, значительное внимание уделяет методам анализа товарных потоков (одного из объектов логистики) и пространственного взаимодействия рынков. Он считает, что данные о движении товаров «отчетливо выявляют иерархию рынков, присущую любой стране (или региону земного шара), т. е. их подразделение на рынки местные, районные, межрайонные и национальные» [5]. Ученый указывает, что сам факт существования района и его развитие определяются товарами и услугами, которые производят и предоставляют в пределах определенной территории, но продаются за ее пределами. Тем самым подчеркивается роль обмена товарной продукцией и услугами в возникновении территориального разделения труда и в процессах районообразования.

При изучении территориального взаимодействия рынков на первый план выходит определение границ рыночных зон вокруг центральных мест. Для решения этой задачи прибегают к использованию гравитационных моделей. Их подробное описание приводится в работах У. Айзарда, П. Хаггета, других ученых [5; 17]. Своё название такие модели получили потому, что в них используют зависимости, применяемые физиками при оценке гравитационного взаимодействия. И в 1960-е годы была выведена математическая зависимость «силы притяжения» от размера города или района, и обоснована привлекательность большой торговой площади.

При определении границ рыночных зон центральных мест A и B необходимо учитывать расстояние между объектами и величину каждой рыночной зоны («массу»), которая может быть выражена, например, через показатель численности населения рыночного центра. «Точка перелома», или место, где товарный поток рыночного центра A сходит на нет R_B , в единицах расстояния от второго центра, можно определить по формуле:

$$R_B = \frac{T_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{M_A}{M_B}}}, \quad (1)$$

где M_A , M_B – величина рыночной зоны мест A и B соответственно; T_{AB} – расстояние между рыночными центрами A и B .

Именно показатель относительной численности населения, проживающего в определенных населенных пунктах, использован У. Рейли в качестве величины рыночной зоны при определении

размеров зон потенциального сбыта продукции определенного рынка. Согласно формуле Рейли, более крупные города и районы содержат большее количество магазинов и поэтому притягивают покупателей с разных территорий. Математическое выражение «гравитационной модели Рейли» имеет следующий вид:

$$R_A = \frac{T_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{H_B}{H_A}}}, \quad (2)$$

где H_A , H_B – количество жителей в населенном пункте A и B соответственно; T_{AB} – расстояние между торговыми центрами A и B модели.

При этом «притяжение» розничного торгового предприятия может определяться в масштабах микрорайона, района, города или региона.

П. Конверс [18] в своей формулировке «гравитационной модели Рейли» с целью определения точных границ двух конкурирующих торговых центров в качестве массы рыночной зоны предложил использовать площади городов – рыночных центров.

Модель Дэвида Хаффа (1963 г.) позволяет определить наиболее оптимальное место расположения торгового предприятия с точки зрения получения прибыли. Формула имеет следующий вид:

$$P_{ij} = \frac{\left(\frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}\right)}{\sum_{k=1}^n \frac{S_k}{T_{ik}^\lambda}}, \quad (3)$$

где P_{ij} – вероятность (привлекательность) посещения j -магазина i -м покупателем; T_{ij} – удаленность торговой точки j от i -го потребителя (время, потраченное на путь до j ; S_j – размер объекта/площадь торговой точки j ; λ – некоторый положительный параметр, отражающий эффект влияния различных типов объектов на воспринимаемые временные затраты, и требующий статистической оценки (обычно принимает значения от единицы до трех); обычно рассчитывается эмпирическим путем; n – число торговых точек ($k = 1 \dots n$).

Модель отличается простотой и универсальностью и позволяет определить привлекательность торговой точки, которая прямо пропорциональна размеру торгового объекта и обратно пропорциональна расстоянию между покупателем и этим объектом, и выражается через вероятность посещения покупателем конкретного магазина. Данная модель активно применяется в отечественной и зарубежной практике ведения торговли [1; 18–27].

В развитие гравитационной модели современные ученые-логисты (Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин) [1] предложили метод, учитывающий потребности определенных покупательских групп, сочетающиеся в комплексном показателе – степени привлекательности отдельно взятого центра. При этом

формула для расчета радиус-вектора зоны потенциального спроса на продукцию и услуги торгового предприятия приобретает вид:

$$R_A = \frac{T_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{SP_B}{SP_A}}}, \quad (4)$$

где SP_A , SP_B – степени привлекательности торговых центров A и B соответственно; T_{AB} – расстояние между торговыми центрами A и B .

По мнению авторов, гравитационная модель может быть применена для определения границ зон потенциального спроса на услуги торговли и общественного питания определенного предприятия по отношению к его основным конкурентам.

Одним из значимых направлений в теории пространственно-территориального размещения предприятий, является теория функциональной организации рыночного пространства городов предложенная учеными американской экономико-географической школы [3]. Она раскрывает вопросы определения внутригородской иерархии и функциональной организации экономического пространства города. Э. Бёрджесс в 1925 г. предложил модель пространственной организации городского хозяйства с пятью концентрическими зонами (рис. 3).



Рис. 3. Модель Э. Бёрджесса

Модель Э. Бёрджесса описывает развитие территориально-пространственной организации города как совокупность концентрических кругов, причем каждому кругу соответствует определенный способ использования земли. Ядро – центральный деловой район, затем в направлении к границам города идут переходная зона, зона рабочих кварталов, зона дорогостоящего жилья и зона пригородов. Для данной модели характерна положительная зависимость между уровнем жизни и расстоянием от центрального делового района.

Модель Э. Бёрджесса дает упрощенное представление о рыночном пространстве города. Наряду с ней, более совершенная модель была предложена в 1931 г. Гомером Хойтом (рис. 4).

Данная модель, получившая название «секторальной» (рис. 4), позволяет рассматривать город как совокупность секторов, образованных ключе-

выми транспортными осями, исходящими из центра города. С этих позиций близость к транспортным путям увеличивает капитализацию земли и влияет на ее использование. В центре города располагаются деловые и административные организации, промышленное производство располагается вдоль транспортных путей. Жилая недвижимость низкого класса находится вблизи промышленных и складских районов, а высокого – вдали от них.

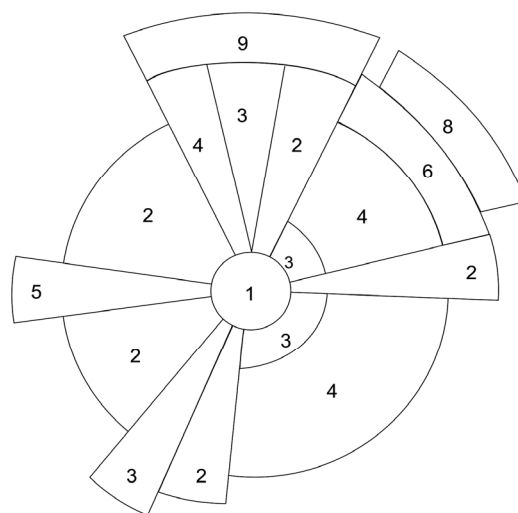


Рис. 4. Секторальная модель Хойта: 1 – центральный деловой район; 2 – жилые кварталы (малообеспеченные слои); 3 – легкая промышленность и оптовая торговля; 4 – жилые кварталы (средний класс); 5 – жилые кварталы (зажиточные слои); 6 – тяжелая промышленность; 7 – деловой центр второго уровня; 8 – промышленные зоны пригорода; 9 – жилые зоны пригорода

В третьей модели теории функциональной организации рыночного пространства городов Харрисом и Ульманом (1946 г.) представлена полицентрическая (многоядерная) схема размещения функций крупного города (рис. 5).

Город рассматривается как пространственно-территориальная структура с несколькими ведущими фокусами деловой активности. Классический центральный деловой район отсутствует, а жилые районы и связанные с ними предприятия обслуживания располагаются вокруг деловых центров второго уровня (районного масштаба). В центре этой модели находится центральный район, вдоль транспортных путей расположены районы легкой промышленности и оптовой торговли. Тяжелая промышленность, часто окруженная жилыми районами низкого класса, располагается на внешних границах города, а периферию занимают жилые пригороды и небольшие деловые центры [3].

Развитие пространственно-территориальной организации крупных и крупнейших российских городов [6; 7; 11] согласуется с эволюцией вышеописанных моделей. Так на начальном этапе формирования территориального размещения объектов рыночного хозяйства городов сформировалась

базовая структура, состоящая из сформированных и функционально определившихся концентрических зон, секторов и ядер (центр и города-спутники).

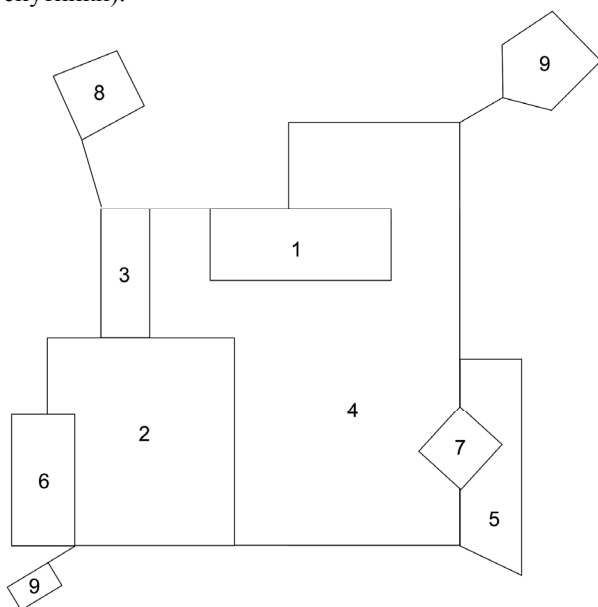


Рис. 5. Многоядерная модель Харриса-Ульмана: 1 – центральный деловой район; 2 – жилые кварталы (малообеспеченные слои); 3 – легкая промышленность и оптовая торговля; 4 – жилые кварталы (средний класс); 5 – жилые кварталы (зажиточные слои); 6 – тяжелая промышленность; 7 – деловой центр второго уровня; 8 – промышленные зоны пригорода; 9 – жилые зоны пригорода

На современном этапе пространственного развития городов базовым процессом стало появление второго уровня сложности – нового поколения ядер городского пространства. Формирование подцентров (новых ядер) городов происходит на транспортных магистралях, их пересечениях, где активно строятся торговые центры, комплексы, деловые объекты, обрамленные жилыми массивами. Этот факт еще раз подчеркивает актуальность и необходимость применения и развития существующих моделей и методов территориального размещения объектов рыночного хозяйства в рамках логистики торгового обслуживания.

С позиций маркетинга подошли к оценке территорий Ф. Котлер [8; 9] и А.П. Панкрухин [12]. За критерий членения территории ими взяты целевые рынки территории. При этом Ф. Котлер выделяет три группы потребителей территории: жители, участники бизнеса и гости. В основе данной структуры лежит назначение территории как места жительства, хозяйствования и отдыха. А.П. Панкрухин развил эту теорию и предложил выделять четыре целевых рынка территории: приезжие (бизнесмены, работающие и отдыхающие), жители и работающие по найму (постоянные и потенциальные жители, а также работающие по найму), отрасли экономики и инвесторы (предприятия и

организации), внешние рынки (внешние потребители, приобретающие товары, произведенные в пределах данной территории). На наш взгляд данные гипотезы вторят теории функциональной организации рыночного пространства городов, предложенной учеными американской экономико-географической школы, с поправкой на запросы потребителей данной территории и косвенно могут быть использованы в развитии теории логистики торгового обслуживания.

В следующем номере журнала «Вестник ЮУрГУ» серии «Экономика и менеджмент» будут представлены дальнейшие результаты исследования на предмет возможности трансфера и развития существующих моделей и методов пространственных теорий размещения объектов рыночного хозяйства в логистику торгового обслуживания.

Литература

1. Аникин, Б.А. *Коммерческая логистика: учебник* / Б.А. Аникин, А.П. Тяпунин. – М.: Проспект, 2005. – 432 с.
2. Габидинова, Г.С. *Маркетинговая трактовка территории* / Г.С. Габидинова // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2012. – №3 (89). – С. 53–59.
3. Гаврилов, А.И. *Региональная экономика и управление* / А.И. Гаврилов. – 2002 [Электронный ресурс] // http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/regionalnaja_ekonomika/03.aspx.
4. Занадворов, В.С. *Экономика города: вводный курс: учеб. пособие* / В.С. Занадворов, А.В. Занадворова. – М.: Магистр, 1997. – 273 с.
5. Изард, У. *Методы регионального анализа: введение в науку о регионах* / У. Изард. – М.: Прогресс, 1996. – 312 с.
6. Каибразиев, Р.В. *Модель многокритериальной оценки регионов по рациональному размещению логистических центров на территории РФ* / Р.В. Каибразиев, А.М. Шихалев // *Актуальные проблемы экономики и права*. – 2011. – № 2. – С. 66–72.
7. Кизим, А.А. *Виртуальная логистика: проблемы и перспективы* / А.А. Кизим, В.В. Козенко // *Экономика устойчивого развития*. – 2013. – № 14. – С. 89–99.
8. Котлер, Ф. *Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок?* / Ф. Котлер. – М.: АСТ, 2006.
9. Котлер, Ф. *Основы маркетинга* / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Ростинтэр, 1996. – 704 с.
10. Лихтенштейн, В.Е. *Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в решении прикладных экономических задач* / В.Е. Лихтенштейн, Г.В. Росс. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 560 с.
11. Мясникова, Л.А. *Интеллектуализация Интернета и развитие сетевой логистики* / Л.А. Мясникова // *РИСК*. – 2010. – № 1. – С. 175–179.

12. Основы логистики: учеб. для вузов / под ред. В.В. Щербакова. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
13. Пелих, Д.В. Управление взаимодействием бизнес-единиц интегрированных корпоративных структур в промышленности: автореферат дис. ... канд. экон. наук / Д.В. Пелих. – Пенза, 2009.
14. Ратнер, Н.М. Межрегиональные взаимодействия в современных экономических условиях / Н.М. Ратнер, И.С. Иоффе, О.А. Ибраева; *Ин-т экономики* 34, [1] с. 21 см. – Препр. – Екатеринбург: ИЭ, 1999.
15. Региональная экономика: учеб. для вузов / под ред. Т.Г. Морозовой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 527 с.
16. Терешкина, Т.Р. Ценностно-ориентированная концепция управления мезологистическими системами: теория и методология, механизмы реализации. – СПб.: Изд-во СПбГТУРП, 2009. – 272 с.
17. Федько, В.П. Коммерческая логистика: учеб. пособие / В.П. Федько, В.А. Бондаренко. – М.; Ростов н/Д.: МарТ, 2006. – 304 с.
18. Anderson S.P., de Palma A., Thisse J.-F. *Discrete Choice Theory of Product Differentiation*. – Cambridge: MIT, 1992. – P. 423.
19. David A. Gautschi. *Specification of Patronage Models for Retail Center Choice*, *Journal of Marketing Research*. – 1981. – May. – P. 162–174.
20. Du D., Chen B., Xu D. *Quantifying the efficiency of price-only contracts in push supply chains over demand distributions of known supports* // *Omega (United Kingdom)*. – 2014. – Vol. 42. – Issue 1. – January. – P. 98–108.
21. Giloni A., Hurvich C., Seshadri S. *Forecasting and information sharing in supply chains under ARMA demand* // *IIE Transactions (Institute of Industrial Engineers)*. – 2014. – Vol. 46. – Issue 1. – 2 January. – P. 35–54.
22. Irani Z., Sharif A., Kamal M.M., Love, P.E.D. *Visualising a knowledge mapping of information systems investment evaluation* // *Expert Systems with Applications*. – 2014. – Vol. 41. – Issue 1. – P. 105–125.
23. *Journal of Business Logistics*. – 1986. – Vol. 7. – № 2. – P. 3.
24. Patil S.K., Kant R. *A fuzzy AHP-TOPSIS framework for ranking the solutions of Knowledge Management adoption in Supply Chain to overcome its barriers* // *Expert Systems with Applications*. – 2014. – Vol. 41. – Issue 2. – P. 679–693.
25. Peng M., Peng Y., Chen H. *Post-seismic supply chain risk management: A system dynamics disruption analysis approach for inventory and logistics planning* // *Computers and Operations Research*. – 2014. – Vol. 42. – P. 14–24.
26. Renna P. *Integrating ERP with Negotiation Tools in Supply Chain* // *Intelligent Systems Reference Library*. – 2014. – Volume 55. – P. 101–129.
27. Wei Y., Xu C., Hu Q. *Transformation of optimization problems in revenue management, queuing system, and supply chain management* // *International Journal of Production Economics*. – 2013. – Vol. 146. – Issue 2. – December. – P. 588–597.

Кузменко Юлия Геннадьевна. Доктор экономических наук. Доцент кафедры экономики торговли и логистики, заместитель директора Института экономики, торговли и технологий, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), polina.94@mail.ru

Савельева Ирина Петровна. Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг и менеджмент», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), ips60@mail.ru

Конькова Екатерина Дмитриевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика торговли и логистика», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), katya_d_s@rambler.ru

Поступила в редакцию 1 июня 2015 г.

LOGISTICS OF TRADE SERVICE: MODELS AND METHODS OF SPATIAL LOCATION OF OBJECTS OF THE MARKET ECONOMY – FOREIGN EXPERIENCE

Yu.G. Kuzmenko, I.P. Savelyeva, E.D. Konkova

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The conducted analysis on the evolution of methods and models of the spatial location of the subjects of market relations revealed the possibility of a transfer of previously developed theories in logistics of trade services and establish the following. The authors prove that the model of functional organization of the market space of cities, proposed by scholars of American and European economic schools help to determine the intercity hierarchy and functional organization of the economic space of the city.

The analysis of spatial and territorial organization of large and major Russian cities confirms the development of urban areas within the framework of these theories. For the present stage of the spatial development of large and major cities the key process was the emergence of the second-tier urban space - formation of sub-centers of cities on highways, their intersections, where shopping malls are actively being built, complexes, business objects, framed with apartment blocks. This confirms the suitability of the transfer and development of existing models and methods of these theories in logistics of trade services.

Keywords: logistics, logistics of trade services, spatial development, location of objects of the market economy, models and methods of spatial location of objects, spatial and territorial organization of the city, territorial organization of production and the goods market, theory of the spatial organization of the market economy.

References

1. Anikin B.A., Tyapukhin A.P. *Kommercheskaya logistika* [Commercial Logistics]. Moscow, Prospekt Publ., 2005. 432 p.
2. Gabidinov G.S. [Marketing interpretation of the territory]. *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and abroad], 2012, no. 3 (89), pp. 53–59. (in Russ.)
3. Gavrilov A.I. *Regional'naya ekonomika i upravlenie* [Regional economy and management], 2002. Available at: // http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/regionalnaja_ekonomika/03.aspx.
4. Znadvorov V.S., Znadvorova A.V. *Ekonomika goroda: vvodny kurs* [The city's economy: an introductory course]. Moscow, Magistr Publ., 1997. 273 p.
5. Izard U. *Metody regional'nogo analiza: vvedenie v nauku o regionakh* [Methods of regional analysis: an introduction to the science about regions]. Moscow, Progress, 1996. 312 p.
6. Kashbraziev R.V., Shikhalev A.M. [The model of multicriteria evaluation of regions based on rational allocation of logistics centers within the territory of the Russian Federation]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava* [Actual problems of Economics and Law], 2011, no. 2, pp. 66–72. (in Russ.)
7. Kizim A.A., Kozenko V.V. [Virtual Logistics: problems and prospects]. *Ekonomika ustoychivogo razvitiya* [Economics of sustainable development], 2013, no. 14, pp. 89–99. (in Russ.)
8. Kotler F. *Marketing v tret'em tysyacheletii: kak sozdat', zavoevat' i uderzhat' rynek?* [Marketing in the third millennium: how to create, win and retain market?]. Moscow, AST, 2006.
9. Kotler F. *Osnovy marketinga* [Fundamentals of Marketing]. Translation from English. Moscow, Rostin-ter Publ., 1996. 704 p.
10. Likhtenshteyn V.E., Ross G.V. *Informatsionnye tekhnologii v biznese. Praktikum: primeneniye sistemy Decision v reshenii prikladnykh ekonomicheskikh zadach* [Information technology in business: Practical work: Application of Decision in solving practical economic problems]. Moscow, Finansy i statistika, 2009. 560 p.
11. Myasnikova L.A. [Intellectualization of the Internet and the development of a network of logistics]. *RISK*, 2010, no. 1, pp. 175–179. (in Russ.)
12. Shcherbakov V.V. (Ed.) *Osnovy logistiki* [Fundamentals of Logistics]. St. Petersburg, Piter Publ., 2009. 432 p.
13. Pelikh D.V. *Upravlenie vzaimodeystviem biznes-edinitov integrirrovannykh korporativnykh struktur v promyshlennosti* [Management of interaction of business units of integrated corporate structures in the industry]. Synopsis of the thesis Cand. Sc. (Economics). Penza, 2009.
14. Ratner N.M., Ioffe I.S., Ibraeva O.A. *Mezhregional'nye vzaimodeystviya v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh* [Interregional cooperation in the current economic conditions]. Preprint. Yekaterinburg, 1999.

15. Morozova T.G. (Ed.) *Regional'naya ekonomika* [Regional economy]. Moscow, 2006. 527 p.
16. Tereshkina T.R. *Tsennostno-orientirovannaya kontseptsiya upravleniya mezologicheskimi sistemami: teoriya i metodologiya, mekhanizmy realizatsii* [Value-oriented concept of management mezological systems: theory and methodology, mechanisms of implementation]. St. Petersburg, 2009. 272 p.
17. Fed'ko V.P., Bondarenko V.A. *Kommercheskaya logistika* [Commercial Logistics]. Moscow, Rostov n/D., 2006. 304 p.
18. Anderson S.P., de Palma A., Thisse J.-F. *Discrete Choice Theory of Product Differentiation*. Cambridge, MIT, 1992, p. 423.
19. David A. Gautschi. Specification of Patronage Models for Retail Center Choice. *Journal of Marketing Research*, 1981, May, pp. 162–174. DOI: 10.2307/3150951
20. Du D., Chen B., Xu D. Quantifying the efficiency of price-only contracts in push supply chains over demand distributions of known supports. *Omega* (United Kingdom), 2014, vol. 42, iis. 1, January, pp. 98–108. DOI: 10.1016/j.omega.2013.03.004
21. Giloni A., Hurvich C., Seshadri S. Forecasting and information sharing in supply chains under ARMA demand. *IIE Transactions (Institute of Industrial Engineers)*, 2014, vol. 46, iss. 1, 2 January, pp. 35–54. DOI: 10.1080/0740817x.2012.689122
22. Irani Z., Sharif A., Kamal M.M., Love P.E.D. Visualising a knowledge mapping of information systems investment evaluation. *Expert Systems with Applications*, 2014, vol. 41, iss. 1, pp. 105–125. DOI: 10.1016/j.eswa.2013.07.015
23. *Journal of Business Logistics*, 1986, vol. 7, no. 2, p. 3.
24. Patil S.K., Kant R. A fuzzy AHP-TOPSIS framework for ranking the solutions of Knowledge Management adoption in Supply Chain to overcome its barriers. *Expert Systems with Applications*, 2014, vol. 41, iss. 2, pp. 679–693. DOI: 10.1016/j.eswa.2013.07.093
25. Peng M., Peng Y., Chen H. Post-seismic supply chain risk management: A system dynamics disruption analysis approach for inventory and logistics planning. *Computers and Operations Research*, 2014, vol. 42, pp. 14–24. DOI: 10.1016/j.cor.2013.03.003
26. Renna P. Integrating ERP with Negotiation Tools in Supply Chain. *Intelligent Systems Reference Library*, 2014, vol. 55, pp. 101–129. DOI: 10.1007/978-3-642-39928-2_6
27. Wei Y., Xu C., Hu Q. Transformation of optimization problems in revenue management, queuing system, and supply chain management. *International Journal of Production Economics*, 2013, vol. 146, iss. 2, December, pp. 588–597. DOI: 10.1016/j.ijpe.2013.08.007

Julia Gennadievna Kuzmenko. Doctor of Science (Economics), associate professor, Department of Economics of Trade and Logistics, deputy director of the Institute of Economics, Trade and Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, polina.94@mail.ru

Irina Petrovna Savelyeva. Doctor of Science (Economics), professor, head of the Department of Marketing and Management, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, ips60@mail.ru

Ekaterina Dmitrievna Konkova. Candidate of Science (Economics), associate professor, Department of Economics of Trade and Logistics, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, katya_d_s@rambler.ru

Received 1 June 2015

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Кузменко, Ю.Г. Логистика торгового обслуживания: модели и методы территориального размещения объектов рыночного хозяйства – зарубежный опыт / Ю.Г. Кузменко, И.П. Савельева, Е.Д. Конькова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015. – Т. 9, № 3. – С. 159–168. DOI: 10.14529/em090321

FOR CITATION

Kuzmenko Yu.G., Savelyeva I.P., Konkova E.D. Logistics of Trade Service: Models and Methods of Spatial Location of Objects of the Market Economy – Foreign Experience. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2015, vol. 9, no. 3, pp. 159–168. (in Russ.) DOI: 10.14529/em090321