

Размещение сетевых розничных магазинов одежды на территории Санкт-Петербурга

Научный руководитель – Шендрик Александр Владимирович

Сапелкин Сапелкин Станиславович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт наук о Земле,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: ladoga505@gmail.com

Одежда - обязательный элемент жизни человека, невозможно представить само существование homo sapiens без нее. Каждый из нас как минимум несколько раз в год посещает магазины одежды. При этом сейчас появилось огромное разнообразие как торговых марок и брендов, так и самих типов одежды. Согласно исследованию общественного мнения в конце 2019 года, на масс-маркет приходится 59% от всех продаж одежды, 30% на среднюю ценовую категорию и 11% премиум сегмент. Наиболее известные сети - лидеры отечественного ритейла, работающие преимущественно в среднем ценовом сегменте и имеющие корни в Северной столице, - это Zarina и Love Republic, входящие в холдинг Melon Fashion Group, а также Sela, и Concept Club. В работе рассматривается розничная торговля объектами одежды сетевыми магазинами, как самый популярный вид покупок у населения, после продовольственных товаров.

Теоретической базой исследования стали работы Д. Хаффа[5], У. Рэйли[6], А.Н. Крамарева[3], А.Ф. Имангалина[1,2], А.В. Шендрика[4]. В рамках работы были поставлены цели: определить основных участников рынка розничной торговли одеждой, оценить размещение торговых точек, выявить закономерности и особенности в размещении объектов торговой сети. Определить основные места расположения магазинов одежды, факторы на это влияющие. Объект исследования - розничная торговля одеждой сетевыми магазинами в Санкт-Петербурге. Предмет исследования - территориальная организация розничной торговли одеждой. Методологической основой исследования служат сравнительно - географический, типологический, картографический методы исследования, а также количественные методы, графический и статистический.

Всего в исследовании участвовало 697 магазинов от 68 брендов, которые расположены на территории муниципальных округов Санкт-Петербурга. Все торговые точки были поделены на 3 группы по ценовому диапазону: в низкой ценовой категории оказалось 284 магазина, в средней ценовой категории 370 магазинов, а в высокой ценовой категории всего 43. Для выполнения работы была создана база данных сетевых розничных магазинов одежды[7], рассчитана обеспеченность объектами розничной торговли одеждой на 100 тысяч человек, проанализировано расположение сетевых магазинов по 3 различным ценовым категориям, определена концентрация торговых точек вокруг каждой из станций метрополитена, а также было рассмотрено размещение магазинов из категории second-hand.

По результатам проведенного исследования получены следующие выводы:

- 1) Сетевые магазины розничной одежды отличаются компактностью расположения, близостью расположения к центру, а также большей скученностью и приближенностью к самым престижным районам

- 2) Магазины second-hand не привязаны к торговым центрам, поэтому их размещение гораздо более хаотично, зачастую торговые точки не имеют сети и присутствуют как одиночные магазины.
- 3) Сетевые магазины одежды гораздо более привязаны к станциям метрополитена, а также не располагаются в районах с наименее активной транспортной и человеческой активностью.
- 4) Лидирующими муниципальными округами по обеспеченности магазинами являются Лиговка-Ямская, Пулковский Меридиан, Округ №78, Сенной округ, округ Сампсониевское.
- 5) Наблюдается превосходство южных районов города над северными по обеспеченности сетевыми розничными магазинами одежды.
- 6) Станции метро являются неким магнитом для размещения магазинов одежды. 53% магазинов расположены в 10-минутной пешей доступности от станций метрополитена.
- 7) По мере уменьшения стоимости квадратного метра жилой площади уменьшается и количество магазинов одежды на территории муниципального образования.

Источники и литература

- 1) Имангалин А.Ф. Размещение и территориальная доступность рыночных услуг в крупных городах, Москва, 2015.
- 2) Имангалин А.Ф. Комплексная оценка расположения объектов аптечной сети с использованием геоинформационных технологий (на примере Уфы), Москва, 2011.
- 3) Крамарев А.Н. Факторы, влияющие на размещении розничных торговых организаций в Санкт-Петербурге. Санкт-Петербург, 2007.
- 4) Шендрик А. В. Теории и модели размещения в географии общества. Санкт-Петербург, ЛЕМА, 2019.
- 5) Huff D.L. Parameter Estimation in the Huff model, ArcUser , 2003.
- 6) Rilley W.J. The law of retail gravitation. N.Y., 1935.
- 7) ООО «Дубль ГИС» Карта Санкт-Петербурга <https://2gis.ru/spb>.

Иллюстрации

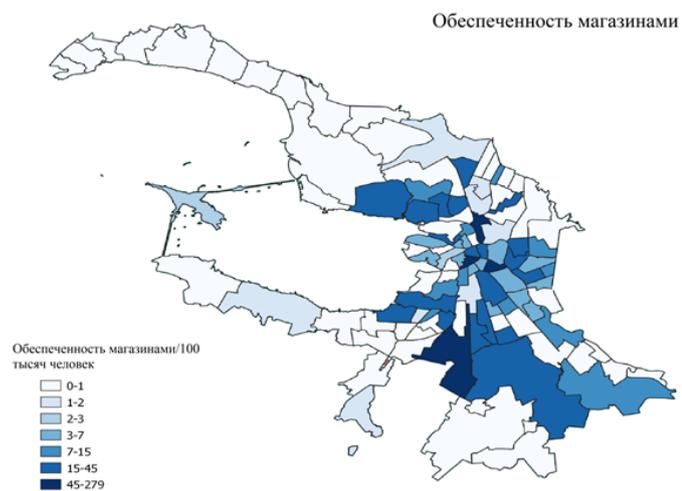


Рис. 1. Обеспеченность объектами розничной торговли одеждой на 100 тысяч человек.

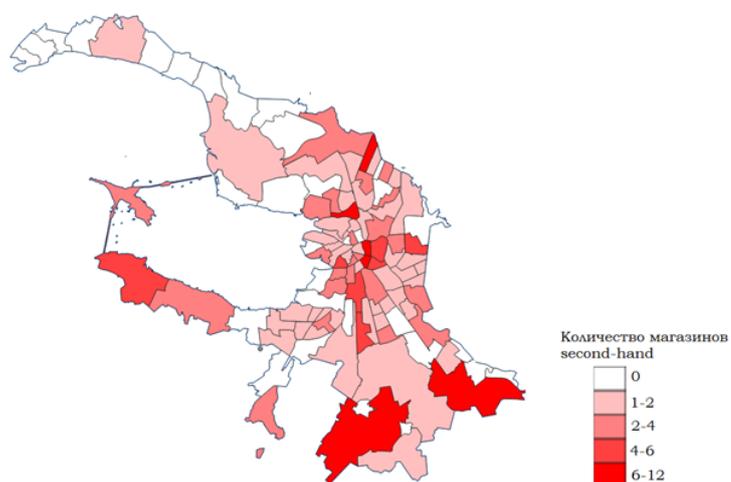


Рис. 2. Количество магазинов second-hand в муниципальных образованиях Санкт-Петербурга.

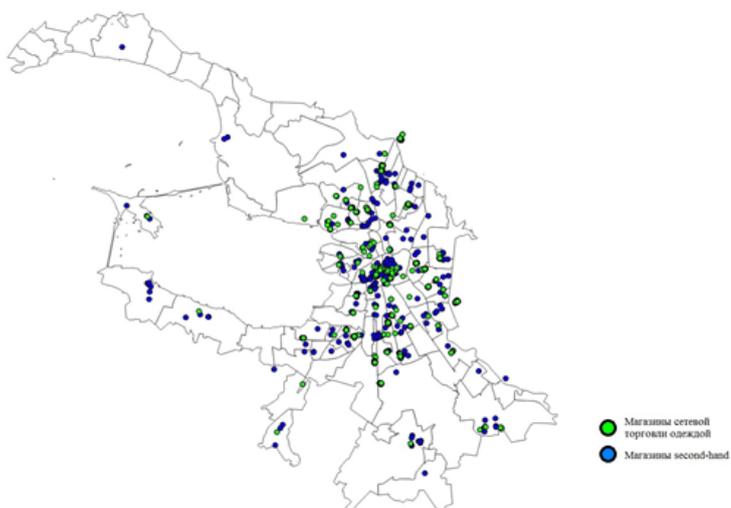


Рис. 3. Сравнение расположения сетевых розничных магазинов одежды и магазинов second-hand.