

СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ И ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕН- ТРОВ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РОЗНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Е. В. Колокольников, магистрант гр. СУМ-131, курс I
Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева
650000, г. Кемерово, ул. Весенняя, 28

В настоящее время актуальной проблемой развития сетей розничного бизнеса является шаблонность планирования и создания организаций, целью которых является удовлетворение потребностей потенциальных покупателей. С появлением новых возможностей открытия и ведения бизнеса, все большую популярность стало набирать индивидуальное предпринимательство в сфере ведения малого бизнеса, определяющего главным образом торговлю товарами народного потребления, продовольственными и непродовольственными. В связи с этим собственники малого бизнеса с учетом нехватки ресурсов и малого спроса, вынуждены арендовать помещения. При мониторинге предложений по сдаче в аренду, предприниматели руководствуются поверхностными знаниями об эффективности торговой площади, потенциально снимаемой в аренду. Основными показателями, на которые опираются потенциальные арендаторы-собственники бизнеса, могут являться следующие:

- ставка арендной платы
- местоположение
- проходимость и транспортные артерии
- размещение вблизи объектов-магнитов потребительского потока
- необходимая площадь и т.д.

Главным источником площадей для наиболее эффективного ведения своего бизнеса является аренда помещений в торговых центрах, содержащих в себе все многообразие розничной торговли и развлекательных услуг, которые являются самым привлекательным местом для времяпровождения жителей населенного пункта с присутствующим торгово-развлекательным центром. Здесь учитываются все преимущества - и большой выбор арендуемых площадей, с разными ставками и размером площади, и наличие на объектах главных федеральных и региональных игроков, так называемых "Якорных" операторов, а так же, если это предусматривает концепция торгового центра, наличие развлекательных площадок и ресторанных дворики для отдыха всей семьи.

Таким образом на сегодняшний день тенденция строительства торговых и торгово-развлекательных центров в России и ее субъектах становится актуальной темой и набирает популярность среди инвестиционных компаний-застройщиков и девелопментских организаций. Однако с насыщением рынков

торговых и торгово-развлекательных центров в регионах конкуренция в розничном бизнесе приобретает зависимость от конкуренции между торговыми центрами в регионах их присутствия. В результате этого, главной задачей для инвесторов-строителей становится создание торгово-развлекательных центров, имеющих высокую конкурентоспособность в данной сфере, способных обеспечить максимальную эффективность в долгосрочной перспективе. При этом важную роль в создании торгового центра имеет разработка современной концепции, а так же стратегии, позволяющей рассматривать торговый центр как уникальный, современный проект, включающий в себя инновационные аспекты ведения бизнеса, в том числе девелопментского.

С развитием розничной торговли на потребительском рынке г. Кемерово в 2014 году, возникла проблема перенасыщения населения обеспеченностью площадями торговых объектов. На основании данных о итогах развития потребительского рынка г. Кемерово за 2014 год, представленных на сайте администрации, Обеспеченность населения площадью торговых объектов на 1 тыс. жителей составляет 865 кв.м. или 122% при нормативе минимальной обеспеченности 712 кв.м. на 1 тыс.чел. (закон КО № 17-ОЗ от 24.02.2011 "Об установлении нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов"). При этом в различных районах города она неравномерна. Так, в Центральном районе она составляет 1483 кв.м. (208%), а в ж.р. Кедровка, Промышленновский лишь 363 кв.м. (51%).

В сфере торговли постоянно растет доля предприятий, которые по уровню обслуживания, эстетическому, техническому состоянию соответствуют самым современным требованиям торговли.

В городе осуществляют деятельность такие крупные торговые продовольственные системы, как: ООО «Компания Холидей», ООО «Система Чибис», ООО «Аквамаркет», ООО «Пенсионер», ООО «Система универсамов «Бегемот», ООО «Розница К-1», ООО «Элемент-Трейд». В единичном экземпляре представлены магазины крупных сетей «Континент вкуса», ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» (г.Москва), ООО «Лента» (г.Санкт-Петербург). Среди непродовольственных: сеть магазинов «Цимус», ООО «Новэкс», салоны связи «Евросеть» ООО "Евросеть Новосибирск", ООО «Агентство ежедневных новостей» и др.

Так, за текущий период было введено 302 объекта торговой сети (в том числе вновь открытые 37, после реконструкции 265). Торговая площадь введенных в эксплуатацию объектов составила 56,2 тыс.кв.м., при этом создано 1017 рабочих мест.

На сегодняшний день в г. Кемерово, в связи с перенасыщением рынка, конкуренция среди торговых и торгово-развлекательных центров несет обостренный характер, особенно ярко это выражено в Центральном и Ленинском районах города, о чем свидетельствует рисунок 1. Статистика самых крупных и популярных центров представлена ниже, в Таблице 1.

Таблица 1. - Статистика распределения ТЦ в г. Кемерово

Наименование ТЦ/ТРЦ	Общая площадь, кв.м.	Этажность	Продуктовый ритейл в ТЦ/ТРЦ
Рудничный район			
Север	14 000	4	Супермаркет Акватория
Радуга	28 000	2	Супермаркет Мария-РА
Всего 2	42 000		
Ленинский район			
Променад 2	13 000	3	Супермаркет Кора
Аврора	23 000	4	Супермаркет Акватория
Маяк	10 000	3	Супермаркет Мария-РА
Сотка	6500	4	нет
Сити Дом	33 000	3	нет
Всего 5	85 500		
Заводский район			
Гринвич	32 500	7	Супермаркет Кора
Семёрка	11 000	3	Супермаркет Семерка
Ретро	5 000	3	Супермаркет Пенсио- нер
Зимняя Вишня	23 000	4	Супермаркет Мария-РА
Всего 4	71 500		
Центральный район			
Променад 1	17 000	3	Супермаркет Кора
Променад 3	28 000	5	Супермаркет Континент Вкуса
Лапландия	68 570	6	Супермаркет Кора
Спутник	7 370	3	Супермаркет Спутник
Я	23 650	4	Народная Палата
Облака	20 000	2	нет
ЦУМ	10 664	4	нет
Всего 7	175 254		
Итого			
Всего ТЦ/ТРЦ	18	Общая площадь	374 254

Результатом анализа вышеуказанной таблицы является вывод о том, что вновь строящимся и уже существующим торговым центрам, имеющим слабую позицию на рынке, необходимо рассмотреть варианты изменения кон-

цепции развития торгового центра и разработать стратегический курс инновационного развития торгово-развлекательного центра.

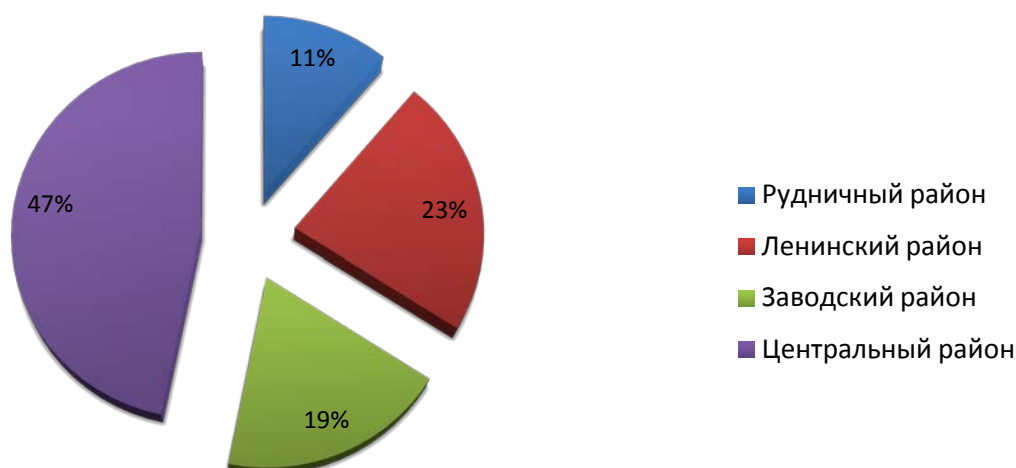


Рисунок 1. - доля ТЦ в районах г. Кемерово.

Рассмотрев особенности сферы деятельности торговых центров в городе Кемерово, можно определить основные аспекты концепции инновационного развития современных торговых центров.

В инновационной стратегии развития современных торговых центров, одним из важных объектов исследования является разработка электронной версии торгового центра с целью его жизнеобеспечения в сети интернет. Это предполагает создание виртуальной версии торгового центра с поэтажными планами и возможностью виртуального путешествия по ключевым точкам внутри торгового центра. Ресурс должен быть объединен с популярными социальными сетями сети Интернет, иметь жизненный процесс с обновляемой информацией о новостях и акциях внутри торгового центра, а так же иметь полную информацию о каждом арендаторе, наличии скидок и программ. Внутри самого торгового центра взамен обычной наклеиваемой навигации, необходимо создать интерактивные информационные доски на каждом этаже, имеющие сенсорный тип просмотра и проекционные презентации.

Концепция торгового центра в рамках инновационной стратегии развития должна учитывать размещение контрагентов, обеспечивающих удовлетворение наиболее широкого круга потребителей. Кроме розничной сферы деятельности, имеющей широкий спектр предоставления товаров и уже популярной во всех торговых центрах, имеет место развитие сферы развлекательных услуг. В данном случае, имеет место предлагать посетителям развлекательные парки, имеющие ресторанные дворики, в том числе для вегетарианцев, игровые зоны, кинотеатры, отдельные зоны отдыха. Дополнительным возможно создание зоны ЗОЖ - территории, предлагающей посетителям услуги оздоровительного характера - спортивный или фитнес зал, SPA - центры, кафе здорового питания.

В качестве концепции внешней инновационной деятельности торговых центров можно определить оформление торгового центра с использованием современных интерактивных поверхностей с сенсорным действием и изменяемым изображением на фасаде здания. Примером изображений могут служить презентационные слайды, либо фото сквозных изображений типа "Прозрачные стены".

Данные рекомендации по разработке инновационной стратегии современного торгового центра не являются эталонными для всех строящихся и уже существующих торговых центров, а только имеют вид основных векторов, которые предопределяют основные факторы эффективности. Составление подобной стратегии имеет частный характер, зависящий от множества изменяющих концепцию факторов - от местоположения до численности населения региона местонахождения торгового центра

В общем и целом деятельность современного торгового центра должна быть направлена на привлечение наиболее широкого круга потребителей, иметь внешнюю привлекательность и яркое внутренне оформление с применением инновационных технологий, предоставляющее наиболее широкий спектр оказания услуг, с большей пользой для посетителей и максимально предотвращающий угрозу для окружающей среды, создавая устойчивое развитие экономики внутри региона.

Список литературы:

1. Официальный сайт Администрации города Кемерово «Итоги развития потребительского рынка г. Кемерово за 2014 год» [Электронный ресурс] // — режим доступа http://www.kemerovo.ru/gorod/potrebitelskij_rynok.html