

УДК 330.341.4

## РОЛЬ РИТЕЙЛА В ТРАНСФОРМАЦИИ МИКРОРАЙОННОГО ПРИНЦИПА ОРГАНИЗАЦИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

© 2019 г. К. Э. Аксенов<sup>1,2,\*</sup>, А. С. Зиновьев<sup>1,\*\*</sup>, К. А. Морачевская<sup>1,\*\*\*</sup>

<sup>1</sup>Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

<sup>2</sup>Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград, Россия

\*e-mail: axenov@peterlink.ru

\*\*e-mail: a.zinovyev@spbu.ru

\*\*\*e-mail: k.morachevskaya@spbu.ru

Поступила в редакцию 05.07.2018 г.; после доработки 25.12.2018 г.; принята в печать 24.01.2019 г.

Микрорайонный принцип организации городской среды, развивавшийся в советском градостроительстве, сформировал определенную конфигурацию размещения объектов торговли и сферы услуг. Однако, рыночные преобразования 1990-х годов кардинально сказались как на числе объектов ритейла, так и на их размещении. Цель данной статьи – выявление эффектов развития ритейла для функций и морфологии микрорайонов советской застройки. Работа базируется на эмпирических материалах по Санкт-Петербургу, где были проведены как камеральное исследование на основе изучения телефонных справочников конца 1980-х годов, так и полевое картирование отдельных районов города. Было установлено, что в настоящий момент произошло сближение ритейловых функций районов массовой жилой застройки и исторического центра. Число и плотность объектов повседневного спроса в микрорайонах многократно возросли, а товары и услуги периодического спроса вышли на первое место по числу объектов. Ритейл эпизодического спроса перестал подчиняться центр-периферийному принципу в размещении. Советский принцип пространственной монополии был заменен принципом пространственной конкуренции, что существенно трансформировало морфологию городского пространства.

**Ключевые слова:** микрорайон, торговля, постсоветский город, принципы размещения ритейла.

**DOI:** <https://doi.org/10.31857/S2587-55662019313-27>

### ВВЕДЕНИЕ

В зарубежной экономической географии исследования пространственной организации сферы услуг в городах затрагивают вопросы кластеризации и агломерирования [20, 21, 27], экономики знаний и инноваций [17], внутригородской связности [13, 15]. Тематике освоения коммерческими функциями новых местоположений посвящены в основном работы по изучению пригородных зон. Даже для постсоциалистических городов преобладают исследования освоения окраинных частей городского пространства крупными торговыми объектами [14, 25].

Первые эффекты падения социалистического режима для городских систем были исследованы И. Мусил [18]. Ритейл<sup>1</sup> был идентифицирован как один из четырех городских акторов, изменяющих городскую среду, наряду с про-

мышленностью, домовладельцами и частными домохозяйствами. “Революция” ритейла в постсоциалистической Европе была подробно описана в нескольких публикациях [19, 23, 28]. Работы описывают быстрый сдвиг, при котором такой формат торговли, как гипермаркеты, приблизился к половине доли розничного рынка в течение одного десятилетия. Трансформационным процессам в постсоциалистических метрополисах посвящены также работы К. Станилова. По мнению исследователя, деконцентрация офисных площадей, помещений для торговых и промышленных нужд оказала более сильное влияние на пространственную структуру метрополисов Центральной и Восточной Европы, чем процессы деконцентрации населения [26].

В отличие от вопроса развития торговых пространств на периферии агломераций, внутриго-

<sup>1</sup> Под ритейлом в статье понимается совокупность коммерческих объектов розничной продажи товаров и услуг покупателю. Помимо объектов розничной торговли в исследовании также учитывались объекты рыночных услуг населению (например, салоны красоты, страховые компании, банки и пр.).

родская дифференциация в размещении объектов ритейла нашла меньшее отражение в работах ученых. Последние годы повышается популярность исследований пространственной доступности магазинов продовольственной торговли. Это тематика касается как районов в центральных частях городов, где в ряде случаев продуктовые магазины представлены слабо, так и неблагополучных и бедных кварталов, где ритейл не решается открывать свой бизнес [16, 24, 29].

Пространственному развитию сферы услуг в постсоветских российских городах посвящено довольно много работ, некоторые из которых комплексно анализируют динамику процесса терциаризации (см., например, [7]). Между тем сам феномен стремительного развития ритейла в условиях рыночной экономики и его эффекты для преобразования городского пространства практически не изучены. Районы массовой жилой застройки (далее – РМЖЗ) советского периода подверглись существенной трансформации, начавшейся в 1990-е годы. Логично предположить, что и микрорайонный принцип, прежде применявшийся в том числе в организации обслуживания населения, должен был претерпеть серьезные изменения. Как изменились принципы пространственной организации ритейла в микрорайонах города? Что произошло с функционально-морфологической структурой спальных районов крупного постсоветского города за счет развития торговли и сферы услуг? На эти вопросы мы попытаемся ответить в данной статье применительно к изменениям, произошедшим в Ленинграде – Санкт-Петербурге. Описанное нами ранее инновационное лидерство Санкт-Петербурга в большинстве процессов развития ритейла в постсоветский период позволяет предположить, что выявленные и в данном исследовании процессы могут быть воспроизведены и в других российских городах (подробнее см. [5]).

### ОСОБЕННОСТИ МИКРОРАЙОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОВЕТСКОГО ГОРОДА И РИТЕЙЛ

#### *Микрорайонный принцип организации нового городского пространства и ритейл в СССР*

Период бурной индустриализации в Советском Союзе актуализировал вопрос о компактном размещении населения вблизи производственных зон. Начиная с 20-х годов XX в. стала обсуждаться проблема наиболее оптимальной организации внутриквартальных пространств. Этот процесс был прерван Великой Отечественной войной, после которой к нему вернулись вновь, уже в сочетании с проблемой размещения учреждений обслуживания.

Новый принцип проектирования, ориентированный на “комфортабельное обслуживание всеми видами устройств всех групп населения”, был позаимствован в англоязычной литературе (neighborhood), а первичный элемент такого проектирования получил в русском языке название “микрорайон”, что весьма близко к понятию neighborhood unit К. Перри [22]. Микрорайонная организация городской среды ознаменовала собой новый этап советского градостроительства [6].

Одним из первых документов, где определялись правила застройки селитебных территорий, стали “Строительные нормы и правила”, принятые Государственным комитетом Совета министров СССР по делам строительства 1 января 1955 года. Он оперировал понятием “жилой квартал” и для учреждений бытового обслуживания (включая те, которые сегодня мы относим к ритейлу) отводил “первые этажи жилых домов, выходящих на основные улицы и магистрали” [9].

Впервые понятие “микрорайон” встречается в “Правилах планировки и застройки городов (СН-41-58)”, утвержденных в конце 1958 года, и далее это понятие и нормы размещения объектов бытового обслуживания в нем уточнялись еще в трех последовательных документах, отменявших действие предыдущих (“Строительные нормы и правила (СНиП II-К.2-62)”, “Строительные нормы и правила (СНиП II-60-75)”, “Строительные нормы и правила (СНиП 2.07.01-89)”) (табл. 1).

За период 1958–1989 гг. максимальная численность населения проектируемых микрорайонов выросла с 12 до 36 тыс. чел. Принципы размещения объектов обслуживания в микрорайонах, отраженные в СНиПах, ограничивались необходимостью располагаться компактно, на ведущих к центру города или промышленным районам улиц, а также вблизи остановок общественного транспорта.

Нормативы обеспеченности населения микрорайона, указанные в СНиПах, менялись с течением времени как по количественным значениям, так и по используемым единицам измерения. В 1958 г. были приняты довольно оптимистичные нормативы. Однако уже к 1967 г. появилось понимание их избыточности.

Помимо микрорайонов основной структурной единицей селитебной территории в СНиПах выделялся жилой район, который состоял из нескольких микрорайонов, в пределах которого размещались учреждения и предприятия с радиусом обслуживания не более 1500 м, а также часть объектов городского значения. Кроме того, СНиПы предполагали создание в городах развитой пространственной иерархической системы

Таблица 1. Сравнение СНиП 1958, 1962, 1975 и 1989 гг.

	СН 41-58	СНиП II-К.2-62	СНиП II-60-75	СНиП 2.07.01-89
Количественные характеристики микрорайона	Численность населения – не должна превышать 10-12 тыс. чел.	Численность населения – от 6 до 12 тыс. чел.; при смешанной застройке с применением жилых домов высотой более 5 этажей – до 18 тыс. чел.	Численность населения в крупных и крупнейших городах – от 12 до 20 тыс. чел.; в больших и средних городах – от 6 до 12 тыс. чел.; в малых городах и поселках – от 4 до 6 тыс. чел.	Площадь – от 10 до 60 га, но не более 80 га. Расчетная плотность населения микрорайонов не должна превышать 450 чел./га. Численность населения – от 4.5 до 36 тыс. чел.*
Принципы размещения ритейла	Для продовольственных магазинов: 60–70% общего числа рабочих мест по преимуществу в неспециализированных магазинах размещать в микрорайонах, как правило, на улицах, ведущих к центру города и к промышленным районам, вблизи остановок городского транспорта	Предприятия торговли, общественного питания и бытового обслуживания в микрорайонах следует размещать в одном здании с другими учреждениями культурно-бытового обслуживания	Предприятия торговли, общественного питания и бытового обслуживания следует объединять в торговые центры. Предприятия местного значения допускается размещать из расчета обслуживания нескольких микрорайонов, не разделенных магистральными улицами	Учреждения и предприятия обслуживания следует размещать, приближая их к местам жительства и работы, предусматривая формирование общественных центров в увязке с сетью общественного пассажирского транспорта

## Нормы обеспеченности населения микрорайона объектами ритейла

Продовольственный магазин	3.2 рабочих места (продавца) на 1000 чел.	2 рабочих места (продавца) на 1000 чел.	60 кв. м на 1000 чел.	70 кв. м на 1000 чел.
Магазин промышленных товаров	2.8 рабочих места на 1000 чел.	0.3 рабочих места на 1000 чел.	25 кв. м на 1000 чел.	30 кв. м на 1000 чел.
Столовая	40 посадочных мест на 1000 чел.	10–12 посадочных мест на 1000 чел.	12 посадочных мест на 1000 чел.	8 посадочных мест на 1000 чел.
Ремонт одежды и парикмахерская	8–10 рабочих мест на 1000 чел.	1.8 рабочих места на 1000 чел.	2.1 рабочих места на 1000 чел.	2 рабочих места на 1000 чел.
Прачечная	–	50 кг сухого белья в смену	80 кг сухого белья в смену	120 кг сухого белья в смену
Радиус обслуживания объектами ритейла	Магазин продовольственных товаров – до 500 м, магазин промышленных товаров – до 1 км	500 м	500 м	500 м

\* Численность населения в документе не указана; рассчитано на основе показателей площади и плотности населения микрорайона.

Составлено авторами по [8–12].

общественных центров, помимо микрорайонов и жилых районов она включала в себя центры планировочных районов и общегородской центр (подцентры), где в комплексе с другими предприятиями обслуживания населения размещались объекты ритейла, но в более крупных, чем в центрах местного значения, торговых форматах (рынки, универмаги или узкоспециализированные учреждения, специализирующиеся на товарах эпизодического спроса).

Таким образом, в целом в СССР спектр услуг для населения микрорайона ограничивался магазинами продовольственных и промышленных товаров, столовой, ремонтом одежды, парикмахерской, прачечной и химчисткой, то есть объектами повседневного и периодического спроса. При этом должны были соблюдаться, с одной стороны, принцип компактности размещения всех подобных объектов, а с другой — принцип равноудаленности — не далее чем 500 м от любого жилого дома в микрорайоне.

#### *Значение микрорайонов для функционально-морфологической структуры советского города*

К концу советского периода масштабы развития микрорайонных РМЖЗ на макрорайонном уровне превратили их:

1) демографически — в зону размещения основной части населения: не менее 70% городского населения концентрировалось там [2];

2) морфологически — в один из главных типов селитебной морфологической структуры. Оценка селитебной значимости разных типов представлена в табл. 2;

3) функционально — в одну из основных (в случае Ленинграда — территориально связанных концентрических) функциональных зон города — пояса специализации на спальном функционировании. Спальная зона РМЖЗ функционально противостоит:

- полифункциональной спально-промышленно-административно-деловой зоне (исторический центр);

- промышленно-транспортно-логистическим зонам (старопромышленный внутренний пояс, периферийные пятна промзон, преимущественно радиальные полосы транспортно-логистического назначения);

- полифункциональной сельскохозяйственно-селитебно-промышленно-рекреационной зоне (пригороды).

#### МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Микрорайонный принцип организации ритейла в СССР базируется на нормах градостроительных СНиПов 1955–1989 гг., которые

и анализировались авторами как исходные при исследовании динамики изменений. Для нашей темы особое значение имели принципы размещения ритейла, нормы обеспеченности и удаленности от мест жительства населения объектами торговли и сферы услуг.

Территориальная структура торговли в микрорайонах на конец советского периода определялась на основе данных из телефонного справочника по Ленинграду, из которых был сформирован слой в геоинформационной системе (ГИС)<sup>2</sup>.

Для оценки современного состояния под руководством авторов были проведены сплошные полевые исследования в июне 2016 г. на территории 18 полигонов (крупных кварталов) Выборгского района Санкт-Петербурга, а также выборочные визуальные наблюдения авторов в других районах города. В процессе исследования был сформирован массив данных в ГИС, сравнимый с данными 1989 г. В сборе и первичной обработке данных участвовали студенты-географы Санкт-Петербургского государственного университета. Выборгский район был выбран в качестве модельной территории по ряду причин. Во-первых, он пересекает все основные морфологические зоны от центра города до пригородов. Во-вторых, в нем представлены все основные типы массовой жилой застройки советского периода. Для анализа из них были выбраны самые массовые: “хрущёвки” конца 1950-х — начала 1960-х годов, “корабли” (серия 600.11) конца 1960-х — 1970-х годов и дома 137-й серии 1980-х годов. В-третьих, по Выборгскому району проходят несколько автомобильных и одна железнодорожная магистраль общегородского значения, в нем находятся несколько станций разных веток метро, что имеет важное значение для системы размещения ритейла. Для исследования были выбраны как кварталы, прилегающие к транспортным узлам, так и максимально удаленные от них.

Территория 18 полигонов сначала была картирована в полевых условиях. На картосхему наносились все объекты коммерческих услуг. Во внимание принимались также этажность расположения объектов (в отдельных случаях в Санкт-Петербурге коммерческие объекты расположены не только на первом этаже, но и на втором и на третьем этажах). Отмечалось, с какой стороны дома расположен объект — с фасада, выходящего на улицу или во двор. На картосхеме отмечались все мобильные формы торговли: 1) павильоны, 2) киоски, 3) автотолки, 4) лотки и/или торговцы без лотка

<sup>2</sup> Использован массив информации в ГИС за 1989 г., сформированный Е.А. Бондарчуком и К.Э. Аксеновым.

и 5) агломерации торговцев. Параллельно с нанесением на картосхему все объекты были сфотографированы.

Затем вся информация была перенесена в ГИС, созданную с помощью программного пакета MapInfo. Объекты коммерческих услуг были разбиты на три группы, соответствующие трем типам спроса: повседневный, периодический и эпизодический. Это стало основой для дальнейшего анализа.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### *Ритейл и трансформация роли микрорайонов в функциональном зонировании города*

Масштабы заселения в РМЖЗ в советское время, наряду с реализацией там микрорайонного принципа следования объектов ритейла за размещением жилья, к концу советского периода сравнивали ленинградские РМЖЗ с историческим центром города по числу ритейловых объектов и даже сделали РМЖЗ формальным лидером (44% городских стационарных объектов ритейла в центре против 48% – в РМЖЗ в 1988 г.) [1, с. 158]. Период трансформации ознаменовался резким изменением этого баланса – к 1996 г. данное соотношение составило обратную пропорцию: 52% против 44%. К 2002 г. доля стационарных объектов ритейла, находившихся в РМЖЗ, сократилась до 27% [1]. Авторы не предполагают сравнимыми данными для современного периода. Тем не менее, проведенное нами

полевое исследование показывает, что к 2016 г. в микрорайонах РМЖЗ сформировались пространственные структуры ритейла, сравнимые с центральными районами, что позволяет предположить изменение тренда и рост доли объектов, расположенных в РМЖЗ, в их общем городском количестве. Об этом свидетельствуют, в частности, следующие данные.

Во-первых, число стационарных объектов (отдельных местоположений) ритейла в 2016 г. в исследованных микрорайонных зонах увеличилось почти в 20 (!) раз по сравнению с 1989 г.

Во-вторых, отраслевая структура ритейла стала диверсифицированной и весьма похожей на структуру центра. Максимально приросли отрасли периодического и эпизодического В2С спроса. Самое главное, появились отрасли, обслуживающие бизнес, что ранее почти эксклюзивно было функцией центра.

В-третьих, во многих “фасадных” частях микрорайонов на протяжении значительных расстояний первые этажи ныне “заселены” ритейлом с плотностью, ранее характерной только для некоторых главных “торговых коридоров” исключительно в центре города (исключая несколько советских районных “линейных универмагов”) (рис. 1)<sup>3</sup>. Плотность объектов на таких новых торговых улицах в 2016 г. доходила до нескольких десятков объектов на 100 м фасада! Важно, что такие структуры формируются в микрорайонах разного времени застройки и в разной удаленности от метро и прочих главных аттракторов ритейла.



**Рис. 1.** Пример встраивания коммерческих объектов в типовое жилое здание 1970-х годов постройки. Санкт-Петербург, 2015 г. Фото К.Э. Аксенова.

<sup>3</sup> Это соответствует максимальной плотности ритейла среди зафиксированных во всех исследованных нами ранее модельных зонах центра города [1, с. 198–217].

Перемещение такого количества объектов ритейла в районы с некогда сугубо спальной функцией не могло не повлиять на изменение функции микрорайонных РМЖЗ на общегородском рынке размещения мест приложения труда. Можно предположить, что сюда перенаправились некогда преимущественно центростремительные потоки работников. То же самое, вероятно, произошло и с пространственным перераспределением рынка капитала; влияние на транспортную систему сказалось, как в перераспределении грузовых, так и пассажиропотоков. Здесь мы можем лишь зафиксировать данные факты, однако измерение параметров такой трансформации представляется весьма перспективной темой для отдельного прикладного исследования.

Можно констатировать максимальное сближение функциональной “ритейловой” значимости в городе РМЖЗ и исторического центра.

#### *Роль ритейла в трансформации морфологии микрорайонов*

Выше указывалось, что к окончанию советского периода основная масса (более 90%) объектов ритейла делили между собой исторический центр и РМЖЗ. После периода существенного спада доли РМЖЗ по этому показателю, центр и РМЖЗ стали снова сравнимы, по новому набору оснований. Даже само количество объектов на единицу микрорайонной территории выросло

до сравнимых с центром величин. Однако морфология (архитектурно-планировочная среда, география объектов и т.п.) советского микрорайона, в отличие от морфологии центра, никак не предполагала возможности размещения такого количества ритейловых объектов (табл. 3).

С началом трансформации не советские плановые органы, а в значительной степени – рыночные регуляторы, стали определять процесс изменения системы размещения ритейла во всех морфологических зонах. Как мы показали выше и в более ранних работах [1], насыщение в целом ненасыщенного спроса на товары и услуги проходило в разных морфологических зонах города разными темпами. Кроме того, различия в морфологии этих зон разнонаправленно влияли на возможности размещения объектов ритейла по их территории<sup>4</sup>. Это влияние, применительно к рассматриваемой нами основной для городского ритейла зональной дихотомии – РМЖЗ / исторический центр, описано в табл. 4.

На основании нашего исследования мы можем утверждать, что с участием ритейла в бывших советских микрорайонах наблюдаются отчетливые тренды их сближения с пространственными структурами центральных районов.

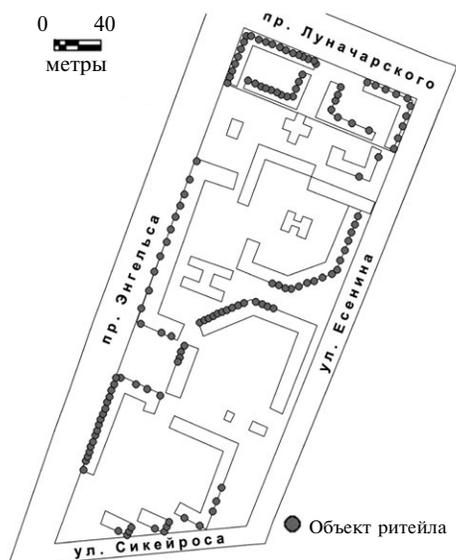
Выдвинем гипотезу, что само развитие ритейла вдоль фасадных примамистральных частей некогда исключительно жилых многоэтажек, если и не

**Таблица 2.** Селитебная значимость разных типов городской морфологической структуры жилых районов в порядке убывания доли в населении. Ленинград, 1989, экспертная оценка

Тип жилых районов, время застройки	Тип морфологии	Тип застройки
РМЖЗ, конец 1950 – конец 1980-х годов	Микрорайонный	Отдельно стоящие многоэтажные здания внутри крупного квартала
Исторический центр, до 1917 г.	Исторический	Замкнутые “периметровые” структуры некрупных кварталов и дворов
Пригородный, весь период	Малогородской и сельский	Разреженная малоэтажная застройка с преобладанием отдельных строений
Сталинский, начало 1930-х – середина 1950-х годов	Переходный от исторического к микрорайонному	Полузамкнутые кварталы разновысотных домов
Раннесоветский, 1920-е – начало 1930-х годов	Переходный от исторического к микрорайонному	Полузамкнутые кварталы 5–6-ти этажных домов

Составлено авторами.

<sup>4</sup> Так, если доля РМЖЗ в размещении всех городских предприятий ритейла между 1998 и 2002 гг. неуклонно падала, промзон – неуклонно росла, то доля исторического центра до 1996 г. демонстрировала самый быстрый в городе рост, а между 1996 и 2002 гг. – падение [1, с. 158]. Количество и состав ритейловых отраслей специализации как этих зон, так и более мелких морфологических частей, также менялось разнонаправленно [1, с. 177–186].



**Рис. 2.** Пример формирования новых внутриквартальных торговых коридоров в РМЖЗ. Санкт-Петербург, 2018 г. Составлено авторами на основе материалов полевых наблюдений 2018 г., предоставленных А.А. Антошкиной.

сформировало, то значительно усилило “пешеходизацию” магистралей в микрорайонах. Проверка данной гипотезы выходит за рамки задач данного исследования. Однако отметим, что если данная гипотеза верна, это станет свидетельством того, что зависимость размещения ритейла от пешеходных потоков не однонаправленна. Не только ритейл следует за потоками, но и наоборот, размещение ритейла при определенных условиях формирует новую географию (пространственные и количественные параметры) этих потоков.

Пока же мы можем зафиксировать движение ритейла вслед за пешеходными потоками вглубь кварталов, что в некоторых случаях формирует новые внутриквартальные торговые коридоры (со встроенными в некогда сугубо жилые дома новыми функциями). Они по плотности ритейла сравнимы с улицами в центре города, что функционально сечет огромные кварталы микрорайонов новыми торговыми “псевдо-улицами” (рис. 2). Это само по себе начинает сближать морфологию центра и микрорайонов (см. пп. 2–4, 9 и даже 11–12 в табл. 3).

**Таблица 3.** Сравнение микрорайонного и исторического типов морфологии, случай Ленинграда, 1988 г. (типология из табл. 2)

№	Микрорайонный тип	Исторический тип
1	Нет сплошного периметра фасадов по границам квартала	Сплошной (замкнутый) периметр фасадов по границам квартала
2	Размер квартала по площади и населению больше в несколько раз	Размер квартала меньше в несколько раз
3	Частота улиц меньше (удельно, как по площади, так и населению)	Частота улиц выше
4	Улицы используются в основном для проезда, для пешего перемещения – в основном внутриквартальные проходы	И для проезда, и для пешего перемещения используются в основном улицы
5	Доля незастроенного пространства за пределами улиц больше, чем площадь под строениями	Доля незастроенного пространства за пределами улиц меньше, чем площадь под строениями
6	Квартал = 1–2 незамкнутых двора	Квартал = много замкнутых дворов
7	Двор имеет много выездов на улицу	Двор имеет 1–2 выезда на улицу
8	Двор строго зонирован по функциям (транзит, паркинг, рекреация, коммунальные функции и пр.)	Двор минимально зонирован по функциям
9	Функции, как правило, разделены по строениям (жилая, общественно-деловая, коммерческая: отдельно стоящие детский сад, универсам, жилконтора, поликлиника и т.п.)	Разные функции часто встроены в одно строение (жилконтора, магазин, детский сад – в жилом здании)
10	Жилые дома многоэтажные, количество входов в них удельно на количество населения – меньше	Жилые дома мало- и среднеэтажные, количество входов в них удельно на количество населения – больше
11	Дома отдельно стоящие, многие могут не выходить на улицу	Количество отдельно стоящих домов минимально, большинство выходят на улицу
12	Большинство входов в дома внутри дворов – не с улицы	Большинство входов в дома – с улицы (или и с улицы, и со двора)

Составлено авторами.

**Таблица 4.** Влияние различий в морфологии микрорайонного и исторического типов на возможности развития ритейла в постсоветское время, нумерация различий по табл. 3

№	Микрорайонный тип	Исторический тип
1	Потенциально меньший % витринизации улиц	Потенциально больший % витринизации улиц
2	Емкость внутриквартального рынка выше, потенциально достаточна для более крупных объектов ритейла, расстояние подхода к отдельной точке – больше	Внутриквартальный рынок достаточен только для мелких объектов, расстояние подхода к отдельной точке – меньше
3	Потенциал для размещения ритейла с выходом на улицу (транзитную аудиторию) ниже	Потенциал для размещения ритейла с выходом на улицу (транзитную аудиторию) выше
4	Необходим территориально разделенный маркетинг: на пеший внутри квартала, на транспортный – на улице	Единый маркетинг и для пешего, и для транспортного трафика – только на улицах
5	Есть возможность размещения новых объектов (временных, пристроенных и пр.) внутри кварталов	Возможность такого размещения минимальна
6	Максимально облегчен маркетинг и доступность дворового объекта ритейла для всего квартала целиком	Маркетинг и доступность размещенного во дворе объекта затруднены для остальных частей квартала
7	Маркетинг и логистика внутриквартального объекта с внешней по отношению к кварталу средой – потенциально легче	Маркетинг и логистика внутриквартального объекта с внешней по отношению к кварталу средой – крайне затруднены
8–9	Есть точки (зоны) тяготения потоков потребителей внутри квартала (отдельно стоящие детский сад, универсам, жилконтора, поликлиника и т.п.)	Потоки более равномерны, формируются вне квартала
10	Меньше возможности открытия встроенных объектов ритейла удельно на население	Больше возможности открытия встроенных объектов ритейла удельно на население
11–12	Минимальные возможности для встраивания ритейла на фасадных частях, преимущество для маркетинга на внутриквартальную (ограниченную) аудиторию	Существенно большие возможности для встраивания ритейла на фасадных частях, больше маркетинговый потенциал для неограниченной транзитной и внешней по отношению к кварталу аудитории

Составлено авторами.

Особенно примечательно, что развитие *ритейла* привело к конвергенции *не-ритейл* структур микрорайонного и исторического типа (по табл. 2). По сути, под воздействием ритейла трансформировалась функционально-морфологическая структура самих РМЖЗ:

- строения трансформировались из моно- в полифункциональные;
- увеличился плотность на территории отдельных строений/объектов, как вне, так и внутри кварталов за счет нестационарных, пристроенных и отдельно стоящих объектов ритейла;

- изменилось количество входов в жилые дома, особенно в фасадных частях;
- развитие ритейла внесло вклад в изменение функционального зонирования и доступности дворового пространства (см. [4]);
- развитие ритейла перераспределило потоки потребителей и сформировало новые типы пространственных моделей шопинга (см. [5]);
- изменились связанные с этим грузопотоки и география логистических структур.

Помимо морфологии развитие ритейла в РМЖЗ сформировало новый рынок недвижи-

мости с возникшим новым типом объектов и локаций (встроенные в жилые дома, пристроенные, отдельно стоящие, места для размещения нестационарной торговли и др.). Очевидно, что все это изменило и внутригородскую географию инвестиций, и потоки капитала.

В целом, несмотря на абсолютно разные морфологические предпосылки, представленные в табл. 3 и 4, можно констатировать, что описанное в предыдущем разделе сближение функциональной “ритейловой” значимости в городе РМЖЗ и исторического центра действительно произошло, некогда микрорайонные РМЖЗ под воздействием ритейла действительно превратились в еще одну полноценную полифункциональную зону городского пространства.

#### *Трансформация принципов размещения объектов ритейла в РМЖЗ*

Выше были рассмотрены эффекты развития ритейла на зонирование территории всего города, его влияние на изменение морфологии в микрорайонах; ниже остановимся на трансформации принципов размещения самих объектов ритейла в РМЖЗ.

Наши исследования показали, что объекты разных типов спроса по-разному влияли на разрушение микрорайонного принципа в организации обслуживания населения.

Услуги повседневного спроса изначально были основной специализацией микрорайонов. Главные закономерности в размещении таких объектов — тяготение к улицам с наибольшим ежедневным потоком людей и останков общественного транспорта и равноудаленность от жилья — в целом сохранились с советского периода. Однако число и плотность таких объектов многократно возросли. В среднем на один квартал советского периода застройки, по данным наших исследований, в 2016 г. приходилось около 17 стационарных и 19 нестационарных объектов, относящихся к товарам и услугам повседневного спроса (по сравнению с 1–2 в 1989 г.).

Именно объекты повседневного спроса дополнительно “освоили” новый тип местоположения — внутриквартальную и внутривдворовую территорию, ориентируясь на жителей близлежащих домов. Число таких объектов находится в зависимости как от локальной плотности населения, так и от типов застройки, где первые этажи могут быть использованы под коммерческие цели. Так, в “планировочно неудобных” районах, застроенных “хрущёвками”, подобный тип местоположения практически не встречается или представлен мобильными формами торговли<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Анализ механизмов работы этих факторов выходит за рамки задач данного исследования.

Товары и услуги периодического спроса, в советское время представленные в микрорайонах только парикмахерской, прачечной и химчисткой (или их пунктами приема), вышли на первое место по числу объектов, причем других отраслей. В изученных нами районах массовой жилой застройки советского периода в 2016 г. объектов периодического спроса было обнаружено в два с лишним раза больше, чем повседневного (в среднем по 18 объектов на квартал). В отличие от доминирующей для повседневного спроса продовольственной торговли, которая во многом представлена средними и крупными сетевыми формами, в ритейле периодического спроса большую роль играет малый бизнес (салоны красоты, парикмахерские, бытовое обслуживание и ремонт и пр.).

Удаленность микрорайонов от станций метро и крупных городских магистралей оказываются теми факторами, которые влияют на плотность объектов периодического спроса. Среди соседствующих объектов много тех, кто предоставляет одинаковые услуги, то есть фактор конкуренции для данного типа спроса выступает причиной повышения плотности ритейла. Новые принципы размещения постсоветского периода для повседневного спроса выразились и в появлении рядом друг с другом объектов взаимосвязанных отраслей, например, торговля бытовой техникой и ее обслуживание, продажа одежды и обуви и их ремонт, медицинские услуги и аптеки, турфирмы и услуги страхования, продажа ювелирных изделий и ломбарды. Советский принцип пространственной монополии сменился принципом пространственной конкуренции — произошел переход от равномерного размещения однотипных объектов к агломерационному. Типы агломераций представлены практически всеми типами, описанными нами ранее [1].

Наконец, товары и услуги эпизодического спроса наибольшим образом повлияли на изменение центр-периферийного принципа в размещении объектов третичного сектора. Если ранее объекты эпизодического спроса располагались исключительно в центральных частях города и транспортных узлах крупных планировочных районов, то в настоящее время широко представлены и в некогда сугубо спальных районах. Тем не менее, сеть объектов эпизодического спроса не такая плотная, как повседневного и периодического, для покупки товаров и получения услуг которых население может не покидать микрорайон.

Нередко объекты эпизодического спроса кластеризуются (особенно торговля мебелью, строительными товарами), формируя центры обслуживания нескольких микрорайонов. Объекты

**Таблица 5.** Пространственные принципы размещения объектов ритейла в РМЖЗ

Принципы	Микрорайонные, 1988	“Рыночного” периода, 2016
1	Равноудаленность (равная доступность) объектов одного типа частоты спроса от жилищ	Максимальная приближенность к гарантированному потоку потребителей – преобладает; равноудаленность от жилищ – частично сохраняется (особенно для отраслей повседневного спроса)
2	Пространственная иерархия (иерархия удаленности от жилища отраслей с разной частотой спроса)	Пространственно разделенная модель внутри отраслей периодического и эпизодического спроса – с сохранением удаленных “узловых” крупных форматов и местных “стрит-форматов”, для повседневного – см. выше
3	Дискретность (преобладает отсутствие пространственных скоплений отдельных объектов)	Концентрация (преобладает агломерация отдельных объектов)
4	Точечность (распределение отдельных объектов по территории точечно)	Распределение объектов: линейное, точечное, площадное

Составлено авторами.

эпизодического спроса во многих случаях заняли места прежних зданий комплексного культурно-бытового обслуживания микрорайонов, только теперь их услугами пользуется население значительно большей территории.

Обобщенно сравнение принципов размещения объектов ритейла всех типов для позднесоветского и современного периодов представлены в табл. 5.

Остановимся подробнее на анализе процессов трансформации каждого из указанных в табл. 5 принципов.

*Трансформация принципа 1.* В советских микрорайонах размещение ритейла зависело от главного “управляющего” отношения: расстояния (временной достижимости) “объект ритейла – жилище”. Прочие же факторы (транспортно-логистические и пр.) размещения имели вторичное или подчиненное ему значение. Под влиянием трансформации к настоящему времени в тех же районах главным для размещения ритейла стало “рыночное” отношение: “объект ритейла – гарантированный поток потребителей”. Если с тем, где находится каждое жилище, советский планировщик мог определиться просто по плану капитальной застройки, то “гарантированный поток потребителей” не только не виден ни на какой карте, но еще и максимально изменчив во времени. При этом такая изменчивость, в свою очередь, определяется не одним, а целым набором факторов, многие из которых даже нематериальны (см. подробнее [3]). Перечислим некоторые из факторов фор-

мирования гарантированных потоков потребителей, частично описанные нами ранее [1]:

- пассажирский транспортно-пересадочный узел (вокзал, станция метро, остановка и т.п.);
- пешеходный узел (наземный переход, подземный тоннель и т.п.);
- центры (объекты) тяготения значимых количеств пешеходов (входы/выходы в места приложения труда, рекреации и пр.);
- агломерационный эффект самого ритейла (разные типы тяготения объектов ритейла друг к другу);
- максимально вероятная линейная траектория пешеходного и транспортного транзита (магистральная улица, пешеходная улица, удобный внутриквартальный проход, проходной двор и т.п.).

На основе предыдущих исследований возьмем утверждать, что каждый из этих факторов в настоящее время превосходит по своей значимости для выбора места размещения объектов ритейла фактор расстояния до жилища потребителей внутри микрорайона, по крайней мере, для отраслей повседневного (и в значительной степени – периодического) спроса. Пространственное отношение “объект ритейла – жилище”, тем не менее, не исчезло совсем как значимый фактор. Оно даже осталось приоритетным, но лишь для самого мелкого специализированного формата “магазин шаговой доступности”. Как мы указывали, конкурентным преимуществом этой ниши ритейла является предоставление товаров и услуг для потребителей, желающих “выскочить”

из дома за таким товаром без специального снаряжения в дорогу. Размещением такого объекта управляет “тапочное расстояние” от жилищ ядра его целевой группы (жильцов дома/квартала) [5]. Важно, что при сохранении главного советского микрорайонного принципа (п. 1 в табл. 5) такие объекты тем не менее формируют иную модель размещения: размер объекта и целевая группа потребителей стали меньше, поэтому объектов стало больше, и они придвинулись ближе к жилищам целевой группы. Таким образом, сегодня для отраслей повседневного спроса присутствуют как минимум две пространственные стратегии: 1) основная масса объектов стремится придвинуться к гарантированным транзитным (не формируемым самим данным объектом) потокам потребителей вне жилища; 2) “магазины шаговой доступности” сохраняют логику микрорайонного принципа равной доступности от жилищ целевой группы потребителей, хотя и действуя в ином пространственном масштабе.

*Трансформация принципа 2.* В советское время реализовывался плановый принцип пространственной иерархии объектов различного спроса — чем меньше частота спроса, тем на большее расстояние соответствующий объект может быть удален от потребителя. Следовательно, один крупный объект эпизодического (в меньшем масштабе — периодического) спроса был достаточен для обслуживания больших районов — эта логика реализовывалась в планировочных решениях в РМЖЗ. К настоящему времени гораздо более востребованной оказалась пространственно разделенная модель потребления товаров и услуг периодического и эпизодического спроса — как с сохранением крупных “узловых” форматов в виде универсальных ритейловых центров (МФЦ, молы, гипермаркеты и т.п.) районного и общегородского значения, так и с развитием приближенных к местам проживания горожан объектов эпизодического спроса мелкого “стрит” формата. Именно последние максимально интенсивно осваивали РМЖЗ.

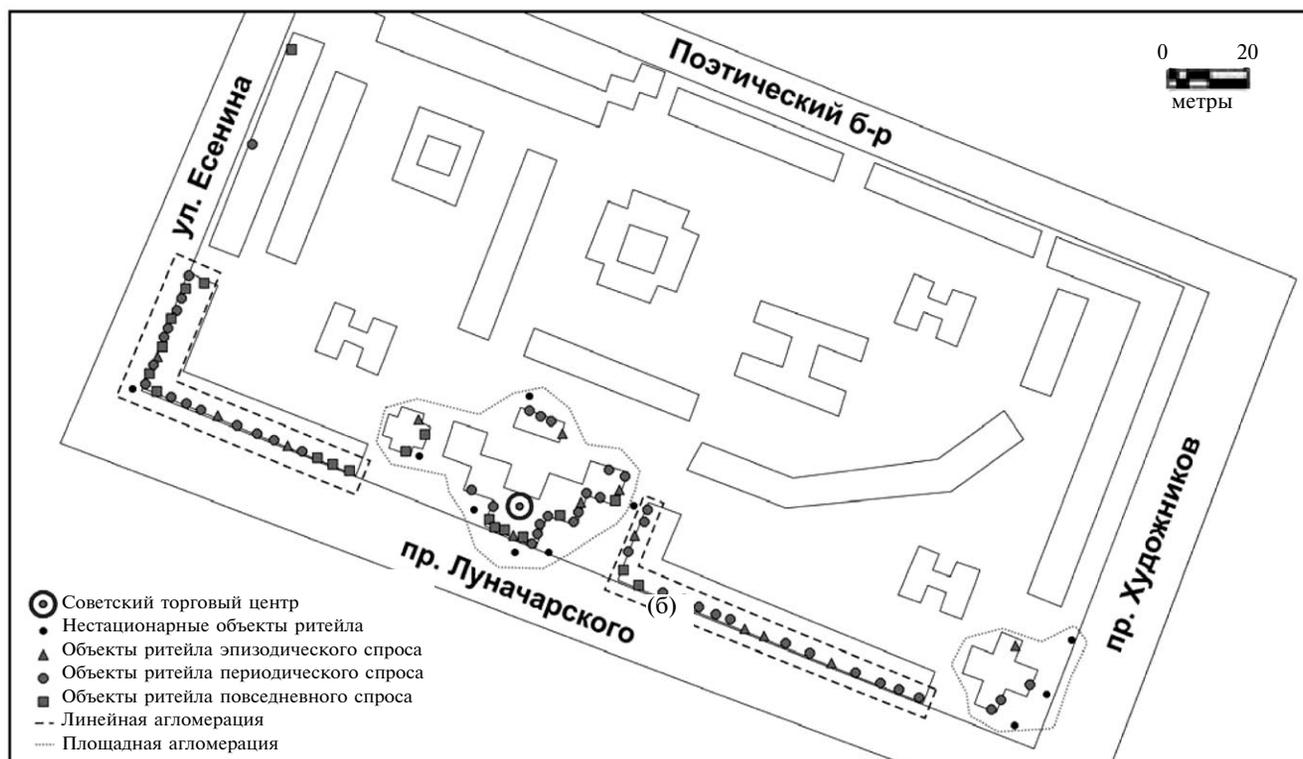
*Трансформация принципов 3 и 4.* Перечисленные выше (применительно к описанию трансформации принципа 1) факторы формирования гарантированных потоков потребителей неизбежно формируют скопления (места концентрации) объектов ритейла разного пространственного типа. Если первые три из них способны формировать условно “точечные”, максимально прижатые к фактору тяготения скопления, то агломерационный эффект стремится, как правило, к площадному, распределенному в ограниченном “пятне” пространству, размещению. Самый понятный пример — рынок под открытым небом, привлекающий потребителей не к определенному торговцу, а на “пло-

щадку”, где можно выбрать между торговцами и разными товарами. Остальные типы площадных агломераций описаны нами в [1]. Последний из упомянутых факторов, очевидно, формирует линейные скопления.

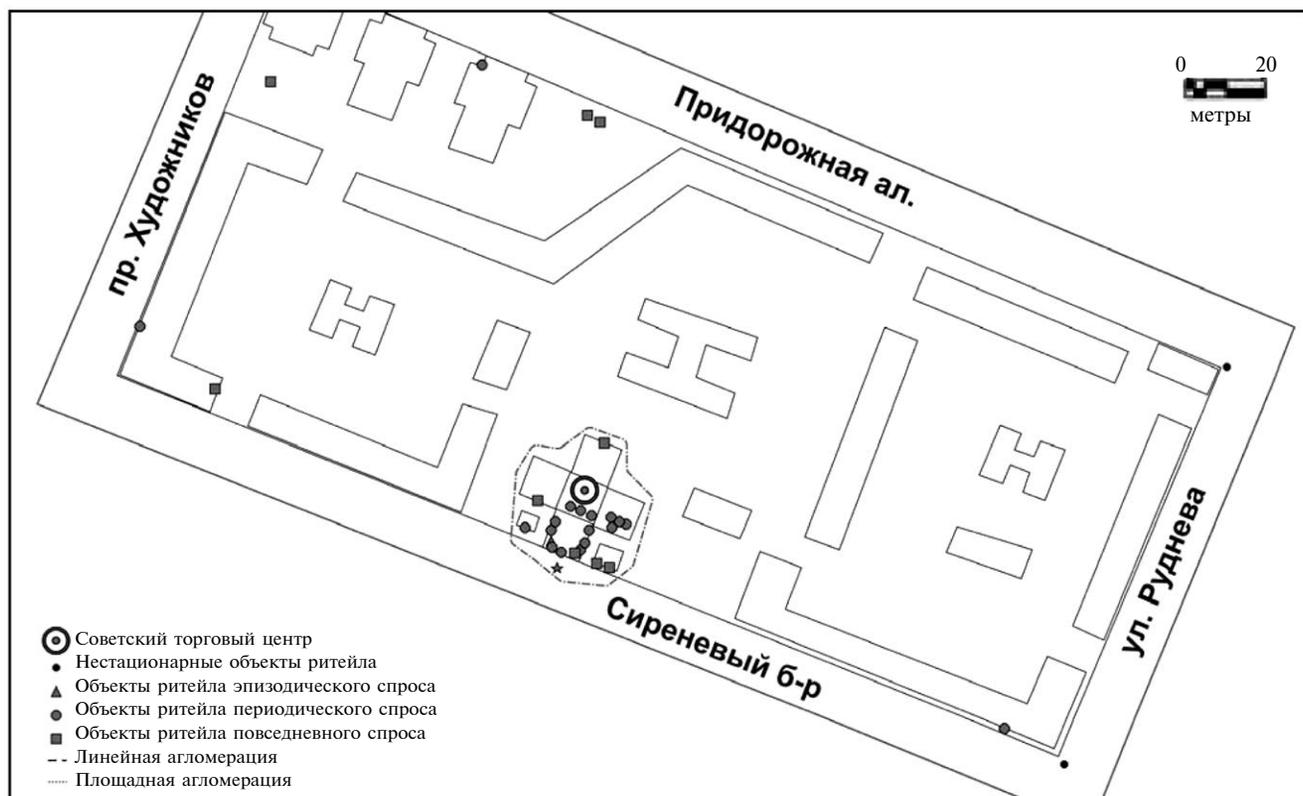
На рис. 3 представлены примеры трансформации кварталов с однотипной застройкой, расположенных на расстоянии около 1 км друг от друга и включающих в себя бывшие соседние микрорайонные центры обслуживания населения советского периода. В 1989 г. такой центр располагался посередине южного фасада в каждом из них и был единственным объектом ритейла. Очевидно, что развитие ритейла в постсоветский период в них проходило по разным принципам. Морфология кварталов принципиально одинакова, и главным “управляющим” фактором формирования таких различий выступает их транспортно-географическое положение — квартал на рис. 3а прилегает к одной из основных магистралей межрайонного значения с интенсивными потоками общественного транспорта и расположен на расстоянии 1.2 км от метро. Второй, на рис. 3б, удален от метро на 2 км и не соседствует с основными транзитными пассажиропотоками общественного транспорта. По количеству объектов в 2016 г. они различались в 3 раза.

В обоих случаях можно наблюдать реализацию “рыночного” принципа 1 из табл. 5: помимо концентрации объектов повседневного (и периодического) спроса в локации бывшего микрорайонного центра обслуживания, в обоих кварталах размещаются и объекты, явно ориентированные на локальный внутриквартальный спрос “у дома”. На рис. 3а такие объекты тем не менее в основном оказываются “прижаты” к главной магистрали, не только обслуживая внутриквартальный спрос, но и пытаясь выиграть и от транзитного потока. На рис. 3б можно наблюдать новую, “рыночную”, реализацию принципа равноудаленности от жилища в чистом виде — достаточно равномерное распределение по кварталу точечных объектов (как стационарных, так и мобильных). В какой-то степени второй из описанных выше принципов, пространственно разделенную модель внутри отраслей периодического и эпизодического спроса, также можно наблюдать на данном примере. Главным образом он читается на примере, отраженном на рис. 3а — ряд концентрирующихся там объектов периодического и эпизодического спроса явно ориентирован на обслуживание территориально более широкого, районного, спроса, а часть — локального. Принципы агломерирования (3 и 4 из табл. 5) отражены на картах — там выделены примеры точечных, площадных и линейных агломераций.

(а)



(б)



**Рис. 3.** Примеры реализации различных принципов трансформации кварталов с однотипной застройкой. Санкт-Петербург, 2018 г. Составлено авторами.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, в качестве прикладного вывода констатируем ключевое пространственное отличие 1988 г. от 2016 г.: микрорайон требовал (подразумевал) специального перемещения потребителя от жилища к объекту ритейла, сейчас же рынок в большинстве случаев перемещает объект к потребителям, уже находящимся вне жилища, стремясь приблизиться к гарантированным путям их концентрации/транзита.

Несмотря на разные морфологические предпосылки, произошло сближение функциональной “ритейловой” значимости в городе РМЖЗ и исторического центра.

Развитие *ритейла* привело к конвергенции *не-ритейл* структур микрорайонного и исторического типа и их пространственной организации.

Некогда практически монофункциональные спальные РМЖЗ под воздействием ритейла превратились в еще одну полноценную полифункциональную зону городского пространства.

Под воздействием ритейла трансформировалась функционально-морфологическая структура внутри самих РМЖЗ. Советский принцип пространственной монополии сменился принципом пространственной конкуренции – произошел переход от равномерного размещения однотипных объектов к агломерационному, причем по объектам всех типов спроса – от повседневного до эпизодического.

Пространственные принципы размещения объектов ритейла в РМЖЗ трансформировались так же, они кратко суммированы в табл. 5.

Обобщая, можно заключить.

– По крайней мере “ритейловая” составляющая советского микрорайонного принципа организации РМЖЗ в Санкт-Петербурге была разрушена на абсолютном большинстве исследованных территорий.

– Советский принцип пространственной монополии был заменен принципом пространственной конкуренции, что стало основным драйвером трансформации морфологии городского пространства в РМЖЗ.

– Новая “ритейловая” организация пространства РМЖЗ под воздействием принципа пространственной конкуренции тем более стала отличаться от советских микрорайонных принципов, чем ближе конкретная территория располагалась к описанным нами в работе рыночным факторам тяготения объектов ритейла.

В заключение отметим, что описанные выше процессы, хотя и выявлялись авторами на примере Санкт-Петербурга, вероятнее всего, могут наблюдаться и в других постсоветских городах, приобретая особые очертания в зависимости от объема рынка и локальных институциональных факторов.

## БЛАГОДАРНОСТИ

Данная публикация была поддержана в рамках реализации “Программы повышения конкурентоспособности БФУ им. И. Канта”.

## ACKNOWLEDGMENTS

This paper was supported by the Russian Academic Excellence Project at the Immanuel Kant Baltic Federal University.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аксенов К., Брадэ И., Бондарчук Е.* Трансформационное и посттрансформационное городское пространство. Ленинград – Санкт-Петербург 1989–2002. СПб.: Геликон-плюс, 2006. 284 с.
2. *Аксенов К.Э., Брадэ И., Рох К.* Социально-пространственная дифференциация в районах массовой жилой застройки Ленинграда – Санкт-Петербурга в постсоветское время // Изв. РАН. Сер. геогр. 2010. № 1. С. 42–53.
3. *Аксенов К.Э.* Системообразующие свойства пространства-времени при трансформации общественно-географического пространства // Изв. РГО. 2014. № 4. С. 69–80.
4. *Аксенов К.Э.* Тенденции изменения публичной доступности пространства в постсоветском метрополисе: сжатие или расширение? // Изв. РГО. 2011. Т. 143. № 2. С. 58–70.
5. *Аксенов К.Э.* Эволюция типов шопинга и пространственная организация розничной торговли в постсоветском метрополисе // Изв. РГО. 2016. № 6. С. 39–56.
6. *Горлов В.Н.* Новые Черемушки. Переход к массовому внедрению микрорайонной застройки в СССР в 50-60-е гг. XX в. // Вестн. МГОУ. Сер. История и политические науки. 2014. № 2. С. 61–68.
7. *Дружинин А.Г.* Пространственное развитие города-миллионера: тенденции постсоветского периода: монография. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. 192 с.
8. *Правила и нормы планировки и застройки городов: СН 41-58.* М., 1959. 180 с.
9. *Строительные нормы и правила. Нормы строительного проектирования.* М., 1954. 405 с.
10. *Строительные нормы и правила: СНиП 2.07.01-89.* Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских территорий. М., 1990. 56 с.
11. *Строительные нормы и правила: СНиП II-60-75.* Планировка и застройка городов, поселков и сельских населенных пунктов. М., 1975. 67 с.
12. *Строительные нормы и правила: СНиП II-К.2-62.* Планировка и застройка населенных мест. М., 1967. 65 с.
13. *Beaverstock J.V., Smith R.G., Taylor P.J.* A roster of world cities // Cities. 1999. V. 16 (6). P. 445–458.
14. *Couch C., Leontidou L., Petschel-Held G.* Urban Sprawl in Europe. Landscapes, Land-Use and Policy. Wiley-Blackwell, 2007. 294 p.
15. *Derudder B., Hoyler M., Taylor P., Frank W.* International handbook of globalization and world cities. Cheltenham: Edward Elgar, 2012. 584 p.

16. Diao M. Are inner-city neighborhoods underserved? An empirical analysis of food markets in a U.S. Metropolitan Area // *J. Plan. Educ. Res.* 2015. V. 35 (1). P. 19–34. doi: 10.1177/0739456X1456228.
17. Florida R. Bohemia and economic geography // *J. Econ. Geogr.* 2002. V. 2(1). P. 55–71. <https://doi.org/10.1093/jeg/2.1.55>.
18. Musil J. Changing urban systems in post-communist societies in Central Europe: analysis and prediction // *Urban Studies*. 1993. V. 30 (6). P. 899–905.
19. Nagy E. Winners and losers in the transformation of city center retailing in East Central Europe // *Eur. Urban Reg. / Stud.* 2001. V. 8 (4). P. 340–348.
20. Nilsson K., Pauleit S., Bell S. et al. Peri-urban futures: Scenarios and models for land use change in Europe. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 2013. 453 p.
21. Pan F., Xia Y. Location and agglomeration of headquarters of publicly listed firms within China's urban system // *Urban Geogr.* 2014. V. 35 (5). P. 757–779. <https://doi.org/10.1080/02723638.2014.909112>.
22. Perry C. The Neighborhood Unit: A Scheme Of Arrangement for the Family-Life Community. NY: Russell Sage Foundation, 1929. P. 22–140.
23. Pojani D. Urban and suburban retail development in Albania's capital after socialism // *Land Use Policy*. 2011. V. 28 (4). P. 836–845.
24. Pothukuchi K. Attracting supermarkets to inner-city neighborhoods: economic development outside the box // *Econ. Dev. Quarterly*. 2005. V. 19. № 3. P. 232–244.
25. Simion G., Nistor C. Spatial structure changes inside post-communist capital city of Bucharest // *Human Geographies – J. Stud. Res. Human Geogr.* 2012. V. 6.1. P. 79–89.
26. Stanilov K. The Restructuring of Non-Residential Uses in the Post-Socialist. In: *The Post Socialist City: Urban Form and Space Transformations in Central and Eastern Europe after Socialism* / K. Stanilov (ed.). Springer, 2007. P. 73–99.
27. Storper M., Scott A.J. Current debates in urban theory: A critical assessment // *Urban Stud.* 2016. V. 53 (6). P. 1114–1136. <https://doi.org/10.1177/0042098016634002>.
28. Tsenkova S., Nedovic-Budic Z. The Urban Mosaic of Post-socialist Europe: Space, Institutions and Policy. Heidelberg: Physica-Verlag, 2006. 390 p.
29. Wrigley N. "Food deserts" in British cities: policy context and research priorities // *Urban Stud.* 2002. V. 38. № 11. P. 2029–2040.
30. Russ. Geogr. O—va, 2014, vol. 146, no. 4, pp. 69–80. (In Russ.).
4. Aksenov K.E. Trends in the accessibility of public space in the post-Soviet metropolis: Shrinkage or expansion? *Reg. Res. Russ.*, 2012, vol. 2, no. 4, pp. 329–338.
5. Aksenov K.E. Evolution in the types of shopping and spatial structuring of retail trade in post-Soviet metropolis. *Izv. Russ. Geogr. O—va*, 2016, vol. 148, no. 6, pp. 39–56. (In Russ.).
6. Gorlov V.N. Novye Cherepushki. Transition to mass introduction of microdistrict housing in the USSR in the 50–60s of the XX century. *Vestn. MGOU, Ser. Ist. i Polit. Nauki*, 2014, no. 2, pp. 61–68. (In Russ.).
7. Druzhinin A.G. *Prostranstvennoe razvitiye goroda-millionera: tendentsii postsovetskogo perioda* [Millionaire City Spatial Development: Post-Soviet Tendencies]. Rostov-on-Don: Yuzniy Fed. Univ., 2008. 192 p.
8. The Rules and Norms of Planning and Development of Cities: SN 41-58. Moscow, 1959. 180 p. (In Russ.).
9. Building Regulations. The Norms of Building Design. Moscow, 1954. 405 p. (In Russ.).
10. Construction Norms and Rules: SNiP 2.07.01-89. Town Planning. Planning and Development of Urban and Rural Areas. Moscow, 1990. 56 p. (In Russ.).
11. Construction Norms and Rules: SNiP II-60-75. Planning and Development of Cities, Towns and Rural Settlements. Moscow, 1975. 67 p. (In Russ.).
12. Construction Norms and Rules: SNiP II-K.2-62. Planning and Development of Populated Areas]. Moscow, 1967. 65 p. (In Russ.).
13. Beaverstock J.V., Smith R.G., Taylor P.J. A roster of world cities. *Cities*, 1999, vol. 16, no. 6, pp. 445–458.
14. *Urban Sprawl in Europe: Landscapes, Land-Use and Policy*. Couch C., Leontidou L., Petschel-Held G., Eds. Wiley-Blackwell, 2008. 294 p.
15. *International Handbook of Globalization and World Cities*. Derudder B., Hoyler M., Taylor P., Frank W., Eds. Cheltenham: Edward Elgar, 2012. 584 p.
16. Diao M. Are inner-city neighborhoods underserved? An empirical analysis of food markets in a U.S. metropolitan area. *J. Plan. Educ. Res.*, 2015, vol. 35, no. 1, pp. 19–34.
17. Florida R. Bohemia and economic geography. *J. Econ. Geogr.*, 2002, no. 2, no. 1, pp. 55–71.
18. Musil J. Changing urban systems in post-communist societies in Central Europe: analysis and prediction. *Urban Stud.*, 1993, vol. 30, no. 6, pp. 899–905.
19. Nagy E. Winners and losers in the transformation of city center retailing in East Central Europe. *Eur. Urban Reg. Stud.*, 2001, vol. 8, no. 4, pp. 340–348.
20. *Peri-Urban Futures: Scenarios and Models for Land Use Change in Europe*. Nilsson K., Pauleit S., Bell S., Aalbers C., Nielsen T.S., Eds. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 2013. 453 p.
21. Pan F., Xia Y. Location and agglomeration of headquarters of publicly listed firms within China's urban system. *Urban Geogr.*, 2014, vol. 35, no. 5, pp. 757–779.
22. Perry C. The Neighborhood Unit: A Scheme of Arrangement for the Family-Life Community. In *Regional Plan of N.Y. Regional Survey of N.Y. and Its Environs*. New York, 1929, vol. 7, pp. 22–140.

## REFERENCES

1. Aksenov K., Brade I., Bondarchuk E. *Transformatsionnoe i posttransformatsionnoe gorodskoe prostranstvo. Leningrad — Sankt-Peterburg 1989–2002* [Transformational and post-Transformational Urban Space. Leningrad — St. Petersburg 1989–2002]. St. Petersburg: Gelikon-plyus Publ., 2006. 284 p.
2. Aksenov K., Brade I., Roh K. Social-spatial differentiation in the residential high-stored areas of Leningrad-St. Petersburg in the post soviet period. *Izv. Akad. Nauk, Ser. Geogr.*, 2010, no. 1, pp. 42–53. (In Russ.).
3. Aksenov K.E. Backbone features of space-and-time in transformation of social-geographic space. *Izv.*

23. Pojani D. Urban and suburban retail development in Albania's capital after socialism. *Land Use Policy*, 2011, vol. 28, no. 4, pp. 836–845.
24. Pothukuchi K. Attracting supermarkets to inner-city neighborhoods: economic development outside the box. *Econ. Dev. Q.*, 2005, vol. 19, no. 3, pp. 232–244.
25. Simion G., Nistor C. Spatial structure changes inside post-communist capital city of Bucharest. *Human Geographies – J. Stud. Res. Human Geogr.*, 2012, vol. 6, no. 1, pp. 79–89.
26. Stanilov K. The restructuring of non-residential uses in the post-socialist. In *The Post Socialist City: Urban Form and Space Transformations in Central and Eastern Europe after Socialism*. Stanilov K., Ed. Springer Netherlands, 2007, pp. 73–99.
27. Storper M., Scott A.J. Current debates in urban theory: A critical assessment. *Urban Stud.*, 2016, vol. 53, no. 6, pp. 1114–1136.
28. *The Urban Mosaic of Post-socialist Europe: Space, Institutions and Policy*. Tsenkova S., Nedovic-Budic Z., Eds. Heidelberg: Physica-Verlag, 2006. 390 p.
29. Wrigley N. “Food deserts” in British cities: policy context and research priorities. *Urban Stud.*, 2002, vol. 38, no. 11, pp. 2029–2040.

## The Role of Retail in the Transformation of the Microdistrict Organization of the Urban Environment

K. E. Aksenov<sup>1,2,\*</sup>, A. S. Zinovyev<sup>1,\*\*</sup>, and K. A. Morachevskaya<sup>1,\*\*\*</sup>

<sup>1</sup>St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

<sup>2</sup>Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

\*e-mail: axenov@peterlink.ru

\*\*e-mail: a.zinovyev@spbu.ru

\*\*\*e-mail: k.morachevskaya@spbu.ru

Received July 05, 2018; revised December 25, 2018; accepted January 24, 2019

The microdistrict principle of urban environment organization, developed in Soviet urban planning, formed a certain configuration of the placement of trade and services. However, the market transformations of the 1990s dramatically affected both the number of retail facilities and their location. The purpose of this research was to identify the effects of retail development for the functions and morphology of the microdistricts of Soviet construction. The work is based on empirical materials on St. Petersburg, where research was conducted based on the study of telephone books in the late 1980s, and field mapping of selected areas of the city. It was found that at the moment there was a rapprochement of the retail functions of the areas of mass housing construction and the historical center. The number and density of everyday demand objects in microdistricts increased many-fold, while goods and services of periodic demand came out on top in terms of the number of objects. Retail of episodic demand has ceased to obey the center-peripheral principle in placement. The Soviet principle of spatial monopoly was replaced by the principle of spatial competition, which significantly transformed the morphology of urban space.

**Keywords:** microdistrict, trade, post-Soviet city, principles of retail placement.

**DOI:** <https://doi.org/10.31857/S2587-55662019313-27>