

УДК 911.3

ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА НИЖНЕГО НОВГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ ТРЕТИЧНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ)

© 2013 г. Н.С. Булинина

Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

Поступила в редакцию 6.11.2012 г.

В статье проанализирован процесс трансформации городского пространства Нижнего Новгорода в постсоветский период на примере размещения объектов третичного сектора экономики. Рассчитана обеспеченность районов города объектами сферы торговли и услуг.

Городское пространство является одной из центральных тем современных урбанистических исследований. После советского периода централизованного, планового развития Россия оказалась вовлеченной в глобальные процессы рыночного развития. Эти процессы неизбежно изменяют и пространство, выводят из него старые экономически и социально значимые объекты, привносят новые.

В городах трансформация пространства происходит наиболее наглядно и динамично, так как именно они служат инновационными центрами и первыми адаптируются к новым потребностям общества. Согласно Г.Д. Костинскому [5], трансформация российских городов нашла свое выражение в следующих процессах: спонтанное развитие частного бизнеса и увеличение числа малых и средних предприятий; уменьшение роли государства в регулировании общественно-политической жизни и его доли в собственности хозяйственных и других объектов. Постсоветский период отличался быстрыми изменениями законодательства в сфере регулирования собственности, результатом которых стала ее массовая приватизация. Возникли новые способы использования пространства города и недвижимости. При этом в качестве главного регулятора процесса размещения предприятий выступили рыночные отношения.

По мнению К.Э. Аксенова, изучающего городское пространство Санкт-Петербурга, наиболее чувствителен к динамике изменений третичный сектор экономики – сфера торговли и услуг [1]. Одной из главных черт социалистической экономики был дефицит товаров и услуг (как и сырья, материалов, комплектующих для промышленно-

го производства). В городском пространстве это выразилось в очень малом количестве торговой площади на душу населения по сравнению с показателями западных городов. Процесс трансформации внес радикальные изменения во все параметры городской структуры.

В Нижнем Новгороде процессы трансформации активно происходили на всех пространственных уровнях – от отдельных кварталов до общегородских масштабов. В советское время город был типичным индустриальным центром. Ведущее место в его развитии занимала промышленность, что отразилось и на городском пространстве: в нем тесно соседствовали и переплетались территории промышленные и селитебные; строились рабочие микрорайоны, именуемые “соцгородами”, все подчинялось интересам промышленного развития. Третичный сектор экономики развивался по общим законам централизованного планового хозяйства. В городе повсеместно располагались магазины прилавочного типа, было также несколько крупных рынков.

В период постсоветской трансформации хозяйственная сфера торговли и услуг активно приспособляется к условиям рыночной экономики, изменяя пространственный облик города. Некогда спальные районы превращаются в бурно развивающиеся зоны торговли и услуг. На улицах города, наряду с несколькими крупными рынками (Центральный, Мытный, Заречный, Автозаводский и др.), появилось множество мелких рынков, часто стихийно организованных и расположенных непосредственно на улицах. Широкую популярность в начальный период трансформации получили мелкие торговые точки – палатки и киоски.

Таблица 1. Характеристика торговых центров в Нижнем Новгороде

Тип торгового центра	Площадь, м ²	Характеристика	Примеры
I поколения	10 000–20 000	Один якорный арендатор, торговая галерея, парковка	“ЦУМ”, “Муравей”, “Парк Авеню”, “Чкалов” и др.
II поколения	20 000 – 50 000	Несколько якорных арендаторов разного профиля, развлекательная составляющая, торговая галерея и парковка	“Республика”, “Этажи”, “Шоколад”, “Золотая миля” и др.
III поколения	50 000–100 000	Большое число арендаторов разного профиля, торговая галерея, большая и разнообразная зона развлечений, большая парковка	“Фантастика”, “МЕГА”, “Седьмое небо” и др.

Составлено автором по данным [6, 7].

Последние, концентрируясь в большом количестве, образовывали “киосковые агломерации” [1], тяготеющие к остановкам городского транспорта, станциям метро и вокзалам. Торговые палатки и киоски постепенно заняли пространство подземных пешеходных переходов и переходов метро. Территория, прилегающая к железнодорожному вокзалу (площадь Революции), сосредотачивала огромное количество торговых точек, многие из которых располагались хаотично, без соблюдения санитарных и планировочных норм.

В 2000-х годах были утверждены Правила землепользования и застройки в Нижнем Новгороде и Генеральный план развития Нижнего Новгорода до 2030 года, согласно которым город должен развиваться не только как промышленный центр, но и как “бизнес-центр, логистический, выставочный и образовательный центр” [6]. Развитие города стало в меньшей степени определяться государственной политикой, больше зависеть от стратегий развития бизнеса, связанных с производством, рынком недвижимости и сферой услуг. В течение короткого промежутка времени возникали абсолютно новые пространственные системы, особенно в сфере торговли и услуг.

Очень быстрыми темпами стала расти розничная торговля. В 2011 г. объем торговых площадей в городе составил 200 м² на человека. Это почти в 1.5 раза ниже аналогичного показателя в Москве и почти в 4 раза ниже в сравнении с показателями городов Западной Европы, но гораздо больше, чем было здесь до 2000 г. [6]. Общий объем торговых площадей в Нижнем Новгороде за 6 лет увеличился почти вдвое (545.3 тыс. м² в 2005 г., 1002 тыс. м² в 2011 г.), а средний душевой оборот розничной торговли составил 70 тыс. рублей на человека в год при средней заработной плате 25 тыс. рублей в месяц.

В пространственной организации сферы торговли в 2000-х годах появились принципиально новые черты:

– ликвидированы хаотично расположенные и стихийно возникшие рынки, урегулировано их количество. Оставшиеся рынки переоборудованы в крытые помещения – торговые павильоны, размещенные в каждом районе и микрорайоне города вблизи крупных транспортных узлов (например, Заречный, Мончегорский, Канавинский и др.);

– ликвидированы “киосковые агломерации”. Киоски остались лишь в небольшом количестве. Занимают их, как правило, единые для города торговые сети (“Роспечать”, “ФруктыОвощи”, “Мороженое” и др.). Наиболее успешные предприниматели переоборудовали киоски в супермаркеты. Размещены они повсеместно, часто рядом с остановками общественного транспорта, ориентированы на близость к потребителю;

– появились новые формы магазинов типа “у дома”, которые размещены повсеместно и заняли первые этажи жилых домов, обеспечив жителей товарами первой необходимости;

– организованы “социальные магазины” и “дискаунтцентры”, ориентированные на менее обеспеченное население, они размещены во всех районах города, преимущественно на периферии;

– широкое развитие получили торговые организации западного образца: торгово-развлекательные центры, торговые центры и гипермаркеты (табл. 1).

Торговые центры кардинальным образом трансформировали городское пространство. Они имеют большие площади, обычно это многоэтажные здания (три и более этажей). Прилегающая к ним территория всегда благоустроена, предусмотрена хорошо организованная парковка для большого количества автотранспорта, хотя выделенной для этого территории не хватает. Размещены центры во всех районах города, как правило, рядом с крупными транспортными развязками. Они привлекают к себе жителей как своего района, так и всего города. В последние годы особенностью

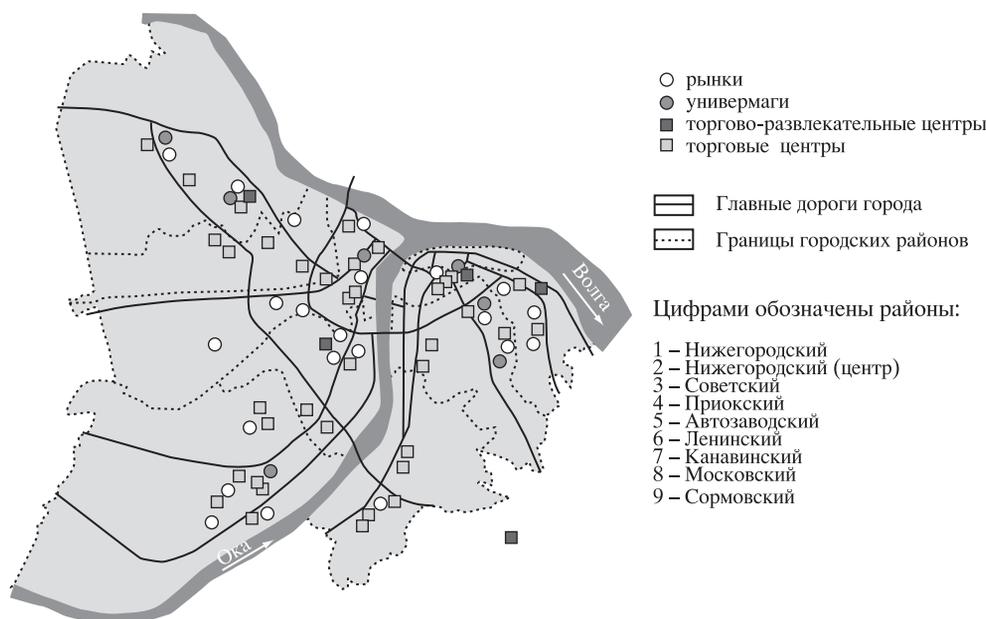


Рис. 1. Размещение объектов сферы торговли в Нижнем Новгороде в 2012 г. Составлено автором по данным [7].

размещения торгово-развлекательных центров стало их расположение на периферии или за пределами города (“МЕГА”, “Фантастика”), что рассчитано на население с достатком выше среднего, при этом крупные торговые центры стремятся привлечь клиентуру с возможно большей территории.

На рис. 1 показаны наиболее крупные объекты торговли в Нижнем Новгороде: рынки, торгово-развлекательные центры, торговые центры и универмаги (рис. 1). Их размещение в городе неравномерно, что обусловлено влиянием двух главных факторов: близостью к потребителю и близостью к главным транспортным магистралям (или транспортным узлам). Одни из самых загруженных торговых улиц – ул. Большая Покровская, пр. Ленина, ул. Бекетова, Сормовское шоссе, пр. Гагарина и др.

Рассчитана плотность объектов торговли и обеспеченность населения торговой площадью по районам города. Наибольшая плотность отмечается в центральных районах – Нижегородском и Советском (более 1 объекта на км²), в Канавинском районе – 1 объект на км², в остальных районах – менее 1 объекта. При этом наибольшее количество объектов торговли сосредоточено в Автозаводском районе (75), наименьшее – в Ленинском (24), Приокском (28) и Московском (30) районах.

Весьма интересны показатели обеспеченности населения торговыми площадями. На 1 тыс. жителей Нижнего Новгорода приходится 961,8 м²

торговых площадей, что превышает норматив (704 м² на 1 тыс. жителей) в полтора раза [6]. Лидерами по этому показателю являются Канавинский (2455 м² на 1 тыс. жителей) и Нижегородский районы города (2339 м² на 1 тыс. жителей). Однако в периферийных Автозаводском и Сормовском районах фактическая обеспеченность торговой площадью ниже установленной нормы (547 м² и 631 м² на 1 тыс. жителей соответственно). В целом по городу наблюдается перенасыщение объектами торговли и услуг (рис. 2).

В постсоветский период трансформации подверглась также сфера услуг. Предоставляемые населению услуги стали более разнообразными. Широкое распространение получили услуги туроператорской и турагентской деятельности. В настоящее время в Нижнем Новгороде функционируют более 450 туристских агентств, рассредоточенных по всей территории города [4]. Самые развитые и востребованные из них размещены в историческом центре. Как правило, они занимают отдельные офисы в торговых центрах или площади на первых этажах жилых домов.

С развитием туризма в городском пространстве увеличилось число гостиниц и отелей. В настоящее время их количество превышает сотню, однако для такого города как Нижний Новгород их недостаточно. К наиболее востребованным относятся “Волна”, “Маринс Парк Отель”, “Александровский сад”, “Ока” [6], которые имеют статус 3 или 4 звезды. Их размещение тяготеет к крупным

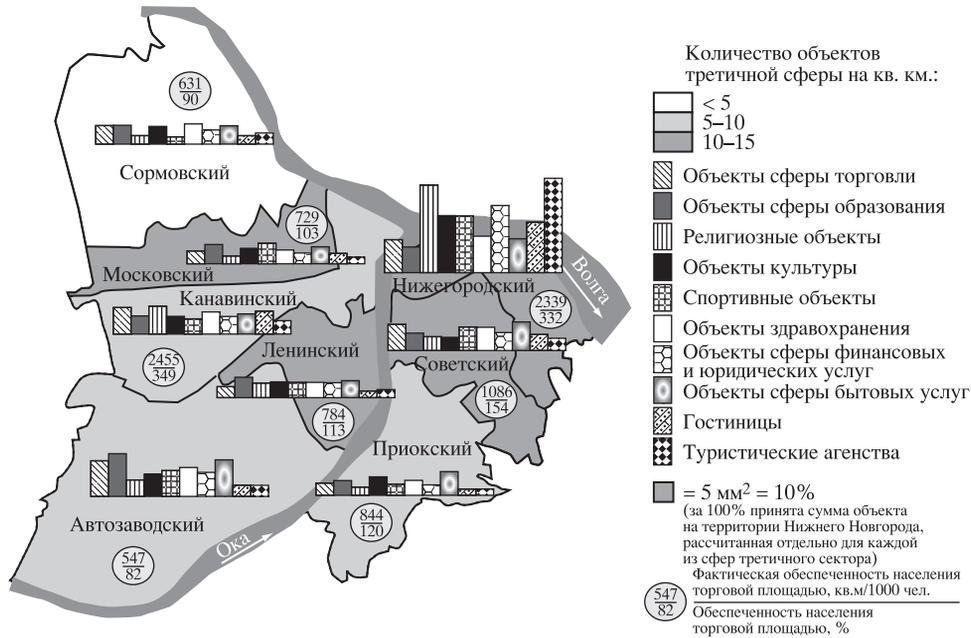


Рис. 2. Размещение объектов третичного сектора экономики по районам Нижнего Новгорода в 2012 г. Составлено автором по данным [7].

Таблица 2. Количество объектов третичного сектора по районам Нижнего Новгорода в 2012 г.

Район (площадь, км ² /тыс. жителей)	Третичный сектор экономики											
	Торговля	Образование	Религия	Здравоохранение	Культура	Спорт	Бытовые услуги	Финансовые и юридические услуги	Гостиницы	Турагентства	Рестораны	Всего
Автозаводский (94/307)	75	140	6	190	23	21	160	55	9	28	7	304
Канавинский (47.5/156)	52	59	10	134	19	12	90	41	16	35	6	474
Сормовский (100/172)	38	64	3	119	19	6	79	30	5	26	8	397
Советский (31/150)	55	64	5	155	14	21	102	44	11	41	15	527
Ленинский (27/145)	24	72	5	101	16	13	76	34	5	23	2	371
Московский (59/129)	30	57	2	87	15	18	70	26	8	12	6	341
Нижегородский (67/120)	70	92	32	227	59	46	155	152	37	245	59	1174
Приокский (45/92)	28	48	2	85	19	9	52	23	3	7	1	277
Всего	372	606	65	1098	184	146	784	405	127	464	114	4365

Составлено автором по данным [7].

транспортным развязкам (Московский вокзал, пр. Гагарина, пр. Ленина). Вместе с тем на окраинах города существует дефицит гостиниц международного уровня, в то время как именно на периферии расположен международный аэропорт, именно окраины города стоят в “первой очереди развития” согласно утвержденному генплану развития Нижнего Новгорода до 2030 года.

На всей территории города вдоль крупных магистралей и транспортных развязок получили развитие услуги, связанные с обслуживанием автотранспорта: автозаправки, автосервисы, шиномонтажные мастерские, автомойки и др.

Многие виды услуг, существовавшие и в советский период, получили дополнительное развитие:

- улучшилось качество оказываемых услуг;
- их компоненты и формы дифференцировались, появились новые – в спортивной сфере к прежним стадионам добавились многофункциональные физкультурно-оздоровительные комплексы, в сфере культуры новшеством стали кинотеатры 3D, 4D, 5D и т.д;
- расширилась их размещение. Сейчас объекты сферы услуг располагаются не только в центральных районах, но и на окраинах города, делая его пространство более однородным.

На основе электронной карты Нижнего Новгорода подсчитано количество объектов третичного сектора экономики по районам города (табл. 2).

На рис. 2 показано распределение объектов третичного сектора экономики по территории Нижнего Новгорода. Наибольшее количество объектов сосредоточено в Нижегородском и Советском районах. Несмотря на то что лидерами по территории и численности населения являются окраинные Автозаводский и Сормовский районы, наибольшая доля финансовых и юридических услуг, объектов религии, культуры, спорта, здравоохранения, а также бытовых услуг приходится на Нижегородский район. Таким образом, историческая часть города удерживает позиции полифункционального (финансового, административного, культурного и т.д.) центра города.

Трансформация третичного сектора экономики Нижнего Новгорода – сферы торговли и услуг – вызвала следующие изменения в развитии города, в том числе пространственном:

- а) благоустройство территорий, прилегающих к торговым площадкам;
- б) развитие не только центральных районов города, но и периферийных территорий;
- в) увеличение территориальной доступности объектов третичного сектора для всех слоев населения;
- г) улучшение экологической ситуации;
- д) чрезмерная концентрация объектов торговли на центральных улицах и площадях, вдоль главных магистралей, кардинально меняющая исторический облик центральной части города и создающая транспортные проблемы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксенов К., Браде И., Бондарчук Е. Трансформационное и посттрансформационное городское пространство. Ленинград-Санкт-Петербург. 1989–2002. СПб.: Геликон Плюс, 2006. 284 с.
2. Зубаревич Н.В. Социальное развитие городов в переходный период: факторы неравенства // Проблемы урбанизации на рубеже веков. Смоленск, Ойкумена, 2002. С. 106–118.
3. Мосиенко Н.Л. Социально-территориальная структура пространства городской агломерации / Под ред. Е.Е. Горяченко. Новосибирск, ИЭОПП СО РАН, 2010. 103 с.
4. Сжатие социально-экономического пространства: новое в теории регионального развития и практике его государственного регулирования / Под ред. Артоболевского С.С., Синцера Л.М. М.: Эслан, 2010. 428 с.
5. Kostinsky G. Post-socialist cities in flux // Handbook of Urban Studies / Paddison R. (ed.). London: Sage Publications, 2001. P. 461–465.
6. www.admgor.nn.ru – официальный сайт администрации города Нижнего Новгорода.
7. www.2gis.ru – электронные карты городов России.

Transformation of Urban Space of Nizhny Novgorod (Case-study of the Tertiary Sector of the Economy)

N.S. Bulinina

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

Transformation of urban space in Nizhny Novgorod in the period of post-industrial development is analyzed on the example of the tertiary sector of the economy of the city. The density of trade and services in Nizhny Novgorod districts is calculated.