методика оценки развития розничных торговых сетей в регионах России

Аннотация

В статье представлена авторская методика балльной оценки уровня и перспектив развития сетевой розничной торговли в регионах России, апробированная на примере Приволжского федерального округа. На исследуемой территории сетевая торговля развивается в контрастных социальных и хозяйственных условиях. Использование предлагаемой методики позволяет учитывать разнородные показатели и формировать наиболее эффективные стратегии продвижения сетевых розничных торговых компаний на социально-экономической основе, имеющей отличительные особенности в каждом регионе.

Ключевые слова: сетевая розничная торговля, территориальная организация торговых сетей, экономико-географический анализ, факторы территориальной организации торговых сетей

Щеглова Елизавета Ярославна
аспирантка кафедры экономической социальной и политической географии, Московский педагогический государственный университет, г.Москва
grif976@mail.ru

Территориальная организация сетевой розничной торговли (СРТ) является объектом планирования и прогнозирования, что требует учета сложившихся отраслевых и территориальных схем расположения хозяйственных объектов, а также факторов размещения.

Сравнительный способ изучения экономических и экономико-географических явлений, их конкретизация и генерализация относятся к традиционным методам географического анализа. Здесь следует подробнее остановиться на особенностях экономико-географического анализа размещения розничной торговли на территории региона.

Предметом такого анализа является рассмотрение особенностей территориальной организации и развития торговых сетей, формирующихся под влиянием факторов размещения. Для этого необходимо научно обоснованное структурирование регионов по результатам проведенного анализа.

Однако для выявления особенностей и тенденций формирования СРТ в пределах конкретного региона требуется не только наличие показателей оценивания условий развития розничных сетей, на которые обращают внимание компании, планирующие развернуть торговую деятельность в регионе, но и методики, обеспечивающей их комплексный учет и сопоставимость в пределах всей территории [1].

Этапы оценки перспектив развития торговых сетей в субъектах Российской Федерации

Последовательность операций предлагаемого методического подхода заключается в следующем.

1. Факторы территориальной организации и развития СРТ объединяются в три группы, (*см. табл. 1 на с. 104*).

В первую группу включены те факторы, которые отражают сложившийся уровень развития СРТ на исследуемой территории. Эта группа факторов выделяется отдельно, так как именно они позволяют оценить насыщенность региона предприятиями СРТ, уровень внутренней конкуренции в отрасли и степень сформированности существующей материально-технической базы для предприятий СРТ, что, в свою очередь, влияет на величину затрат на перспективное развитие [5].

Ко второй группе относятся факторы, позволяющие оценить общий уровень хозяйственной освоенности региона; [4]

В третью группу включены социальные факторы, характеризующие значимые особенности населения, проживающего на данной территории, то есть потребителя товаров и услуг СРТ.

2. Поскольку все показатели количественно измеряются в различных абсолютных единицах их целесообразно перевести в условные единицы измерения – баллы. Для этого по каждому показателю необходимо выявить максимальное и минимальное значения в пределах исследуемой территории. Интервал между ними разбивается по 5-балльной шкале, на равные промежутки. Результаты по каждой группе показателей заносятся в отдельную таблицу.

3. Полученные баллы по группе показателей, отражающих сложившийся уровень развития сетевой

...для выявления особенностей и тенденций формирования сетевой розничной торговли в пределах конкретного региона требуется ... наличие ...методики

Таблица 1

Факторы территориальной организации сетевой розничной торговли

Группа факторов	Факторы	Показатели измерения
1.	Уровень развития розничной торговли	Оборот сетевой розничной торговли
		Оборот сетевой розничной торговли на душу населения
	Уровень развития сетевой розничной торговли	Доля розничных сетей в обороте розничной торговли
		Число предприятий сетевой розничной торговли на 100 тыс. жителей
	Сформированность материально- технической базы торговли региона	Количество магазинов
2.	Уровень хозяйственного развития региона	Величина ВРП
	Транспортная освоенность	Плотность автомобильных дорог на единицу площади субъекта
	Степень сложившегося развития материально-технической базы региона	Величина стоимости основных фондов
3.	Численность населения	Численность населения субъекта
	Количество людей проживающих в городах	Общая численность людей, проживающих в городах на территории данного субъекта
	Уровень жизни населения	ВРП на душу населения
		Доходы на душу населения в год
		Потребительские расходы
		Доля потребительских расходов, затрачиваемая на приобретение товаров и услуг
		Направление и уровень миграционных потоков
		Отношение объема кредитования населения к ВРП

(составлено автором)

розничной торговли, суммируются. Данная цифра является опорной, так как в условной форме показывает соотношение субъектов федерации по достигнутому уровню развития СРТ.

4. Баллы, по двум другим группам показателей, отражающих степень хозяйственной освоенности субъекта и ряд значимых для развития сетевой розничной торговли особенностей населения, также

суммируются, а затем переводятся в поправочные коэффициенты. Это необходимо для того, чтобы выявить перспективность территории для развития на них СРТ в будущем.

5. Производится оценка перспективности региона (субъекта федерации) для развития в нем СРТ по следующей формуле:

$$П = А \times В \times С ,$$

где:

П – перспективность развития сетевой розничной торговли в регионе;

А – уровень развития розничной (сетевой розничной) торговли на данный момент;

В – хозяйственное развитие региона;

С – значимые для развития сетевой розничной торговли особенности населения.

6. Полученные данные по оценке перспективности развития СРТ в данном регионе для СРТ можно разделить на три категории:

– наиболее перспективные для развития изучаемого вида торговли;

– регионы средней перспективности;

– слабоперспективные, то есть такие, в которых развитие сетевых магазинов будет сопряжено со значительными трудностями и потребуют крупных инвестиций при более высоком риске неокупаемости вложений.

В целях наглядности, вышеперечисленные этапы представлены схематически (*см. рис. на с. 106*).

На основании проведенной балльной оценки уровня развития СРТ в субъектах ПФО, а также, факторов, оказывающих влияние на СРТ, все субъекты ПФО можно разделить на три категории по перспективности развития в них сетевой розничной торговли (*см. табл. 2 на с. 107*):

Классификация регионов по интегральным показателям

Предлагаемая методика оценки позволяет оценивать потенциал развития СРТ крупного макрорегиона Российской Федерации с точки зрения эффективности выполнения торговой сетью ее главной задачи – всестороннего удовлетворения спроса потребителей. Также, она может быть

предлагаемая методика позволяет оценивать потенциал развития торговых сетей в крупном макрорегионе ... с точки зрения ... удовлетворения спроса потребителей

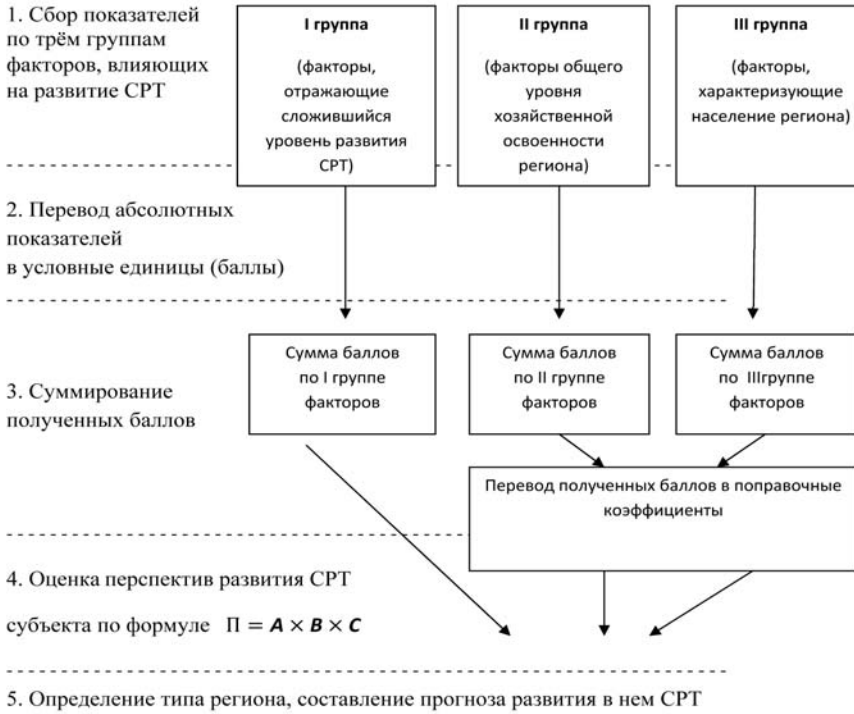


Рис. Схема ключевых этапов методики оценки перспектив развития СРТ в субъектах Российской Федерации (составлено автором)

использована руководством самих торговых компаний при разработке стратегических планов созданий новых торговых предприятий.

Актуальными сегодня для территориальной организации и развития СРТ на наш взгляд, являются ответы на следующие вопросы:

– Какие типы сетевых розничных торговых предприятий (по формату), являются наиболее востребованными в субъектах исследуемого региона?

– Какие принципы организационной деятельности будут способствовать расширению розничных торговых сетей? [2]

– Каковы наиболее рациональные и эффективные подходы к размещению предприятий СРТ, с точки зрения оптимизации социальной инфраструктуры исследуемого региона?

Научно обоснованные ответы на эти вопросы в значительной степени могут способствовать решению

Таблица 2

Итоговая балльная оценка территориальной организации и перспектив развития сетевой розничной торговли в Приволжском федеральном округе

Субъекты РФ	Уровень развития розничной торговли	Поправочный коэффициентпо оценке значимых особенностей населения	Поправочный коэффициент по уровню хозяйственного развития региона	Итоговое значение	Категория субъектов ПФО по перспективности развития СРТ
Республика Башкортостан	12	1	1	12	1
Республика Марий Эл	3	0,2	0,2	0,12	3
Республика Мордовия	3	0,2	0,2	0,12	3
Республика Татарстан	14	1	1	14	1
Удмуртская Республика	5	0,4	0,6	1,2	3
Чувашская Республика	3	0,4	0,4	0,48	3
Пермский край	10	0,6	1	6	2
Кировская область	4	0,4	0,4	0,64	3
Нижегородская область	13	0,8	1	10,4	1
Оренбургская область	4	0,4	0,6	0,96	3
Пензенская область	6	0,6	0,4	1,44	3
Самарская область	14	1	1	14	1
Саратовская область	5	0,6	0,6	1,8	3
Ульяновская область	6	0,4	0,4	0,96	3

(составлено автором)

двух основных задач розничной торговли в условиях регионального рынка:

1) максимальному удовлетворению спроса потребителей, проживающих на территории субъектов региона;

2) достижению оптимальной прибыльности розничных сетевых компаний.

Основываясь на результатах балльной оценки уровня развития СРТ, выполненной по предлагаемой методике в исследуемом регионе, можно классифицировать регионы по ряду интегральных признаков, то есть выведенных из нескольких показателей. Такими признаками, которые могут быть положены в основу типологии субъектов федерации, являются:

1) уровень развития СРТ;

2) уровень хозяйственной освоенности региона;

3) особенности населения, значимые для развития СРТ.

Литература

1. Балаш О.С. Моделирование пространственной распределенности торговых сетей. – Саратов: Саратовский гос. ун-т, 2010.
2. Гришина И.В. Анализ и прогнозирование инвестиционных процессов в регионах России. – М.: СОПС, 2005.
3. Дудакова И.А. Формирование розничных торговых сетей: эволюция, проблемы, противоречия и перспективы. – Шахты, 2005.
4. Игнатова, Т.В. Система показателей оценки деятельности торговых организаций Красноярского края / Т.В. Игнатова, Т.П. Сацук // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 14 (71).
5. Клейнер Г.Б. Инновационное развитие региона: потенциал, институты, механизмы : коллективная монография/[Г.Б. Клейнер и др.]; под общ.ред. Г.Б. Клейнера, С.С. Мишурова. – Иваново: Ивановский гос. ун-т. – М., 2011.
6. Панфилов В.С. Состояние и перспективы развития современной системы розничного рынка в России: макроэкономический и финансовый аспекты / В. Панфилов, М.П. Черноволов // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 4.

pn

Elizaveta Y. Scheglova
Postgraduate Studentof Economical Social and Political Geography Chair, Moscow State Pedagogical University

Assessment Method of Development of Retail Trade Networks in Russian Regions

Abstract

The article presents author's method of level and prospects scoring of retail trade system development in Russian regions; the method was applied in Volga Federal District. Within the researched territory retail trade network is developed within contrasting social and economic conditions. Application of proposed method enables to consider different indicators and to form most efficient promotion strategies for retail trade companies on the social and economic basis individual for each region.

Keywords: retail trade network, territorial organization of trade networks, economic and geographic analysis, factors of territorial organization of trade networks