

Типология регионов Приволжского федерального округа по особенностям территориальной организации сетевой розничной торговли и прогноз её развития

В данной статье представлена авторская типология регионов России, разработанная и апробированная на примере Приволжского федерального округа. На основании проведённого экономико-географического анализа обоснованы ответы на наиболее актуальные вопросы в сфере региональных программ развития сетевого ритейла в России. Каждый, из предлагаемых типов субъектов отдельно проанализирован с точки зрения уровня развития в нём основных факторов, детерминирующих экономические тенденции в данной сфере торговли.

Ключевые слова: сетевая розничная торговля, факторы размещения, экономико-географический анализ, форматы розничных торговых сетей, типология, структура сетевой торговли

Keywords: Network retail, accommodation factors, economic and geographic analysis, format retail chains, types, structure of the network of trade

Наиболее актуальными сегодня для территориальной организации и развития сетевой розничной торговли (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?
- 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 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 [3].

Основываясь на результатах балльной оценки уровня развития СРТ, выполненной по разработанной методике экономико-географического анализа СРТ в Приволжском федеральном округе (ПФО), была составлена эмпирическая типология регионов ПФО по ряду интегральных, то есть

выведенных из нескольких показателей признаков.

Таковыми признаками, которые могут быть положены в основу типологии субъектов РФ, являются:

- 1) уровень развития СРТ;
- 2) уровень хозяйственной освоенности региона;
- 3) особенности населения, значимые для развития СРТ.

В таблице 1 показано количество субъектов РФ ПФО, находящихся на различных уровнях по развитию рассмотренных трёх групп факторов.

Таблица 1

Группировка субъектов ПФО по условиям и уровню развития СРТ

Группы факторов	Уровень развития		
	Высокий	Средний	Низкий
	<i>(количество субъектов ПФО)</i>		
уровень развития СРТ	7	3	4
уровень хозяйственной освоенности субъекта	-	7	7
уровень развития значимых особенностей населения	4	9	1

(составлено автором)

Из приведённых данных следует, что по уровню развития СРТ половина субъектов РФ ПФО относится к категории с относительно высокими значениями, другая половина (7 субъектов) характеризуется средними и низкими значениями.

По уровню хозяйственной освоенности в округе отсутствуют регионы с высоким уровнем развития, между остальными уровнями (средним и низким) они распределены поровну.

По уровню развития значимых для СРТ особенностей населения 4 региона ПФО обладают относительно высокоразвитой «социальной базой» для СРТ, в девяти наблюдаются средние значения и один демонстрирует явную неготовность населения к распространению розничных торговых сетей.

Исходя из проведённой оценки, значения по трём группам факторов, распределённые по трём уровням формируют следующие 6 типов субъектов, реально существующие на территории ПФО:

1. Первый тип территорий – это субъекты РФ с относительно высоким уровнем развития СРТ, большим количеством предприятий различных форматов, значительной конкуренцией между предприятиями СРТ, большим по численности и платёжеспособным населением,

сформированной потребительской культурой и средними показателями общего уровня хозяйственной освоенности. К данному типу относятся республики Башкортостан, Татарстан, Нижегородская и Самарская области. Перечисленные субъекты нами были выделены, как субъекты первоочередного освоения РСТ.

2. Ко второму типу принадлежат субъекты со средними значениями показателей по всем трём группам факторов, в том числе со средней освоенностью торговыми сетями. К нему принадлежит Пермский край; надо дать им характеристику, как и первому типу

3. К третьему типу относятся субъекты РФ ПФО со средним уровнем развития СРТ, средними значениями показателей подготовленности населения и относительно низким общим уровнем хозяйственного развития, в том числе недостаточной плотностью транспортной сети и высокой степенью изношенности основных фондов, что создаёт риск для развития здесь розничных сетевых компаний. К этому типу относятся: Пензенская и Ульяновская области;

4) четвёртый тип - это регионы ПФО с низким уровнем развития СРТ, небольшим количеством торговых предприятий и низким разнообразием торговых форматов, но средними значениями по общему уровню хозяйственного развития и средними характеристиками населения представляют собой перспективную часть региона для освоения торговыми сетями. Так как здесь достаточно низкая конкуренция между местными предприятиями исследуемой отрасли и имеется достаточный потенциал для развития, особенно в областных центрах. К данному типу принадлежат Оренбургская и Ульяновская области;

5) к пятому типу относятся субъекты с низким уровнем развития СРТ, слабой хозяйственной освоенностью, но средними характеристиками потребляющего населения, что и может послужить основой для развития предприятий СРТ, также, преимущественно в центрах данных субъектов. В данном случае речь идёт о республиках Марий Эл, Удмуртия, Чувашия и Кировской области;

6) к шестому типу субъектов, в котором сложно выявить потенциал для развития СРТ, и где наблюдается очень низкий уровень развития исследуемой отрасли относится Республика Мордовия. Можно предположить, что ввиду довольно низких доходов жителей здесь есть экономическая ниша только для создания розничных торговых предприятий формата «Дискаунтер».

Таким образом, регионы первого типа можно охарактеризовать как относительно подготовленные (в данной группе преимущественно учитывается наличие материально – технической базы торговли);

Субъекты второго, третьего и четвёртого типа могут представлять интерес для развития розничных сетевых компаний, с учётом того, что это потребует: значительных капиталовложений в создание сооружений и складских помещений; оснащение современным оборудованием и развитие

кооперационных связей с предприятиями – производителями продукции, при сохранении значительных рисков, со стороны недостаточного платёжеспособного спроса у населения и низкой востребованностью у местных потребителей данных форм торговли.

Пятый и шестой тип субъектов это экономически малопривлекательная территория с высоким риском некупаемости вложений и значительными трудностями при создании предприятий.

Как уже отмечалось, наиболее предпочтительным в большинстве субъектов РФ ПФО является развитие форматов дискаунтер и магазин у дома, а крупные вложения в развитие СРТ могут покрыть только форматы гипер- и супермаркет возникает противоречие между форматами, отвечающими уровню покупательской способности населения и теми форматами, которые достаточно быстро позволяют окупить вложение в создание новых торговых объектов. [2] Такое несоответствие значительно задерживает развитие СРТ в ПФО.

Ключевыми проблемами для розничных торговых предприятий по-прежнему остаются:

- низкий потенциал потребителя;
- низкий уровень логистики;
- нехватка квалифицированного персонала, недостаток;
- неразвитость информационных сетей;
- дублирование и наложение функций в центральных и региональных офисах сетей;
- высокие операционные затраты.

В настоящее время разработка стратегий социально-экономического развития регионов, включающих, в том числе направления развития предпринимательского сектора, региональной инфраструктуры, торговой сферы является важнейшей задачей государственного уровня.

В 1995 г. в России был принят Федеральный Закон от 20 июля 1995 года №115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития РФ», [7] в соответствии с которым результаты прогнозирования социально-экономического развития используются при принятии органами законодательной и исполнительной власти Российской Федерации конкретных решений в области социально-экономической политики.

Такое прогнозирование необходимо для повышения эффективности существующей социально-экономической инфраструктуры изучаемого региона направленной на комплексное решение проблем, удовлетворения потребностей населения, возникших в связи с изменениями хозяйственной ситуации в стране, а также, являющихся проявлениями общемировых тенденций общественного развития [1].

Соответствующий прогноз развития СРТ даётся по шести выделенным типам субъектов РФ ПФО.

1) В субъектах **первого типа**, к которым были отнесены республики Башкортостан, Татарстан, Нижегородская и Самарская области, ввиду того, что они в результате относительно благоприятного сочетания факторов размещения торговли относятся к территориям первоочередного освоения СРТ, логично предположить наиболее интенсивное дальнейшее развитие данного сектора торговли. Именно с рынков этих субъектов РФ, как правило, большинство российских и зарубежных розничных торговых сетей начинало освоение территории ПФО. Они обладают достаточно хорошо развитой транспортной сетью, значительной величиной площади помещений, которые могут использоваться как складские. Часть населения обладает довольно высокими доходами, что позволяет развивать здесь такие форматы, как супермаркет и магазин премиум-класса. Крупная численность населения предполагает получение прибыли и для крупных магазинов формата гипермаркет. Также, за предыдущие два десятилетия, население данных территорий достаточно хорошо подготовлено, с точки зрения потребительской культуры. Иными словами, эти четыре региона ПФО можно отнести к территориям, с достаточно зрелым рынком СРТ.

Однако, именно на этой стадии возникают другие проблемы в развитии СРТ. Торговые компании, вновь приходящие сюда оказываются в условиях двойной конкуренции с уже развитыми здесь отечественными и зарубежными розничными сетями.

Следует отметить, что крупные международные и отечественные торговые сети обладают рядом преимуществ, то есть мощными финансовыми и материально-техническими ресурсами, которые позволяют внедрять современные системы работ поставщиками и покупателями, повышать степень централизации функций прогнозирования распространения торговых предприятий, упорядочивать работу с поставщиками, существенно повышать качество обслуживания, расширять ассортимент продаваемых товаров.

С другой стороны, их появление может привести к монополизации потребительского рынка, к диктату условий как производителям, так и потребителям, к сокращению числа независимых оптовых продавцов, одновременному закрытию или банкротству большого количества самостоятельных магазинов, небольших местных розничных сетей, предприятий местной промышленности, которое сопровождается массовым увольнением торговых работников, дополнительной социальной напряженностью, нарушением хозяйственных связей, ухудшением финансового положения, нередко снижением отчислений в местные бюджеты и на социальные программы.

Также, новые компании ожидают здесь высокая арендная плата за складские помещения и транспортное обслуживание и необходимость формирования собственной «ниши» на уже, в целом, освоенном потребительском рынке.

2) **Второй тип** представлен Пермским краем. На основе проведённого анализа его территория была отнесена к категории субъектов второй очередности освоения СРТ. Уже существующий в нём рынок СРТ нельзя считать зрелым.

Насыщенность потребительского рынка Пермского края предприятиями СРТ невысока. Значительная часть населения продолжает приобретать товары в традиционных торговых объектах, таких как открытые рынки или киоски. Поэтому, одна из основных проблем в развитии розничной торговли в данном субъекте заключается в конкуренции с открытыми рынками, которые практически не платят налоги или платят заниженные и, соответственно, имеют преимущество в цене.

Также, население распределяется по территории Пермского края неравномерно, что приводит к необходимости деконцентрации торговой сети, и в свою очередь требует больших затрат на транспортное обслуживание и логистику. Проблема обеспечения складскими помещениями может быть отчасти решена за счёт реконструкции и модернизации объектов торговли в соответствии с градостроительными требованиями и современными научно-техническими достижениями.

Таким образом, для учёта сложных социально-экономических условий необходимо формирование адресных программ развития торговых предприятий, адаптированных к условиям не только областного центра, но и более мелких населённых пунктов данной территории.

3) К **третьему типу** относятся Пензенская и Ульяновская области со средней степенью насыщенности потребительского рынка предприятиями СРТ. Средними для ПФО доходами жителей и относительно низким общим уровнем сформированности хозяйственной среды.

При том, что уровень внутренней конкуренции здесь невысок, развитие и размещение здесь сетевых розничных компаний будет сопряжено со значительными сложностями, связанных, в частности, с недостаточной плотностью транспортной сети, высокой степенью изношенности основных фондов, что потребует дополнительных капитальных вложений и вызовет необходимость реконструкции и модернизации существующих торговых объектов. Ввиду сложных социально-экономических условий здесь также высока вероятность формирования торговых монополий. В регионе наблюдается нехватка складских помещений, транспортных средств и квалифицированного персонала.

Поэтому, в данных областях потребуется:

- совершенствование нормативно-правовой базы, разработка и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность на потребительском рынке;
- создание эффективной системы управления (координации) торговлей для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги;
- приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового

обслуживания для малообеспеченных категорий граждан, в т.ч. и магазин дискаунтеров;

- обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения;
- формирование адресных программ развития торговых предприятий.

4) К **четвёртому типу** принадлежат Оренбургская и Ульяновская области. Это регионы с низким уровнем развития СРТ, которые, как уже отмечалось, представляют собой перспективную часть ПФО для освоения торговыми сетями, ввиду средних, характеристик общего уровня хозяйственного развития и населения.

Вследствие небольшого количества розничных торговых предприятий, здесь достаточно низкая конкуренция между местными предприятиями исследуемой отрасли. И хотя за последние два года объем товарооборота через супермаркеты, гипермаркеты и универсамы в данных субъектах увеличился почти 2 раза, тем не менее, процесс замещения на розничном рынке таких форматов, как многопрофильные, специализированные и узкоспециализированные магазины с малой торговой площадью и оптовые рынки, будет проходить еще в течение долгого времени, так как обеспеченность торговыми площадями на 1000 жителей в РФ в целом, относительно невысокая [4].

Поэтому, в Оренбургской и Ульяновской областях необходимо реформирование структуры розничной торговли с целью улучшения ее качественного состава за счет повышения доли современных форматов магазинов (супер и гипермаркетов, дискаунтеров, торговых центров, магазинов-складов «Кэш энд Кэрри», мини-магазинов «Корнер шоп»), а также повышение степени концентрации торговли на основе ускоренного развития розничных сетей.

5) К **пятому типу** были отнесены 4 субъекта ПФО: республики Марий-Эл, Удмуртия, Чувашия и Кировская область, которые являются одними из наиболее проблемных для развития в них СРТ частей ПФО.

Их отличают низкий уровень развития СРТ, маленькое количество предприятий розничной торговли, небольшое разнообразие и недостаточная сбалансированность структуры форматов, ввиду несоответствия социальной и хозяйственной среде.

Следует отметить, что главными барьерами для развития СРТ в рассматриваемых субъектах РФ является небольшая численность населения, которую усугубляет также миграционный отток в более благополучные субъекты РФ. А поскольку уезжает отсюда население, как правило, в трудоспособном возрасте то возрастная структура, постепенно становится менее благоприятной для развития торговли. Эти субъекты ПФО слабо обеспечены квалифицированными кадрами. Однако недостаточную развитость транспортной сети, отчасти компенсирует

«концентрированность» рынков сбыта продукции в административных центрах.

Поскольку система торговли является одним из важнейших элементов социальной инфраструктуры, дальнейшее развитие здесь СРТ предполагает:

- совершенствование нормативно-правовой базы, разработку и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность на потребительском рынке;
- создание эффективной системы управления (координации) торговлей для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги;
- приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных категорий граждан, в том числе и магазинов формата дискаунтер и минимаркет;
- обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения.

б) К последнему, **шестому типу** относится Республика Мордовия, которая, согласно проведённому анализу, является самым сложным в ПФО для развития розничной торговли регионом. Здесь потенциал для развития СРТ весьма ограничен, поскольку здесь выявлен очень низкий уровень развития СРТ, относительно небольшая численность населения, низкие доходы жителей, миграционный отток и республики, недостаточное количество и высокая степень изношенности производственных фондов. Наряду с субъектами пятого типа, Мордовия относится к территориям с наиболее высокими инвестиционными рисками в розничную торговлю и достаточно низкой, прогнозируемой прибылью компаний. Как уже отмечалось, здесь имеется экономическая ниша для развития торговых предприятий формата дискаунтер.

Список использованных источников

1. Артоболевский С.С. Региональное развитие и региональная политика России в переходный период. Под общ.ред. С. С. Артоболевского, О. Б. Глезер. М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2011
2. Балаш О.С. Моделирование пространственной распределённости торговых сетей. – Саратов: Саратовский гос. Ун-т, 2010
3. Горностаев Д.В. Организационная структура розничной торговли как способ повышения ее эффективности // Финансы, налоги, кредит: Сборник научных трудов под ред. профессора В.В. Степаненко. - Саратов: СГСЭУ, 2006. Вып. 2
4. Иванов В. Н., Суворов А.В., Сухорукова Г.М. Подходы к оценке воздействия сдвигов в уровне и структуре доходов населения на макроэкономические показатели // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. М.: МАКС Пресс, 2005 – С.86
5. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015

годы и на период до 2020 года, утверждена приказом Минпромторга России от 31 марта 2011г. № 422.

6. Стратегия социально-экономического развития Приволжского федерального округа на период до 2020 года, утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2011 г. № 165-р
7. Федеральный закон от 20 июля 1995 г. N 115-ФЗ "О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации"