

ОЦІНКА РОЗДРІБНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДИСТРИБУТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ У МЕЖАХ ЗБУТОВИХ РАЙОНІВ

Башук Т.О., Макаренко Ж.І.

В умовах сучасного бізнесу підприємці та менеджери торговельних компаній повинні здійснювати аналіз ефективності розміщення ТРТ, враховуючи велику кількість факторів, які впливають на кінцевого споживача та відповідно на прибуток певних ТРТ. Доцільність розміщення ТРТ залежить, перш за все, від її потенціалу, який розраховується у вигляді індексу за прибутком кожної ТРТ, за націнкою, середнім замовленням продукції та типом ТРТ. Приклад аналізу клієнтських ресурсів району наведено у табл. 1.

Таблиця 1 - Аналіз роздрібних точок за типом

Міста	Торгівельно - роздрібні точки				
	Кіоски, павільйони, базари	Магазини з продажем через прилавок	М-ни самообслуговування	Оптовики, офіси мережі ТРТ	Кабаре, сезонні ТРТ
Місто 1	-	-	-	-	-
...
Місто N	-	-	-	-	-

Далі необхідно визначити географічну привабливість кожного регіону: наявність у місті залізничних станцій та головних автодоріг, парковок, кількість доріг з одностороннім рухом, наявність мостів, річок та гірської місцевості. Усі ці фактори, їх наявність та місцезнаходження у певному населеному пункті впливає на умови формування прихильності споживачів до відповідних ТРТ.

Таблиця 2 - Приклад аналізу географічних ознак району

Міста	Географічні об'єкти					
	Автомобільні дороги	Залізничні станції	Парковки	Мости	Річки	Гірська місцевість
Місто 1	-	-	-	-	-	-
...
Місто N	-	-	-	-	-	-

В залежності від поєднання та місця знаходження географічних факторів залежить найбільш оптимальне обрання розміру, форми ТРТ, формування асортименту ТРТ та цінової стратегії. Табл. 2 характеризує географічні характеристики районів.

Важливим фактором, що впливає на тип, розмір та асортимент ТРТ є демографічна ситуація регіону. Чим більше кількість, щільність та середній дохід населення міста, тим більше доцільність розміщення ТРТ. Демографічна ситуація впливає безпосередньо на тип ТРТ, асортимент товару, обсяги продажів, об'єм ринку, цінову стратегію, на забезпеченість ТРТ "робочою силою", рекламну стратегію ТРТ. В табл. 3 наведено приклад аналізу демографічної ситуації району.

Таблиця 3 - Приклад аналізу демографічної ситуації району

Міста	Демографічні показники			
	Кількість населення	Щільність населення	Середній дохід населення	Вікова структура населення
Місто I	-	-	-	-
...
Місто N	-	-	-	-

Таблиця 4 - Урахування характеристик роздрібного району

Категорія ТРТ	СС	Супермаркет	Магазин самообслуговування	Гастроном	Продуктовий магазин	Павільйон	Кіоск	Магазин АЗС	HoReCa
Споживчий фактор	0.5	0.5	0.45	0.45	0.4	0.3	0.1	0.3	0.2
Конкурентний фактор	0.3	0.25	0.25	0.2	0.2	0.2	0.3	0.4	0.5
Географічний фактор	0.2	0.25	0.3	0.35	0.4	0.5	0.6	0.3	0.3

Для аналізу ефективності розміщення ТРТ доцільно об'єднати усі основні показники у структуру, що наглядно демонструє переваги та недоліки розташування певної ТРТ у певному регіоні. (див. табл. 4).

Автором було наведено алгоритм аналізу оцінки розміщення ТРТ з урахуванням географічних, демографічних та конкурентних характеристик регіону. Наведений алгоритм стане основою: 1) дослідженню умов формування прихильності споживачів до ТРТ враховуючи клієнтські характеристики регіону; 2) вивченню системи методів та алгоритмів формування роздрібного потенціалу.