

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

DOI: 10.15838/sa.2020.1.23.4

УДК 332.13 | ББК 65.9 (2Рос - 4Вол)

© **Ворошилов Н.В.**

ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕГИОНЕ (ИНФОРМАЦИОННО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ ОБЗОР)¹



НИКОЛАЙ ВЛАДИМИРОВИЧ ВОРОШИЛОВ

Вологодский научный центр Российской академии наук
Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а

E-mail: niks789@yandex.ru

ORCID: [0000-0002-5565-1906](https://orcid.org/0000-0002-5565-1906); ResearcherID: [I-8233-2016](https://orcid.org/I-8233-2016)

Целью статьи является оценка основных тенденций и проблем функционирования розничной торговли на региональном уровне и влияния этого вида экономической деятельности на развитие конкретного субъекта РФ. Исследование основывалось не только на данных статистики и информации о деятельности торговых сетей, но и на результатах анкетных опросов глав муниципальных образований и жителей города Вологды, проведенных в 2019 году, что позволило выявить качественные оценки данными субъектами ситуации в сфере торговли. Для достижения поставленной цели использованы такие научные методы, как экономический, статистический и компаративный анализ, методы обобщения и социологических исследований, монографический метод. В статье представлены данные о выручке, числе магазинов и количестве работников основных федеральных торговых сетей в России (X5 Retail Group, Магнит, Дикси, Лента, Ашан, Metro, О'Кей, Монетка, Глобус), краткая информация об основных региональных торговых сетях Вологодской области (Макси, Облпотребсоюз, Пищеторг, Вологодская корзинка, Золотой ключик, Северный градус). Показано, что основными тенденциями функционирования розничной торговли в России в последние годы являются активное развитие торговых сетей, быстрое расширение географии присутствия федеральных сетей, заметное сокращение доли продаж на розничных рынках на фоне быстрого роста числа гипермаркетов, супермаркетов и торгово-развлекательных центров. Среди опрошенных глав муниципальных районов примерно одинаковы доли тех,

¹ Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием для ФГБУН ВолНЦ РАН по теме НИР № 0168-2019-0004 «Совершенствование механизмов развития и эффективного использования потенциала социально-экономических систем».

кто позитивно и негативно оценивает влияние торговых сетей на развитие муниципалитетов. На основе проведенного опроса жителей города Вологды показано, что они чаще всего посещают магазины «Макси», «Магнит» и «Пятерочка» (как правило, 2–3 раза в неделю). Результаты работы могут быть использованы в деятельности региональных и местных органов власти, а также служить базой для дальнейших научных исследований по данной тематике.

Розничная торговля, федеральные и региональные торговые сети, субъект Российской Федерации, муниципальные образования, Российская Федерация, Вологодская область, анкетный опрос.

Обеспеченность жителей доступными и качественными товарами и услугами выступает одной из ключевых составляющих качества жизни населения в современных условиях. Поэтому сфера торговли является важнейшей отраслью экономики любой страны и в то же время одним из видов предпринимательской деятельности, направленной на систематическое извлечение прибыли от продажи товаров. Сфера торговли представлена двумя видами: оптовая торговля, назначение которой – создание эффективной товаропроводящей инфраструктуры, и розничная торговля, направленная на максимально полное удовлетворение потребностей населения в товарах высокого качества, обеспечение физической и ценовой доступности товаров и сопутствующих услуг. Основными функциями торговли являются: воспроизводственная (формирование ВВП/ВРП и обеспечение занятости населения), социальная (обеспечение потребителей широким ассортиментом качественной продукции по приемлемым ценам) и предпринимательская (обеспечение деятельности малого и среднего бизнеса). Непосредственно на удовлетворение ключевых потребностей жителей направлена розничная торговля, которая и будет более подробно рассмотрена в данной статье.

Следует отметить, что для России, самого большого по площади государства мира, характерны значительные межтерриториальные и межотраслевые различия в доходах населения, обеспеченности объектами социальной, транспортной, инженерной, коммунальной и иной инфраструктуры. В связи с этим важной научной задачей является оценка основных тенденций и проблем функционирования розничной торговли на

региональном уровне и влияния этого вида экономической деятельности на развитие конкретного субъекта РФ. Эти вопросы стали целью исследования, результаты которого представлены в данной статье.

В настоящее время многими зарубежными (см., например, [1–4]) и российскими (см., например, [5–20]) учеными рассматриваются различные аспекты развития сферы торговли как в части общих тенденций, проблем и стратегических перспектив ее развития в условиях глобализации, интернационализации, цифровизации экономики и общества, так и в части более детального анализа влияния торговой деятельности на регионы и локальные территории, развития сетевых форм торговли, конкурентных стратегий игроков данной сферы, изменений в потребительском поведении населения, в системе управления торговыми компаниями и сетями. Вместе с тем в научных и аналитических работах не всегда уделяется достаточное внимание комплексному и системному взгляду на тенденции и проблемы в указанном виде экономической деятельности, включая необходимость понимания, как органы власти и жители тех или иных муниципалитетов оценивают качество предоставления организациями торговли услуг. В связи с этим в статье помимо анализа статистических данных представлены отдельные результаты двух социологических исследований, проведенных ФГБУН ВолНЦ РАН в Вологодской области.

Переход от теоретической к практической части исследования начнем с обозначения официальной терминологии. Так, в соответствии с ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» *розничная торговля* – это вид торговой деятельности, связан-

ный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. *Торговый объект* – здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров. По типу торгового объекта, используемого для осуществления торговой деятельности, различают стационарные и нестационарные торговые объекты. *Торговая сеть* – совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Торговля занимает важное место в экономике страны и ее регионов. Так, доля сферы торговли в валовом внутреннем продукте страны в 2018 году составила 13,9%, в структуре валового регионального продук-

та в среднем по всем субъектам РФ в 2017 году – 16,7% (в Вологодской области – 12,8%; *табл. 1*). На нее приходилось 4,1% всех инвестиций в экономику страны (в Вологодской области – 1,5%). В 2018 году среднегодовая численность занятых по данному виду экономической деятельности составила 19,1% от общего числа занятых в экономике России (в Вологодской области – 17,8%).

В *табл. 2* представлены значения основных показателей, характеризующих развитие розничной торговли в России и Вологодской области в 2000–2018 гг. Эта сфера является одним из самых динамично развивающихся видов экономической деятельности. Так, рост среднедушевых объемов розничного товарооборота (в сопоставимых ценах) за 2000–2018 гг. в среднем по стране составил 2,78 раза (в Вологодской области – 3,28 раза). Вместе с тем следует отметить, что Вологодская область все годы значительно отстает по данному показателю от большинства субъектов РФ, занимая в 2018 году 56 место. Во многом это обусловлено более низкой покупательной способностью жителей (среднедушевые доходы населения области в 2018 году составили 81% от

Таблица 1. Роль торговли в экономике России и Вологодской области и динамика доходов населения в 2000–2018 гг.

Показатель		2000	2005	2009	2010	2017	2018	2018 год	2018 год
		год	год	год	год	год	год	к 2000 году	к 2010 году
Доля торговли* в общем объеме ВРП, %	РФ	-	21,8	18,6	19,4	16,7	-	-	-2,7 п. п.
	ВО	-	6,6	9,0	8,5	12,8	-	-	4,3 п. п.
Доля занятых в торговле в общей численности занятых, %	РФ					19,0	19,1		
	ВО	-	-	-	-	17,8	17,8	-	-
Доля численности работников организаций торговли в общей численности работников организаций, %	ВО	-	8,0	7,3	7,9	10,8	10,7	-	2,8 п. п.
	РФ	2,7	3,6	3,3	3,7	4,0	4,1	1,4 п. п.	0,4 п. п.
Доля торговли в общем объеме инвестиций в основной капитал, %	ВО	1,6	0,8	1,3	1,3	1,4	1,5	-0,1 п. п.	0,2 п. п.
	РФ	2281	8088	16895	18958	31897	33178	14,5 раза	1,8 раза
Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	ВО	2023	6345	12239	14115	25920	26982	13,3 раза	1,9 раза
	РФ	100	173,6	237,0	249,8	255,5	258,3	-	-
Реальные денежные доходы населения, % к 2000 году	ВО	100	157,3	191,9	207,7	239,8	241,2	-	-

Примечание: РФ – итого (в среднем) по Российской Федерации; ВО – по Вологодской области.

* Вид экономической деятельности «Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов». Источник: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. URL: <https://www.gks.ru>

среднероссийского уровня, темпы их роста за 2000–2018 гг. также оказались меньше), достаточной низкой инвестиционной привлекательностью (в 2018 году на сферу розничной торговли приходилось всего 1,5% общеобластного объема инвестиций), недостаточно развитой сетью торговых объектов в сельской местности.

В общем объеме торговли доля розничной торговли сократилась с 36% в 2000 году до 28% в 2018 году. В структуре торговли в среднем по России преобладают непродовольственные (52,3%), а по Вологодской области – продовольственные товары (56,8%). За 2000–2018 гг. заметно сократилась доля

продажи товаров на розничных рынках (с 26 до 6% – по РФ, с 24 до 1% – в Вологодской области), что связано с активным развитием розничных торговых сетей и расширением предлагаемого ассортимента.

Доля оборота розничной торговли по торговым сетям достигла и в стране, и в области в 2018 году трети от общего объема товарооборота (см. табл. 2). За 2000–2018 гг. более заметная динамика наблюдалась у физических объемов непродовольственных товаров (3,4 раза против 2,2 раза по продовольственным товарам). Доля товарных ресурсов розничной торговли за счет собственного производства увеличилась в среднем по стране

Таблица 2. Основные показатели развития сферы розничной торговли в России и Вологодской области в 2000–2018 гг.

Показатель		2000 год	2005 год	2009 год	2010 год	2017 год	2018 год	2018 год к 2000 году	2018 год к 2010 году
Оборот розничной торговли, млрд руб. (РФ – трлн руб.)	РФ	2,4	7,0	14,6	16,5	29,7	31,6	13,4 раза	1,9 раза
	ВО	13,8	35,5	69,6	85,5	172,0	186,5	13,5 раза	2,2 раза
Доля розничной торговли в общем объеме торговли, %	РФ	35,6	31,1	34,1	33,9	29,9	28,3	-7,3 п. п.	-5,7 п. п.
	ВО	33,5	31,9	46,7	45,5	35,7	36,2	2,7 п. п.	-9,3 п. п.
Оборот розничной торговли в расчете на 1 жителя в сопоставимых ценах 2018 года, тыс. руб.	РФ	77,4	133,3	191,6	204,0	209,2	215,1	2,78 раза	1,05 раза
	ВО	48,5	75,9	104,7	122,4	149,3	159,1	3,28 раза	1,30 раза
Доля продовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли, %	РФ	46,5	45,7	48,6	48,5	48,4	47,7	1,2 п. п.	-0,8 п. п.
	ВО	63,6	56,6	56,3	57,0	57,6	56,8	-6,8 п. п.	-0,2 п. п.
Доля продажи товаров на розничных рынках в общем объеме товарооборота, %	РФ	26,2	21,2	13,3	12,4	6,3	5,6	-20,6 п. п.	-6,8 п. п.
	ВО	23,6	14,3	9,2	5,2	1,0	1,0	-22,6 п. п.	-4,2 п. п.
Доля оборота розничной торговли по торговым сетям, % от общего объема товарооборота	РФ	–	–	15,1	17,5	30,7	32,6	–	15,1 п. п.
	ВО	–	–	4,4	12,0	34,0	34,3	–	22,3 п. п.
Доля собственного производства в структуре товарных ресурсов розничной торговли, %	РФ	60,0	55,0	59,0	56,0	65,0	64,0	4,0 п. п.	8,0 п. п.
Индекс физического объема розничной продажи продовольственных товаров, % к 2000 году	РФ	100	157,1	215,1	226,1	216,7	221,3	–	–
Индекс физического объема розничной продажи непродовольственных товаров, % к 2000 году	РФ	100	179,8	264,7	285,9	327,5	339,0	–	–
Уровень рентабельности (убыточности)* проданных товаров, продукции, работ, услуг по виду экономической деятельности «Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами»	РФ	–	5,2	3,6	3,3	2,0	2,6	–	-0,7 п. п.
	ВО	–	4,6	1,0	1,8	-1,0	-2,1	–	-3,9 п. п.

Примечание: РФ – итого (в среднем) по Российской Федерации; ВО – по Вологодской области.

* Уровень рентабельности по всем обследуемым видам экономической деятельности в целом по РФ в 2018 году составил 12,3%, по оптовой и розничной торговле – 7,3%; по Вологодской области – 21,0 и 5,0% соответственно.

Источник: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. URL: <https://www.gks.ru>

с 56 до 64%, что связано в том числе с ориентацией в последние годы государственной политики на импортозамещение ключевых товаров и услуг.

Динамика оборота розничной торговли напрямую и сильно зависит от динамики среднедушевых денежных доходов населения (коэффициент корреляции между данными показателями за 2000–2018 гг. в целом по РФ составил 0,999; по Вологодской области – 0,993). Прямая зависимость наблюдается также между индексом реальных денежных доходов населения и индексом физического объема розничного товарооборота (коэффициент корреляции за 2000–2018 гг. в целом по РФ – 0,818; по Вологодской области – 0,768).

Относительно рентабельности предприятий исследуемой отрасли можно отметить, что в последние годы наблюдается тенденция к снижению значений показателя как в целом по РФ, так и в Вологодской области (см. табл. 2). Это может быть обусловлено уменьшением потребительского спроса на отдельные группы товаров (в связи со снижением реальных доходов населения в течение четырех последних лет), внутренними экономико-технологическими процессами в данной сфере и влиянием отдельных изменений в российском законодательстве на ее функционирование.

Торговля вносит заметный вклад в формирование налоговых доходов бюджетной системы Российской Федерации (почти 10% общего объема поступлений налогов, сборов и взносов консолидированного бюджета РФ, в том числе 18,5% поступлений по налогу на прибыль, 13,5% – по НДС, 12,2% – по НДФЛ; табл. 3). В Вологодской области значение показателя еще больше (18,5% общего объема поступлений налогов, сборов и взносов с территории Вологодской области, в том числе 7,6% поступлений по налогу на прибыль, 99,4% – по НДС, 11,5% – по НДФЛ).

Вместе с тем доля поступления непосредственно от организаций розничной торговли заметно ниже (2,7% – по РФ и 2,9% – по Вологодской области). Это обусловлено тем,

что в структуре торговли преобладает розничная торговля, а наибольшие поступления по НДС и налогу на имущество организаций как раз и идут от организаций оптовой торговли, в собственности которых находится значительный имущественный комплекс.

Незначительна доля данной сферы и в поступлении региональных и местных налогов (налог на имущество организаций, транспортный налог, земельный налог и налог на имущество физических лиц). Однако большая часть поступлений от ряда федеральных налогов (НДФЛ и налог на прибыль) также идет в региональные и местные бюджеты.

Лидером по объему розничного товарооборота в расчете на душу населения среди субъектов Северо-Западного федерального округа является г. Санкт-Петербург (263 тыс. чел. в 2018 году; табл. 4), а последнее место занимает Вологодская область (159,1 тыс. руб.). Наибольшая динамика данного показателя (в сопоставимых ценах) за 2000–2018 гг. отмечалась в Архангельской, Ленинградской и Псковской областях (рост более чем в 3,7 раза).

В табл. 5 перечислены основные виды предприятий торговли в России в соответствии с действующими ГОСТами.

Наибольшую долю в структуре магазинов занимают минимаркеты (34,2% в целом по РФ и 39,6% – по Вологодской области; табл. 6) и специализированные непродовольственные магазины (26,8 и 29,0% соответственно). Доля минимаркетов, расположенных в сельских территориях, в целом по России составляет 43,4% (по Вологодской области – 45,5%) от их общего числа. За 2012–2018 гг. наибольшую динамику показал рост числа гипермаркетов и супермаркетов (в 2,2 раза по России и в 1,6 раза – по Вологодской области, что объясняется активным развитием федеральных торговых сетей в этот период), специализированных продовольственных магазинов (рост в 1,7–1,8 раза). Заметно снизилось число универмагов, а также палаток и киосков.

В табл. 7 представлены основные характеристики крупнейших федеральных тор-

Таблица 3. Роль торговли в поступлении налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему Российской Федерации

Показатель		2006 год	2010 год	2015 год	2018 год	2018 год к 2006 году	2018 год к 2010 году
Поступило платежей по ВЭД «Торговля»* в консолидированный бюджет РФ (всего), млрд руб.	РФ	753,21	787,20	1518,71	2087,15	277,10%	265,14%
Доля ВЭД «Торговля» в налоговых поступлениях (всего), %	РФ	13,84	10,24	11,08	9,87	-3,97 п. п.	-0,37 п. п.
Поступило платежей по ВЭД «Розничная торговля»** в консолидированный бюджет РФ (всего), млрд руб.	РФ	-	234,90	407,86	563,93	-	240,07%
Доля ВЭД «Розничная торговля» в налоговых поступлениях (всего), %	РФ	-	3,06	2,98	2,67	-	-0,39 п. п.
Поступило платежей по ВЭД «Торговля» в консолидированный бюджет РФ (всего), млрд руб.	ВО	2,35	3,91	10,34	15,87	674,62%	405,82%
Доля ВЭД «Торговля»* в налоговых поступлениях (всего), %	ВО	6,77	10,72	18,51	18,50	11,73 п. п.	7,78 п. п.
Поступило платежей по ВЭД «Розничная торговля»** в консолидированный бюджет РФ (всего), млрд руб.	ВО	-	1,24	2,15	2,48	-	199,24%
Доля ВЭД «Розничная торговля» в налоговых поступлениях (всего), %	ВО	-	3,41	3,84	2,89	-	-0,52 п. п.
Поступило платежей по ВЭД «Розничная торговля» в консолидированный бюджет РФ (региональные и местные налоги), млрд руб.	ВО	-	0,10	0,19	0,11	-	113,92%
Доля ВЭД «Розничная торговля» в налоговых поступлениях (региональные и местные налоги), %	ВО	-	1,98	1,65	0,79	-	-1,19 п. п.
Примечание: РФ – итого (в среднем) по Российской Федерации; ВО – по налоговым поступлениям по организациям на территории Вологодской области. * ВЭД «Торговля» – вид экономической деятельности «Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов». ** ВЭД «Розничная торговля» – вид экономической деятельности «Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами». Составлено по: Отчет о поступлении налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности (Форма №1-НОМ) / Официальный сайт Федеральной налоговой службы. URL: https://www.nalog.ru/rn35/related_activities/statistics_and_analytics/forms							

Таблица 4. Динамика оборота розничной торговли в расчете на 1 жителя по субъектам Северо-Западного федерального округа (в сопоставимых ценах 2018 года), тыс. руб.

Территория	2000 год	2005 год	2009 год	2010 год	2017 год	2018 год	2018 год к 2000 году, %	2018 год к 2010 году, %
Российская Федерация	77,4	133,3	191,6	204,0	209,2	215,1	277,9	105,5
Северо-Западный федеральный округ	71,7	132,8	186,4	197,9	215,5	222,9	310,9	112,7
Республика Карелия	61,1	109,0	148,3	158,1	185,5	196,4	321,6	124,2
Республика Коми	85,5	190,4	203,1	212,8	182,4	185,0	216,4	86,9
Ненецкий автономный округ	70,6	118,2	186,0	192,8	216,5	220,9	312,8	114,6
Архангельская область (без Ненецкого АО)	56,5	113,0	160,3	171,1	219,6	229,9	406,6	134,4
Вологодская область	48,5	75,9	104,7	122,4	149,3	159,1	328,0	129,9
Калининградская область	64,4	104,6	164,1	165,2	162,4	170,5	264,6	103,2
Ленинградская область	49,5	102,9	157,2	174,8	210,6	221,5	447,7	126,7
Мурманская область	117,6	155,1	220,5	228,7	223,9	226,0	192,1	98,8
Новгородская область	54,2	82,6	147,4	154,9	189,0	191,1	352,4	123,4
Псковская область	47,5	106,1	147,5	153,9	171,1	177,1	373,1	115,1
г. Санкт-Петербург	88,8	169,8	237,1	248,7	256,9	263,1	296,3	105,8
Источник: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. URL: https://www.gks.ru								

Таблица 5. Классификация предприятий торговли в России

Классификация предприятий по специализации торговой деятельности	Классификация по типам предприятий торговли
Универсальные	гипермаркет (площадь торгового объекта не менее 4000 кв. м* / не менее 5000 кв. м**); универмаг (не менее 3500 кв. м* – в городах, не менее 650 кв. м* – в сельской местности); магазин-склад (не менее 650 кв. м*); центр оптовой и мелкооптовой торговли (не менее 5000 кв. м*); универсальный общетоварный (продовольственный или непродовольственный) склад (не нормируется*); универсам (не менее 200 кв. м*); супермаркет (не менее 600 кв. м* / не менее 400 кв. м**); гастроном (не менее 400 кв. м*)
Специализированные	магазин «Рыба», «Мясо», «Колбасы», «Минеральные воды», «Хлеб», «Овощи-фрукты» и т. п. (не менее 18 кв. м*); магазин «Электротовары», «Одежда», «Обувь», «Ткани», «Хозяйственные товары», «Мебель», «Книги», «Зоотовары», «Семена», «Природа», «Охотник», «Цветы», «Мир садовода», «Спорт и туризм» и т. п. (не менее 18 кв. м*); специализированный общетоварный (продовольственный или непродовольственный) склад (не нормируется*)
Неспециализированные (с комбинированным ассортиментом)	торговый дом (не менее 1000 кв. м*); товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для будущих мам, для полных, для новобрачных, для молодежи и т. п. (не менее 650 кв. м*)
Неспециализированные (со смешанным ассортиментом)	магазин «Товары повседневного спроса» (не менее 60 кв. м*); минимаркет (не менее 40 кв. м*, не более 50 кв. м*)
Неспециализированное продовольственное предприятие торговли	магазин (павильон) «Продукты» (не менее 18 кв. м*)
Неспециализированное непродовольственное предприятие торговли	магазин «Промтовары» (не менее 18 кв. м*); комиссионный магазин (не менее 18 кв. м*); магазин «Сэконд Хенд» (не менее 18 кв. м*); стоковый магазин (не нормируется* / не менее 18 кв. м**); магазин-салон (не менее 18 кв. м*)
Неспециализированное предприятие торговли	магазин «Кэш энд Кэрри», «Дисконт» (не нормируется*), «Дискаунтер» (не менее 250 кв. м**); магазин «Бутик» (не менее 18 кв. м*)
Нестационарный торговый объект	автомагазин (торговый автофургон, автолавка); автоцистерна; торговый автомат (вендинговый автомат); торговый павильон; киоск; торговая палатка; бахчевой развал; елочный базар; торговая тележка; торговая галерея
Прочие объекты: магазин-приемозаготовительный пункт (не менее 18 кв. м); торговый центр; торговый комплекс; аутлет-центр (не менее 5000 кв. м); молл (не менее 10000 кв. м); интернет-магазин; автозаправочная станция.	
* Критерий, обозначенный в ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли».	
** Критерий, обозначенный в ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».	

говых сетей. Исходя из них, можно сделать вывод о росте выручки и числа магазинов по всем сетям, расширении географии их присутствия.

Также следует отметить, что по итогам 2018 года наибольшую долю в структуре

оборота товаров повседневного потребительского спроса (FMCG-ритейл) занимали магазины формата «у дома» (39%), на долю гипермаркетов приходилось 25%, супермаркетов – 20%, дискаунтеров – 11%, другие форматы – 5%².

² В 2020 году продолжится рост доли дискаунтеров и магазинов шаговой доступности / Сайт исследовательского агентства M.A. Research. URL: <https://ma-research.ru/stati/item/253-v-2020-g-prodolzhitsya-rost-doli-diskaunтеров-i-magazinov-shagovoj-dostupnosti.html>

Таблица 6. Динамика отдельных объектов розничной торговли по России и Вологодской области в 2011–2018 гг., тыс. ед.

Вид объекта розничной торговли	2011 год	2012 год	2016 год	2017 год	2018 год	2018 год к 2012 году, %	2018 год в расчете на 1000 жителей, ед.	Доля СТ*, %
Российская Федерация								
Магазины (всего)	663,38	696,77	771,10	776,36	788,12	113,1	5,4	23,7
Гипермаркеты и супермаркеты	12,01	11,37	20,03	22,62	25,25	222,1	0,2	9,8
Минимаркеты	-	274,34	275,74	272,71	269,55	98,3	1,8	43,4
Павильоны	100,46	122,34	109,40	108,82	108,35	88,6	0,7	16,2
Универмаги	-	7,53	1,48	1,56	1,73	22,9	0,0	12,4
Палатки и киоски	117,86	113,46	96,39	90,48	86,84	76,5	0,6	11,2
Специализированные продовольственные магазины	40,47	41,84	59,71	64,15	69,31	165,7	0,5	12,0
Специализированные непродовольственные магазины	136,52	149,23	198,44	202,12	211,44	141,7	1,4	9,4
Аптеки и аптечные магазины	28,19	29,93	36,58	37,94	39,88	133,3	0,3	15,5
Аптечные киоски и пункты	21,78	23,21	22,74	23,36	24,38	105,1	0,2	24,8
Вологодская область								
Магазины (всего)	7,69	8,25	8,21	8,07	7,95	96,4	6,8	28,8
Гипермаркеты и супермаркеты	0,17	0,17	0,23	0,25	0,26	156,5	0,2	5,7
Минимаркеты	-	3,64	3,50	3,27	3,15	86,4	2,7	45,5
Павильоны	0,71	0,91	0,82	0,82	0,85	93,1	0,7	20,3
Универмаги	-	0,01	0,00	0,00	0,00	50,0	0,0	0,0
Палатки и киоски	0,46	0,43	0,43	0,38	0,39	90,2	0,3	6,5
Специализированные продовольственные магазины	0,23	0,22	0,30	0,36	0,39	178,9	0,3	13,3
Специализированные непродовольственные магазины	1,31	1,68	2,08	2,25	2,31	137,6	2,0	8,8
Аптеки и аптечные магазины	0,25	0,27	0,31	0,31	0,32	118,6	0,3	14,4
Аптечные киоски и пункты	0,40	0,43	0,47	0,47	0,48	112,1	0,4	38,8
* Доля объектов торговли в сельских территориях в общем количестве объектов розничной торговли в 2018 году, %. Источник: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. URL: https://www.gks.ru								

В бюллетенях Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова⁵ обозначены основные тенденции, тренды розничной торговли, характерные для 2017–2019 гг.:

– трансформация торговой сферы, усиление процессов ее интеграции и консолидации, передел рынка в пользу крупных торговых систем (ускоренными темпами развиваются федеральные торговые системы, которые стали проводить более взвешенную территориальную экспансию, согласовывая ее с развертыванием собственной оптово-распределительной

инфраструктуры и формированием региональной базы поставщиков);

– распространение сетевого бизнеса в северные регионы (Архангельская область, Республика Коми), регионы Урала и Сибири, малые города и поселки городского типа;

– основным инструментом территориальной экспансии федеральных сетей является приобретение прав аренды торговых объектов у крупных региональных и межрегиональных торговых сетей; экспансия этих сетей обеспечивается за счет вытеснения не только малых

⁵ Современные тренды развития рынков товаров и услуг / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. URL: <https://www.rea.ru/ru/Pages/sovremennie-trendi-razvitiya-rinkov-tovarov-i-uslug.aspx>

Таблица 7. Основные характеристики крупнейших федеральных торговых сетей в России в 2017–2019 гг.

Наименование компании	География сети в 2017 году	Объем выручки, млрд руб.			Число магазинов		Число сотрудников в 2017 году, тыс. чел.
		2017 год	2018 год	1 пол. 2019 года	2017 года	1 пол. 2019 года	
X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»)	63 субъекта РФ в 7 федеральных округах	1290	1533	839,7	12121	15260	196,0
«Магнит» («Магнит у дома», «Магнит Семейный», «Магнит Косметик», «Магнит Аптека»)	2664 населенных пункта. Около двух третей – в городах с населением менее 500 тыс. чел.	1140	1237	643,9	16530	19884	260,0
ГК «Дикси», «Красное&Белое» (магазины у дома «Дикси», супермаркеты «Виктория»)	753 населенных пункта Центрального, Северо-Западного, Уральского и Приволжского федеральных округов	282* 180**	399* 301**	374,8	2703* 5262**	13000	60,0* 50,0**
«Лента»	Гипермаркеты – 83 города России, супермаркеты – Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Центральный регион	362,5	414	199,2	328	377	40,4
«Ашан Ритейл Россия» («Ашан», «Ашан-Сити», «Наша радуга», «Атак», магазины «у дома»)	«Ашан» – 30 городов с населением от 500 тыс. жителей. «Наша Радуга» и «Атак» – города с населением от 150 тыс. жителей	389	306	125,3	290	306	147,0
Metro Cash&Carry (мелкооптовые гипермаркеты Metro Cash&Carry, компактные гипермаркеты «Метро Пункт»)	51 регион России, преимущественно в крупных городах	-	203	91,0	90	93	20,0
«О'Кей» (компактные гипермаркеты, дискаунтеры «Да!»)	Северо-Западный, Южный, Центральный, Уральский и Сибирский регионы	174,3	159	79,8	131	-	-
ГК «Монетка» (дискаунтеры «Монетка», супермаркеты, гипермаркеты «Монетка-Супер», гипермаркеты и универсамы «Райт»)	700 городов России	78,0	-	52,2	1000	1300	-
«Глобус»	Москва и Подмосковье, города Центральной России	84,0	91	46,6	13	15	9,0
* Данные по торговой сети «Дикси».							
** Данные по торговой сети «Красное и белое».							
Составлено по: Топ-10 продуктовых сетей в России. Итоги 2017 года. URL: https://www.malls.ru/rus/news/top-10-setey-na-rynke-fmcs-g-v-rossii-itogi-2017-goda.shtml ; Топ-10 продуктовых сетей. URL: https://marketmedia.ru/media-content/top-10-produktovykh-setey							

торговых предприятий, но и ряда средних и крупных торговых организаций;

– развитие экспансии крупных региональных торговых сетей в мегаполисы (так, в московский регион активно проникают нижегородская сеть «СПАР Миддл-Волга» с концептом супермаркета EuroSpar, томская сеть «Ярче», челябинская сеть специализированных магазинов «Красное и белое»);

– трендом развития сетевой продовольственной торговли становится уклон в сторону фермерских товаров и «органик» продуктов, а также формат «гастромаркета», трансформирующий привычные сельскохозяйственные рынки в подобие торговых центров с фудкортами;

– ужесточение конкуренции между федеральными торговыми системами сдержи-

вает рост среднего чека во всех форматах, несмотря на инфляцию;

- развитие федеральными сетями собственных торговых марок, позволяющих им интегрировать средних и малых производителей, формировать оптимальные каналы товародвижения, перераспределять в свою пользу добавленную стоимость; формирование условий для активизации вертикальной интеграции и преобразования торговых систем в торгово-промышленные системы, где ведущую роль будет играть торговый бизнес; развитие сетями канала онлайн-продаж, что позволяет им не только расширять ассортимент, наращивать трафик, но и значительно увеличить средний чек;

- в краткосрочной перспективе продолжится олигополизация торговой сферы omnichannel-торговыми системами, сочетающими мультиформатное позиционирование в офлайн-сегменте с продвижением онлайн-канала и развитием оптовых продаж для малых торговых предприятий, попадающих в их сферу влияния.

Далее более подробно рассмотрим ситуацию с развитием розничной торговли в муниципальных образованиях Вологодской области.

За 2000–2018 гг. во всех муниципальных районах области объем розничного товарооборота в расчете на 1 жителя в сопоставимых ценах увеличился в 2,9 раза (*табл. 8*). Во многом это обусловлено активным развитием во всех районах и городских округах области сферы торговли, в том числе открытием магазинов федеральных торговых сетей. Лидерами по динамике данного показателя за анализируемый период являются Грязовецкий, Харовский, Белозерский, Чагодощенский и Вашкинский районы (рост более чем в 3,5 раза). Наибольшее значение среднедушевого объема розничного товарооборота по итогам 2018 года было достигнуто в Кирилловском, Грязовецком, Великоустюгском районах (свыше 150 тыс. руб.).

Розничная торговля крайне неравномерно развита по муниципалитетам области. Так, различие между районами области по среднедушевому товарообороту в 2018 году составило 2 раза, по общему количеству магазинов – 10,4 раза (*табл. 9*), по числу магазинов в расчете на 1000 жителей – 4,8 раза, по числу магазинов в расчете на 1000 кв. км – 6,8 раза.

Поселения внутри районов Вологодской области также сильно дифференцированы по развитию розничной торговли. Разрыв между сельскими поселениями по числу магазинов в расчете на 1000 жителей в Грязовецком районе составляет 1,5 раза, в Междуреченском районе – 1,8 раза; по числу магазинов в расчете на 1000 кв. км территории в Грязовецком районе – 3,1 раза (разрыв между городскими и сельскими поселениями данного района намного больше), в Междуреченском районе – 3,3 раза (*табл. 10*). Таким образом, в сельских поселениях области достаточно остро стоит проблема с обеспечением доступности и необходимого качества объектов торговли для жителей.

Для исследования качественных параметров влияния торговых сетей на развитие муниципальных образований Вологодской области в 2019 году в анкету опроса глав муниципалитетов Вологодской области⁴ были включены специальные вопросы.

Результаты проведенного опроса показывают, что примерно одинаковы доли глав муниципальных районов, позитивно (варианты ответа «положительно» и «скорее положительно»; *табл. 11*) и негативно (варианты ответа «отрицательно» и «скорее отрицательно») оценивающих влияние федеральных торговых сетей на социально-экономическое развитие муниципалитетов. В городских поселениях преобладают негативные, в сельских поселениях – позитивные оценки. Во многом это можно объяснить тем, что с приходом федеральных сетей в крупные сельские населенные пункты области значительно увеличился ассортимент и качество предлагаемых товаров.

⁴ Для исследования проблем и перспектив реформы местного самоуправления Вологодским научным центром Российской академии наук (ранее – ИСЭРТ РАН) с 2007 года проводится анкетный опрос глав муниципальных образований Вологодской области. На 30–40 вопросов анкеты ежегодно отвечают 130–210 глав муниципальных образований из 208–372, что позволяет обеспечить ошибку выборки 4–4,5%. Главы дают оценку по итогам прошедшего календарного года: например, в опросе 2019 года – по итогам 2018 года.

Таблица 8. Динамика оборота розничной торговли по муниципальным районам и городским округам Вологодской области в 2000–2018 гг. (в сопоставимых ценах 2018 года), тыс. руб.

Район, городской округ	2000 год	2005 год	2009 год	2010 год	2017 год	2018 год	2018 год к 2000 году, %	2018 год к 2010 году, %
Кирилловский	54,9	60,5	103,4	122,6	154,7	162,0	295,2	132,1
Грязовецкий	36,6	61,0	88,6	101,2	146,5	155,6	425,5	153,8
Великоустюгский	49,6	55,0	88,5	104,4	141,1	151,7	305,7	145,3
Харовский	32,9	56,8	88,5	109,3	131,1	138,4	420,9	126,5
Нюксенский	41,2	45,7	69,3	101,8	124,8	134,2	325,4	131,9
Белозерский	34,6	42,3	63,1	95,3	121,6	131,3	379,8	137,8
Тотемский	56,2	79,9	88,0	106,6	119,9	130,5	232,5	122,4
Никольский	51,6	55,8	78,8	96,2	118,2	126,2	244,7	131,2
Вытегорский	52,1	57,6	81,9	106,0	113,0	124,2	238,7	117,2
Кичменгско-Городецкий	43,7	65,7	79,8	93,8	116,6	121,7	278,5	129,7
Сокольский	36,3	48,2	73,7	95,9	111,8	121,0	333,3	126,2
Вашкинский	32,2	47,6	58,3	70,1	105,0	116,0	360,0	165,5
Кадуйский	41,4	50,9	77,2	85,4	108,5	114,2	276,1	133,7
Тарногский	35,3	43,3	66,4	96,0	110,1	114,0	322,5	118,7
Чагодощенский	30,3	48,0	60,0	74,4	104,7	112,7	371,5	151,5
Вожегодский	38,3	60,2	75,4	81,8	100,3	111,1	289,9	135,8
Бабаевский	33,4	52,9	69,8	86,4	99,7	108,7	325,5	125,9
Сямженский	35,7	54,2	74,0	95,1	106,2	108,3	303,7	113,8
Бабушкинский	40,8	57,0	75,0	81,6	104,3	106,0	260,0	129,8
Шекснинский	29,7	40,2	61,7	75,0	98,4	103,9	350,5	138,7
Устюженский	32,2	39,6	56,4	68,9	95,5	98,4	305,8	142,7
Череповецкий	46,9	59,7	68,8	73,2	91,3	95,7	204,2	130,8
Междуреченский	37,0	64,7	63,3	78,4	91,4	93,1	251,8	118,8
Усть-Кубинский	32,3	39,9	56,7	78,2	84,2	88,4	273,6	113,0
Верховажский	35,6	43,9	59,2	78,0	86,4	87,9	246,7	112,7
Вологодский	32,4	40,3	59,1	65,9	75,4	80,1	247,1	121,5
г. Вологда	66,6	109,9	139,5	155,4	191,1	202,0	303,2	130,0
г. Череповец	54,5	96,6	129,3	150,6	174,0	187,1	343,5	124,2
По районам	40,3	52,8	74,2	89,7	110,8	118,0	293,0	131,6
По области	50,0	77,4	104,1	122,5	149,7	159,7	319,5	130,4

* Доля объектов розничной торговли на сельских территориях в общем объеме объектов розничной торговли, %
Составлено по: Муниципальные районы и городские округа Вологодской области. Социально-экономические показатели. 2000–2018: стат. сб. / Вологдастат. Вологда, 2019. 271 с.

Среди положительных моментов влияния федеральных сетей на развитие районов главы отмечают повышение ассортимента и качества продовольственных и непродовольственных товаров, представленных в магазинах, а также появление новых рабочих мест в муниципалитетах (табл. 12), среди негативных последствий – обострение конкуренции с местными торговыми сетями, приводящей к закрытию торговых точек и увольнению работников; сужение рынка сбыта продукции местных товаропроизво-

дителей (в связи с тем что федеральные сети зачастую предъявляют собственные достаточно сложные требования к количеству, качеству и срокам поставки товаров).

Большинство глав муниципальных образований Вологодской области (78–94%; табл. 13) высоко (балльная оценка – 4–5) оценивает ассортимент и качество обслуживания в магазинах федеральных торговых сетей, хуже – качество товаров в них (доля высоких оценок не превышает 47%). В магазинах местных предпринимателей главы, наоборот, более

Таблица 9. Общее число магазинов по муниципальным районам и городским округам Вологодской области в 2000–2018 гг., ед.

Район, городской округ	2006 год	2010 год	2018 год	2018 год к 2006 году, %	2018 год к 2010 году, %	2018 год в расчете на 1000 жителей, ед.	2018 год в расчете на 1000 кв. км территории, ед.
Великоустюгский	346	471	437	126,3	92,8	8,1	56,5
Бабаевский	243	298	306	125,9	102,7	16,0	33,1
Сокольский	259	274	258	99,6	94,2	5,4	62,3
Грязовецкий	275	189	255	92,7	134,9	7,9	50,7
Тотемский	206	269	216	104,9	80,3	9,7	26,4
Вытегорский	174	212	201	115,5	94,8	8,4	15,4
Череповецкий	214	155	201	93,9	129,7	5,2	26,3
Кичменгско-Городецкий	192	227	200	104,2	88,1	13,0	28,3
Шекснинский	168	181	200	119,0	110,5	6,0	79,1
Никольский	252	265	199	79,0	75,1	10,2	26,6
Бабушкинский	186	201	191	102,7	95,0	16,7	24,6
Вологодский	186	198	181	97,3	91,4	3,5	39,8
Кадуйский	145	157	162	111,7	103,2	9,7	49,6
Белозерский	189	148	151	79,9	102,0	10,4	28,0
Верховажский	169	153	151	89,3	98,7	11,8	35,5
Устюженский	195	199	151	77,4	75,9	9,1	41,8
Тарногский	123	145	139	113,0	95,9	12,4	26,8
Вожегодский	135	146	131	97,0	89,7	9,1	22,8
Кирилловский	149	142	125	83,9	88,0	8,5	23,2
Чагодощенский	122	117	103	84,4	88,0	8,8	42,8
Харовский	107	108	102	95,3	94,4	7,4	28,6
Нюксенский	126	119	93	73,8	78,2	11,1	18,0
Сямженский	84	89	87	103,6	97,8	10,9	22,0
Усть-Кубинский	78	78	77	98,7	98,7	10,3	31,7
Вашкинский	105	78	72	68,6	92,3	10,9	25,0
Междуреченский	47	44	42	89,4	95,5	7,9	11,6
г. Вологда	1226	1465	1711	139,6	116,8	5,4	14750,0
г. Череповец	964	1154	1808	187,6	156,7	5,7	16740,7
По районам	4475	4663	4431	99,0	95,0	8,3	31,4
По области	6665	7282	7950	119,3	109,2	6,8	56,2

Примечание: полужирным шрифтом выделены районы с наибольшим значением показателя, курсивом – с наименьшим значением.
Составлено по: База данных показателей муниципальных образований / Росстат. URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm

высоко оценивают качество товаров, но признают, что в них хуже ассортимент.

Для исследования оценок жителей относительно деятельности федеральных и реги-

ональных торговых сетей в анкету мониторинга условий проживания города Вологды⁵ в 2019 году также были включены специальные вопросы.

⁵ С целью исследования вопросов развития г. Вологды с точки зрения комфортности проживания ФГБУН ВолНЦ РАН на протяжении более 20 лет проводит мониторинг условий проживания населения областного центра на основе анкеты, содержащей широкий перечень вопросов о состоянии городской инфраструктуры, работе городских служб, удовлетворенности населения деятельностью органов власти и т. д. Объем генеральной совокупности – все жители города Вологды в возрасте старше 18 лет. Объем выборки – 800 человек. Распределение респондентов по полу и возрасту соответствует генеральной совокупности населения города Вологды. Ошибка выборки по опросу не превышает 4%.

Таблица 10. Обеспеченность магазинами в разрезе поселений Грязовецкого и Междуреченского муниципальных районов Вологодской области (на конец 2018 года)

Поселение	Площадь территории, кв. км	Численность населения, чел.	Число магазинов, ед.	Число магазинов на 1000 чел. населения, ед.	Число магазинов на 1000 кв. км
Грязовецкий район					
Грязовецкое городское поселение	31,3	15005	145	9,7	4638,5
Вохтожское городское поселение	1203,0	6853	68	9,9	56,5
Юровское сельское поселение	709,2	2568	10	3,9	14,1
Ростиловское сельское поселение	866,0	2165	9	4,2	10,4
Комьянское сельское поселение	390,2	1717	8	4,7	20,5
Перцевское сельское поселение	607,3	2206	7	3,2	11,5
Сидоровское сельское поселение	1218,9	1638	8	4,9	6,6
Итого по району	5025,7	32152	255	7,9	50,7
Междуреченский район					
Ботановское сельское поселение	722,5	593	4	6,7	5,5
Старосельское сельское поселение	324,4	874	6	6,9	18,5
Сухонское сельское поселение	1314,6	3195	24	7,5	18,3
Туровецкое сельское поселение	1262,5	672	8	11,9	6,3
Итого по району	3624,1	5334	42	7,9	11,6
Составлено по: База данных показателей муниципальных образований / Росстат. URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm					

Таблица 11. Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете влияние федеральных торговых сетей, представленных в Вашем муниципальном районе, на социально-экономическое развитие муниципалитетов?», % от числа ответивших

Оценка	Муниципальные районы	Городские поселения	Сельские поселения
Положительно	0,0	11,1	13,0
Скорее положительно	43,8	22,2	39,0
Скорее отрицательно	31,3	44,4	14,3
Отрицательно	12,5	22,2	5,2
Затрудняюсь ответить	12,5	0,0	26,0

Результаты проведенного опроса позволяют утверждать, что в основном жители города Вологды посещают магазины торговых сетей «Макси» (он же является и наиболее распространенным для ежедневного посещения), «Магнит» и «Пятерочка» в среднем

2–3 раза в неделю (табл. 14). Около трети респондентов посещают магазины «Лента» и «Fix Price» 1 раз в месяц.

Явными лидерами по качественной оценке жителей являются магазины «Макси» (табл. 15). Чуть ниже оценки у мага-

Таблица 12. Распределение ответов на вопрос «В чем проявляется, на Ваш взгляд, положительное или отрицательное влияние федеральных торговых сетей, представленных в Вашем муниципальном районе, на развитие розничной торговли муниципалитетов?», % от числа ответивших

Вариант ответа	Муниципальные районы	Городские поселения	Сельские поселения
Повышение ассортимента и качества продовольственных и непродовольственных товаров, представленных в магазинах муниципалитета	64,7	33,3	41,6
Обострение конкуренции с местными торговыми сетями, приводящей к закрытию торговых точек и увольнению работников	64,7	77,8	51,9
Появление новых рабочих мест в муниципальном образовании	52,9	55,6	53,2
Снижение цен на товары (по сравнению местными и региональными торговыми сетями)	47,1	22,2	49,4
Сужение рынка сбыта продукции местных товаропроизводителей	41,2	44,4	16,9
Снижение возможностей для дальнейшего развития местного предпринимательства вследствие скупки федеральными сетями объектов недвижимости и земельных участков в наиболее оживленных местах	17,6	55,6	24,7
Расширение рынка сбыта продукции местных товаропроизводителей	0,0	0,0	2,6
Затрудняюсь ответить	0,0	0,0	7,8

Таблица 13. Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете качество, ассортимент товаров и качество обслуживания в магазинах федеральных торговых сетей, представленных в Вашем муниципальном районе, и в магазинах местных предпринимателей?», % от числа ответивших

Параметр оценки	Муниципальные районы			Городские поселения			Сельские поселения		
	Магазины федеральных торговых сетей								
	1–2 балла	3 балла	4–5 баллов	1–2 балла	3 балла	4–5 баллов	1–2 балла	3 балла	4–5 баллов
Ассортимент товаров	0,0	5,9	94,1	0,0	22,2	77,8	0,0	13,9	86,1
Качество товаров	5,9	58,8	35,3	0,0	55,6	44,4	5,6	47,2	47,2
Качество обслуживания	11,8	11,8	76,5	0,0	22,2	77,8	0,0	23,6	76,4
Параметр оценки	Магазины местных предпринимателей								
	1–2 балла	3 балла	4–5 баллов	1–2 балла	3 балла	4–5 баллов	1–2 балла	3 балла	4–5 баллов
	Ассортимент товаров	12,5	43,8	43,8	22,2	22,2	55,6	4,1	41,1
Качество товаров	5,9	23,5	70,6	0,0	11,1	88,9	2,7	30,1	67,1
Качество обслуживания	11,8	17,6	70,6	0,0	11,1	88,9	1,4	20,5	78,1

Примечание: 5 баллов – высокое качество, достаточный ассортимент ... 1 балл – низкое качество, недостаточный ассортимент.

зинов «Золотой ключик», «Бристоль» и «Перекресток». В числе отстающих расположились магазины торговых сетей «Пятерочка», «Магнит», «Fix Price», «Аллея» и «Дикси» (наиболее низкие балльные оценки получили качество обслуживания и ассортимент продукции местных производителей в них).

В табл. 16 даны краткие характеристики основных региональных торговых сетей Вологодской области, крупнейшими из которых являются Вологодский облпотребсоюз и торговая сеть «Макси» (она показывает достаточно заметную динамику и расширяет

свои виды деятельности в направлении развития девелопмента и оптовой торговли).

Таким образом, можно сделать вывод об активном развитии розничной торговли в России и в Вологодской области, о дальнейшей экспансии федеральных торговых сетей во все регионы страны и большинство крупных населенных пунктов, что зачастую приводит к закрытию магазинов местных предпринимателей и организаций. При этом на примере Вологодской области показано, что вклад розничной торговли в инвестиции и налоговые поступления в региональный и местные бюджеты остается незначитель-

Таблица 14. Периодичность посещения торговых точек г. Вологды (без ответа «не посещаю вообще»), % от числа опрошенных

Торговая сеть	Частота посещения			
	каждый день	2–3 раза в неделю	1 раз в неделю	1 раз в месяц
Макси	23,6	39,8	16,7	11,6
Магнит	11,4	36,9	18,8	13,2
Пятерочка	7,7	32,7	19,4	15,7
Продуктовые павильоны, палатки, киоски	2,4	10	21,5	19,5
Бристоль	1,8	5	8,6	17,9
Вологодская корзинка	1,6	4,9	5,3	6,2
Продуктовый рынок	1,6	7,2	16,5	23,6
Аллея	1,3	4,3	5	11,4
Другие продовольственные магазины	1,1	2,8	7,1	6,3
Пищеторг	0,5	4,5	5,4	15,6
Лента	0,4	2,9	9,4	32,2
Fix Price	0,4	4,2	8	30,6
Золотой ключик	0,3	2,1	5,7	22,8
Ашан	0	1,4	3,1	18,6
Перекресток	0	2	4,5	9,7
Дикси	0	1,6	2,2	5,6
Северный градус	0	5,1	5,2	4,7
Красное и Белое	0	3,5	5,4	11,7
Черный кот	0	2	7,2	17,4

Таблица 15. Оценка работы торговых точек г. Вологды по различным критериям, % от тех, кто посещает

Торговая сеть	Параметр оценки					
	итоговый средний балл*	качество продукции	отсутствие просроченных товаров	уровень цен	качество обслуживания	наличие продукции местных производителей
Макси	20,4	4,3	4,1	3,8	4,2	4,3
Золотой ключик	19,5	4,3	4,1	3,1	4,2	3,9
Бристоль	19,4	4,2	4,2	3,7	4,1	3,6
Перекресток	19,4	4	3,9	3,8	4	3,7
Продуктовый рынок	19,3	4,1	3,9	3,7	3,8	4
Лента	19,3	4,1	3,9	3,8	4,1	3,7
Красное и Белое	19,3	4	4	3,9	3,9	3,6
Ашан	19	4	3,9	3,8	3,9	3,6
Северный градус	18,9	4,2	4,1	3,6	3	4,1
Продуктовые павильоны, палатки, киоски	18,7	4	3,8	3,7	3,6	3,6
Пищеторг	18,4	3,8	3,7	3,7	3,8	3,7
Другие продовольственные магазины	18,3	4,1	3,9	3,4	3,5	3,6
Черный кот	18,3	3,7	3,9	3,8	3,7	3,5
Вологодская корзинка	18,2	3,8	3,6	3,5	3,7	3,8
Пятерочка	18	3,9	3,6	3,7	3,6	3,5
Магнит	17,9	3,8	3,6	3,6	3,6	3,6
Fix Price	17,1	3,3	3,7	3,6	3,7	3
Аллея	16,8	3,5	3,4	3,3	3,3	3,5
Дикси	15,4	3,2	3,2	3	3,3	3

Примечание: максимально возможный балл по каждому критерию – 5; максимально возможный итоговый средний балл – 25.

Таблица 16. Действующие региональные торговые сети в Вологодской области

Торговая сеть	Краткая характеристика
Макси	Основана в 1996 году в г. Вологде как оператор оптовой торговли продуктами питания, в 2000 году открыт первый магазин самообслуживания. Одно из крупнейших торгово-производственных предприятий Вологодской области и северо-запада России. Более 5800 сотрудников, работающих в девяти регионах трех федеральных округов России. Ритейлер, развивающий сеть продовольственных супермаркетов и гипермаркетов в Москве, Вологодской, Архангельской, Кировской и Ярославской областях. 54 продовольственных гипермаркета и супермаркета в Вологде, Череповце, Архангельске, Северодвинске, Кирове, Рыбинске и Москве. Есть собственное производство. 33 млн покупателей в год, 21000 наименований в ассортименте, 10800 т продукции собственного производства в год. Девелоперская компания «Макси Девелопмент» входит в группу компаний «Макси». Компания владеет и управляет торговой, офисной и складской недвижимостью и развивает сеть торгово-развлекательных центров в Северо-Западном и Центральном федеральных округах России. В собственности компании объекты коммерческой недвижимости в Вологде, Череповце, Сыктывкаре, Петрозаводске, Смоленске, Туле, Архангельске, Северодвинске, Кирове, Рыбинске, Москве. Компания ведет строительство торговых объектов в Вологде, Череповце, Кирове. 550000 кв. м недвижимости в управлении, 47 млн посетителей ТРЦ «Макси» в год, 1200 арендаторов. 3000 оптовых клиентов, 8000 товаров в ассортименте. Оптовая торговля ведется через логистические центры в Вологде и Великом Устюге и офисы продаж в Череповце и Котласе
Вологодский областной союз потребительских обществ	Вологодский областной союз потребительских обществ образован в 1937 году. На предприятиях Вологодского облпотребсоюза трудятся 4,1 тыс. чел., в т. ч. 12,6% – молодежь. Система потребительской кооперации обслуживает население численностью 211 тыс. человек, или более 17,7% населения области, это 5,7 тыс. населенных пунктов, из которых 1,5 тыс. удаленные (труднодоступные) и малонаселенные пункты. Облпотребсоюз осуществляет оптовую и розничную торговлю, производственную и заготовительную деятельность, предоставляет услуги общественного питания, оказывает бытовые услуги. На 1 января 2019 года в системе потребительской кооперации области действует 644 розничных торговых предприятий, из них 506 – в сельской местности
Пищеторг	В октябре 1995 года был открыт первый розничный магазин торговой сети «Пищеторг» в г. Череповце. На сегодняшний день сеть насчитывает более 160 магазинов и представлена во всех районах Вологодской области, от Чагоды до Великого Устюга. На территории Вологды работают 35 торговых точек
Вологодская корзинка	Розничная торговая сеть удобно расположенных магазинов формата «у дома», для людей, ориентированных на быструю покупку качественных продуктов по низким ценам рядом с домом. Сеть на данный момент включает в себя 18 торговых точек, среди которых магазины в разных районах Вологды, а также в п. Лоста, п. Ермаково, с. Лесково, с. Молочном, п. Надеево, п. Непотягово, п. Сосновка, д. Новое, д. Литега
Золотой ключик	Два супермаркета в г. Вологде, включая 1 универмаг – торгово-развлекательный центр
Северный градус (Череповец)	Магазины «Северный градус» представлены во всех районах города Череповца и предлагают покупателям товары по ценам на 15–20% ниже среднерыночных за счет использования преимуществ торгового формата
Составлено по: материалы официальных сайтов. URL: https://макси.пф ; https://www.pt-35.ru ; https://korzinka35.ru ; https://www.kluchik-vologda.ru ; https://vologdaops.ru ; https://severnyi-gradus.ru	

ным. Существенно отстает Вологодская область от среднероссийского уровня по показателю товарооборота в расчете на 1 жителя.

Основными мерами, направленными на повышение вклада розничной торговли в развитие регионов и муниципалитетов, рост доступности и качества предоставления услуг торговли населению, могут быть следующие: регулярный «народный» контроль за качеством и ассортиментом продукции в магазинах торговых сетей и отдельных

предпринимателей и организаций; стимулирование регионального малого и среднего предпринимательства в данной сфере (например, путем предоставления льгот по региональным и местным налогам, по аренде и приобретению недвижимости для организаций торговли); создание в субъектах РФ при государственном участии крупных торгово-логистических центров; формирование площадок для взаимодействия крупного, малого и среднего бизнеса; реализа-

ция мер по повышению доступности сферы торговли в сельской местности и др.

Положительные примеры деятельности органов власти по практической реализации отдельных обозначенных выше мер есть и в Вологодской области. Проблема в регионе заключается в том, что на сегодняшний день 40 тысяч человек области проживают в отдаленных деревнях, где полностью отсутствует стационарная торговля. Соответственно, автолавки – единственный для них способ приобрести продукты и товары первой необходимости. Однако средняя стоимость оборудованного автомагазина составляет около 2 млн рублей, что делает его недоступным для большинства местных предпринимателей. В связи с этим в 2019 году в каждом из 26 районов Вологодчины были дополнительно приобретены специализированные автомобили для организации выездной торговли в отдаленных и труднодоступных населенных пунктах. Половина их стоимости профинансирована за счет областного бюджета⁶. После приобретения техники в каж-

дом районе будет сформирован график выездов населенных пунктов и организации выездной торговли. Кроме того, с 2017 года Правительство Вологодской области ежегодно выделяет по 10 млн руб. на поддержку развозной торговли на селе. Средства направляются предпринимателям на компенсацию затрат на ГСМ. Тем не менее данный вид экономической деятельности (развитие нестационарной торговли в сельской местности) по-прежнему является низкоприбыльным ввиду небольших объемов продаж и высокой амортизации автомобилей.

Вклад исследования, результаты которого представлены в статье, заключается в оценке влияния розничной торговли на развитие территорий; в сфере прикладных наук – в выявлении тенденций и особенностей функционирования федеральных и региональных торговых сетей в России в современных условиях и определении основных направлений участия органов власти в формировании данного вида экономической деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Coe N. The internationalization/globalization in retailing, towards an economic-geographical research agenda. *Environment and Planning A*, 2007, no. 36, pp. 1571–1594.
2. Demirkan H., Spohrer J. Developing a framework to improve virtual shopping in digital malls with intelligent self-service systems. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2014, vol. 21, no. 5, pp. 860–868.
3. Gomez-Herrera E., Martens B., Turlea G. The drivers and impediments for cross-border e-commerce in the EU. *Information Economics and Policy*, 2014, vol. 28, pp. 83–96.
4. Herhausen D., Binder J., Schoegel M., Herrmann A. Integrating Bricks with Clicks: Retailer-Level and Channel-Level Outcomes of Online-Offline Channel Integration. *Journal of Retailing*, 2015, vol. 91, iss. 2, pp. 309–325.
5. Баженов Ю.К. Розничная торговля в России: монография. М.: ИНФРА-М, 2019. 239 с.
6. Большев О.Н. Опыт экономико-географического анализа дифференциации субъектов РФ по уровню и динамике развития розничной торговли // Вестн. Балт. фед. ун-та им. И. Канта. Сер.: Естественные и медицинские науки. 2018. № 1. С. 19–29.
7. Современное состояние, проблемы и пути решения региональной розничной торговли на примере Пермского края / В.Г. Бурмистров [и др.] // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 3. С. 789–800.
8. Васильчук Е.С. Роль розничной торговли в экономическом развитии региона // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1 (19). С. 49–54.

⁶ Государственная поддержка мобильной торговли: Правительство Вологодской области поможет районам в приобретении автолавок / Официальный портал Правительства Вологодской области. URL: https://vologda-oblast.ru/novosti/gosudarstvennaya_podderzhka_mobilnoy_torgovli_pravitelstvo_volodgodskoy_oblasti_pomozhet_rayonam_v_priobretenii_avtolavok

9. Горянинская О.А., Малахов Р.Г. Розничные торговые сети как фактор регионального развития // *Фундамент. исслед.* 2016. № 11. С. 367–372.
10. Иванова Е.А. Современное состояние и тенденции развития продуктового ритейла в России // *Вестн. Таганрог. ин-та управления и экономики.* 2018. № 1. С. 23–27.
11. Калужский М.Л. Революция сетевой экономики: розничная торговля // *ЭКО.* 2015. № 1 (487). С. 159–173.
12. Кириллова Т.В. Формы концентрации торгового капитала и создания сетевых структур в Российской Федерации // *Практический маркетинг.* 2017. № 2-1 (240-1). С. 31–37.
13. Красильникова Е.А., Никишин А.Ф. Региональный ритейл Российской Федерации: тенденции и перспективы // *Российское предпринимательство.* 2018. Т. 19. № 3. С. 763–774.
14. Майорова Е.А. Анализ развития сетевой торговли в регионах России // *Азимут научных исследований: экономика и управление.* 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 216–218.
15. Панасенко С.В., Стукалова И.Б., Мазунина Т.А. Направления развития современной розничной торговли // *Российское предпринимательство.* 2018. Т. 19. № 3. С. 599–608.
16. Панюкова В.В. Эволюция розничной торговли и формирование ее интегрирующей роли в XXI веке: монография. М.: Креативная экономика, 2017. 194 с.
17. Прокопьева И.Э., Яковлева А.В. Управление инновациями в розничной торговой сети региона // *Современные проблемы науки и образования.* 2014. № 5. URL: <https://science-education.ru/pdf/2014/5/15046.pdf>
18. Ускова Т.В., Попова О.И., Воронцова Т.В. Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. 111 с.
19. Чеглов В.П. Управление формированием и развитием интегрированных торговых систем в России: автореферат дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. М., 2017. 47 с.
20. Современное состояние рынка розничной торговли / Н.М. Чернышева [и др.] // *Техника и технология пищевых производств.* 2017. Т. 47. № 4. С. 145–151.
21. Социально-экономические проблемы локальных территорий: монография / Т.В. Ускова [и др.]. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. 196 с.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Николай Владимирович Ворошилов – кандидат экономических наук, научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: niks789@yandex.ru

Voroshilov N.V.

TRENDS AND FEATURES OF RETAIL TRADE DEVELOPMENT IN THE REGION (INFORMATION AND STATISTICAL REVIEW)

The purpose of the paper is to assess main trends and problems of retail trade at the regional level and the effects of this economic activity on the specific subject of the Russian Federation. The study was based not only on statistics and information about the commercial networks' activities, but also on the results of the questionnaire surveys of municipalities' heads and the residents of the city of Vologda, held in 2019 which revealed the qualitative assessment of the situation in the sphere of trade. To reach the stated objectives the author used the following scientific methods, economic,

statistical and comparative analysis, methods of synthesis and sociological research, monographic method. The article presents data on revenues, number of stores and number of employees of major Federal retail chains in Russia (X5 Retail Group, Magnit, Dixy, Lenta, Auchan, Metro, Okay, Mon-etka, Globus), a brief overview of the main regional trade networks of the Vologda Oblast (Maksi, Oblpotrebsoyuz, Pishchetorg, Vologodskaya Korzina, Zolotoi Klyuchik, Severniy Gradus). It is shown that the main trends of retail trade in Russia in recent years are the active development of trade networks, the rapid expansion of geographical presence of national chains, a significant reduction in the proportion of sales in the retail markets against the backdrop of rapid growth in the number of hypermarkets, supermarkets and shopping and leisure centers. The surveyed municipal districts' heads divided into two much the same groups who assessed the impact of trade networks on the municipalities' development positively and negatively. The survey of the residents of the city of Vologda showed that they often visit the stores of "Maksi", "Magnit" and "Pyaterochka" (usually 2-3 times a week). The research findings can be used in the activities of the regional and local authorities, as well as serve as a basis for further research on the considered subject.

Retail trade, Federal and regional trade networks, constituent entity of the Russian Federation, municipal entities of the Russian Federation, Vologda Oblast, questionnaire survey.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Nikolai V. Voroshilov – Candidate of Sciences (Economics), Researcher, Federal State Budgetary Institution of Science "Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences". 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: niks789@yandex.ru