

УДК 339.13

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СЕЛЬСКОГО РИТЕЙЛА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Воронин И. Н.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: voronin.igor53@yandex.ru

В статье описывается процесс формирования территориальной структуры розничной торговли – сельского ритейла в Республики Крым. Определены его особенности, пространственная организация, выделены три зоны формирования. Определены перспективы развития данного процесса.

Ключевые слова: розничная торговля, сельские территории, сельский ритейл, Республика Крым.

ВВЕДЕНИЕ

Известно, что важную роль в удовлетворении потребностей населения играет розничная торговля, как одна из ключевых отраслей экономики, которая является завершающим этапом цикла общественного производства, и которая обеспечивает физическую и экономическую доступность товаров и услуг для потребителей. С развитием системы розничной торговли — ритейла (англ.: retail – розничная торговля) менялись и его формы. В последние годы особый интерес исследователей вызывает сельская розничная торговля — сельский ритейл.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Сельский ритейл имеет свои особенности и представляет собой важную часть сельского повседневного быта. Торговые точки в сельской местности служат не просто местом покупки продуктов, а с социальной точки зрения они становятся центрами притяжения местной жизни, местом общения между людьми, которые здесь же обсуждают свои проблемы, обмениваются новостями.

По данным Росстата, жители сел и деревень тратят на продукты питания на 25% больше, чем жители городов. И это при том, что село само непосредственно производит и само же потребляет достаточно широкую линейку продуктов – овощей и фруктов в первую очередь. Например, около 60% (опять же по данным Росстата) потребляемого картофеля на селе — собственного производства, более 50% овощей также самостоятельно производится и самостоятельно потребляется [1].

Тем не менее стоимость продуктов в сельских магазинах, особенно относящихся к категориям «мясо», «птица», «молоко», значительно выше, чем в городских. Повышенное ценообразование связано с тем, что в сельской местности работают в основном малые предприниматели либо небольшие региональные сети. И у них нет таких преференций от производителей, как у крупных ретейлеров. Кроме того, многие регионы имеют сложную логистическую структуру и зачастую удалены от основных логистических центров. И как следствие — цены на товары в удаленных региональных магазинах значительно выше, чем в крупных сетевых магазинах. В

свою очередь, доходы сельского населения гораздо ниже, чем городского населения. По данным Росстата, житель сельской местности вынужден тратить на продукты около 34% ежемесячного бюджета, при том что городской житель тратит только 26% [1].

Все вышеперечисленное можно отнести к особенностям сельского ритейла — низкая платёжеспособность сельского населения (обязательный атрибут сельского магазина — «долговая тетрадка»), географическая удалённость конечных потребителей от оптовых баз и мест производства большинства товаров, что увеличивает стоимость логистики для сельских магазинов.

Среди других особенностей — численность клиентской базы. Этот параметр зависит от количества жителей в населённом пункте и расположенных поблизости поселений. Согласно расчётам Минпромторга РФ, на 10 тысяч жителей должно приходиться как минимум 29 магазинов (из них 13 продуктовых). Также на 10 тысяч граждан должно быть 6 нестационарных торговых объектов (киосков, павильонов и т.п.) и 0,4 ярмарки в год. Эти базовые значения регионы в России могут менять в большую сторону (но не в меньшую). Но на практике обеспеченность торговыми точками жителей села чаще определяется не министерскими расчётами, а предпринимательским риском местных индивидуальных предпринимателей [1].

Еще одна особенность — широта товарного ассортимента. Так, наряду с продуктами питания в небольших поселениях хорошо продаётся и бытовая химия, и материалы и инструменты для ремонта и огорода. Кроме очевидного ассортимента, есть еще категории, на которые делается ставка в сельском ритейле — это товары импульсного спроса (например, сладости) и алкоголь и сигареты.

Качество товаров и услуг — также немаловажная особенность сельского ритейла. Ведь продавец, как правило, живет в одном селе со своими покупателями, многие являются для него родственниками, кто-то его учил в школе, кто-то лечил и т.д.

Кроме того, как правило, собственник сельского магазина является продавцом, товароведом, бухгалтером, а в последние годы и техническим специалистом в одном лице. Цифровизация не обошла стороной и сельский ритейл – с созданием в нашей стране ЕГАИС (Единой государственной автоматизированной информационной системы, которая предназначена для контроля за производством и оборотом определённых видов продукции на территории России. Основная задача, которой – отслеживание движения товара от момента его создания или импорта до конечного потребителя), использованием системы цифровой маркировки «Честный знак», обязательным использованием кассовых аппаратов, значительно усложнила требования к квалификации продавца. И в случае технических сбоев в сетевом оборудовании решение проблемы может затянуться на несколько дней.

Сельский ритейл в Республике Крым представлен более 1,6 тыс. магазинов. В основном это небольшие быстровозводимые конструкции из металлопрофиля, отстроенные под конкретные цели – размещение торговой точки. С приходом на сельские территории сетевых ритейлеров, основным местом их размещения стали первые или цокольные этажи жилых или административных зданий либо пристройки к ним, либо и то, и другое, что связано с гораздо более широким (в отличии от традиционных магазинов) ассортиментом реализуемой продукции. Доля их

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СЕЛЬСКОГО РИТЕЙЛА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

незначительна и составляет всего 4%. Также незначительную долю (5%) составляют магазины, размещенные в старых, сохранившихся еще с советских времён, профильных зданиях либо небольшие здания, сооруженные прямо на территории приусадебного участка продавца. Подобные сооружения распространены на удаленных территориях.

В основном торговля осуществляется традиционным методом продаж — через прилавки (87%), в сетевых магазинах — методом самообслуживания.

По реализуемому ассортименту продукции все магазины условно можно разделить на две группы — универсальные (91%) и специализированные (соответственно 9%). Ассортимент универсальных магазинов представлен широким продуктовым сегментом и сегментом вспомогательной продукции — бытовой химией, инструментом для ремонта и сельхозработ, строительными материалами и пр. Специализированные магазины реализуют молочную продукцию; мясо и продукты мясопереработки; пиво и снековую продукцию (англ. snack — лёгкая закуска, перекус) — чипсы, сухарики, сушеная рыба и др.; овощная и фруктовая продукция; алкогольные напитки.

Сегмент сетевой торговли представлен магазинами федеральных и региональных сетей. Наиболее многочисленны магазины сетей «Доброцен», «ПУД» (Продукты У Дома), «Еда Вода» — 17, 16 и 12 соответственно. Единично представлены «Яблоко», «Корзина», «Метро», которые массово представлены только в городских поселениях (исключение — «Метро»). Наиболее массово магазины сетевого ритейла представлены в Симферопольском районе — 16 (что предполагается) и Черноморском — 10 [2].

По данным Министерства промышленной политики Республики Крым, в республике 228 населённых пунктов живут вообще без магазинов. С 2014 г. доставлять продукты жителям отдаленных сёл начали автолавки. Подобная практика уже существует во многих регионах России. Изначально «магазины на колёсах» работали по заявкам муниципалитетов, но с недавних пор такие выезды стали регулярными и по графику. Автолавка представляет собой оборудованный для торговли небольшой грузовик. Их основной ассортимент — продукты первой необходимости (овощи, крупы), всего около 100 наименований продовольственных и непродовольственных товаров. Скоропортящиеся продукты (мясо, рыба) реализуют в холодный период [3].

В данном исследовании нами рассматривались исключительно сельские территории в разрезе сельских поселений (бывшие сельские советы). Исходя из чего в территориальном разрезе лидерами по размещению объектов сельского ритейла являются Симферопольский район — четверть всех сельских магазинов республики (25%), Черноморский район — 11%, Сакский и Бахчисарайский районы — по 9%, Кировский район — 7% и Ленинский — 5%. Аутсайдерами сельского ритейла являются Краснопереконский район — 2%, Первомайский — 3%, Советский, Раздольненский и Белогорский районы по — 4% и Нижнегорский — 5% (рис. 1, 2) [2].

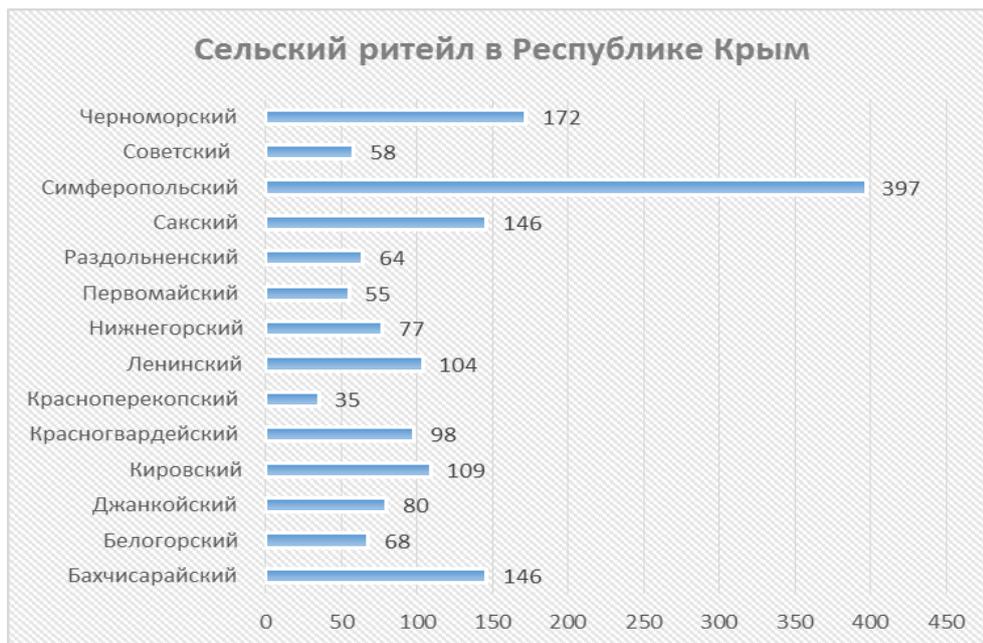


Рис. 1. Сельский ритейл в Республике Крым (разработано автором).



Рис. 2. Структура сельского ритейла в Республике Крым (разработано автором).

ВЫВОДЫ

В территориальной структуре сельского ритейла Республики Крым сформировалось три зоны максимальной концентрации:

— *Центральная (Симферопольская) зона.* Зона очаговой формы, формирующаяся вокруг столицы республики, что вполне очевидно в силу нынешних высоких темпов урбанизации. Высокие показатели концентрации торговых точек в данном очаге формируются за счет того, что городская застройка Симферополя уже давно вышла за административные границы городского поселения и зашла уже на сельские территории Симферопольского района. Наиболее наглядно это проявляется на примере жилого комплекса «Жигулина роща», который размещается уже на территории Мирновского сельского поселения. Легко спрогнозировать развитие данного процесса в направлении Бахчисарая вдоль трассы Симферополь-Севастополь (застройка бывшего аэропорта Заводское), поселка Аграрное вдоль Московской трассы (застройка сельхозугодий) и в направлении аэропорта Симферополь вдоль Евпаторийского шоссе (в продолжение ЖК «Жигулина роща»).

— *Западнобережная зона* – линейной формы, активно формирующаяся вдоль западного побережья Крыма. Данная зона включает побережье Николаевского поселения Симферопольского района, ряд прибрежных поселений Сакского района (Фрунзенское, Новофедоровское, Уютненское, Молочненское и Штормовское сельские поселения) и Черноморского района (Медведевское, Окуневское, Оленевское сельские поселения).

— *Восточнобережная зона* – также линейной формы, с удаленной перспективой в развитии. К этой зоне можно с высокой степенью вероятности можно отнести прибрежные сельские территории Азовского моря Кировского и Ленинского района.

БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена в рамках инициативной научной темы кафедры социально-экономической географии им. Н. В. Багрова Института «Таврическая академия» Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского «Географическое изучение сельских территорий Крыма».

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 06.09.2025).
2. Яндекс Карты. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://yandex.ru/maps> (дата обращения 06.09.2025).
3. Министерство промышленной политики Республики Крым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mprom.rk.gov.ru> (дата обращения 06.09.2025).

**TERRITORIAL STRUCTURE OF RURAL RETAIL
IN THE REPUBLIC OF CRIMEA**

Voronin I. N.

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation
E-mail: voronin.igor53@yandex.ru*

The article describes the process of forming the territorial structure of retail trade — rural retail in the Republic of Crimea. Its features and spatial organization have been identified, and three formation zones have been identified.

The prospects for the development of this process have been determined. Rural retail has its own characteristics and is an important part of rural everyday life. Outlets in rural areas serve not just as a place to buy groceries, but from a social point of view they become centers of attraction for local life, a place of communication between people who discuss their problems and exchange news here.

The peculiarities of rural retail include the low solvency of the rural population (a mandatory attribute of a rural store is a "debt notebook"), the geographical remoteness of end users from wholesale bases and places of production of most goods, which increases the cost of logistics for rural stores.

Other features include the size of the customer base. This parameter depends on the number of inhabitants in the locality and nearby settlements. According to the calculations of the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation, there should be at least 29 shops per 10,000 inhabitants (13 of them grocery stores). There should also be 6 non-stationary retail facilities (kiosks, pavilions, etc.) and 0.4 fairs per year for 10,000 citizens. Regions in Russia can change these basic values up (but not down).

But in practice, the availability of retail outlets for villagers is more often determined not by ministerial calculations, but by the entrepreneurial risk of local individual entrepreneurs. Another feature is the breadth of the product range. So, along with food products, household chemicals, materials and tools for repairs and gardening are well sold in small settlements. In addition to the obvious assortment, there are other categories that rural retail relies on — these are impulse demand goods (for example, sweets) and alcohol and cigarettes. The quality of goods and services is also an important feature of rural retail. After all, the seller, as a rule, lives in the same village with his customers, many are relatives to him, someone taught him at school, someone treated him, etc.

The main trade is carried out by the traditional method of sales — over the counter (87%), in chain stores — by the self-service method. According to the product range sold, all stores can be divided into two groups — universal (91%) and specialized (9%, respectively).

Three zones of maximum concentration have been formed in the territorial structure of rural retail in the Republic of Crimea:

— Central (Simferopol) zone. A focal zone is forming around the capital of the republic, which is quite obvious due to the current high rates of urbanization.

— The West Coast zone is a linear shape that is actively forming along the western coast of Crimea. This zone includes the coast of the Nikolaevsky settlement of the Simferopol region, a number of coastal settlements of the Saki region and the Black Sea region.

— The East Coast zone is also linear in shape, with a remote perspective in development. The coastal rural territories of the Sea of Azov, Kirovsky and Leninsky districts, can be attributed to this zone with a high degree of probability.

Keywords: retail, rural territories, rural retail, Republic of Crimea.

References

1. Federalnaya sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Electronic resource]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (date of request 06.09.2025). (in Russian)
2. Yandexs Karti. [Electronic resource]. URL: <https://yandex.ru/maps> (date of request 06.09.2025). (in Russian)
3. Ministerstvo promishlennoi politiki Respubliki Krim [Electronic resource]. URL: <https://mprom.rk.gov.ru> (date of request 06.09.2025). (in Russian)

Поступила в редакцию 14.09.2025 г.