

Научная статья

УДК 339.371:330.59

doi:10.22394/1818-4049-2022-99-2-151-161

Розничная торговля как индикатор качества жизни населения

Татьяна Васильевна Мазанкова

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Дальневосточный институт управления – филиал, Хабаровск, Россия,
mazankova-tv@ranepa.ru

Аннотация. В статье показана роль розничной торговли в удовлетворении потребностей населения в товарной продукции и услугах. Невысокие цены, широкий ассортимент товаров в магазинах, территориальная доступность магазинов – это важные составляющие качества жизни населения. Отмечено, что в развитии торгового обслуживания наблюдаются как позитивные (увеличение реализации молочной продукции, мясных продуктов, рыбы, морепродуктов; снижение реализации алкогольных напитков и пива), так и негативные (увеличение реализации табачных изделий, практически отсутствует рост реализации овощей и фруктов, наблюдается снижение потребления яиц) тенденции. Несмотря на рост покупательской способности населения, часть продукции сельского хозяйства остается дорогой для населения, по сравнению с другими видами товаров (творог, молоко, масло сливочное, говядина). В работе показывается связь между уровнем развития розничной торговли и уровнем торгового обслуживания населения Хабаровского края и динамикой численности населения. Несмотря на увеличение численности магазинов, положительные тенденции в развитии товарной структуры розничного оборота и покупательской способности среднедушевых доходов населения, уровень удовлетворенности торговым обслуживанием является невысоким, что снижает качество жизни населения. По мнению автора, невнимание к вопросам торгового обслуживания населения сельских населенных пунктов является одним из факторов, способствующих миграционному оттоку и снижению численности населения Хабаровского края. Комплексный подход к развитию розничной торговли будет способствовать повышению качества жизни населения, что, в свою очередь, может оказать влияние на преломление негативных миграционных тенденций.

Ключевые слова: розничная торговля, качество жизни, продажа товаров на рынках, товарная структура розничного оборота, покупательская способность среднедушевых доходов населения, удовлетворенность торговым обслуживанием, численность населения. Хабаровский край

Для цитирования: Мазанкова Т. В. Розничная торговля как индикатор качества жизни населения // Власть и управление на Востоке России. 2022. № 2 (99). С. 151–161. <https://doi.org/10.22394/1818-4049-2022-99-2-151-161>

Retail trade as an indicator of the quality of life of the population

Tatyana V. Mazankova

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, the Far-Eastern institute of management – branch of RANEPa, Khabarovsk, Russia,
mazankova-tv@ranepa.ru

Abstract. Retail trade performs important economic and social functions, including meeting the needs of the population for marketable products and services. This is one

of the important components of the quality of life of the population. Inattention to the issues of trade services for the population of rural settlements leads to a migration outflow and a decrease in the population of the Khabarovsk Territory. The paper shows the relationship between the level of retail trade development and the level of trade services for the population of the Khabarovsk Territory and the dynamics of the population. Despite the increase in the number of stores, positive trends in the development of the commodity structure of retail turnover and the purchasing power of the average per capita income of the population, the level of satisfaction with trade services is low, which reduces the quality of life of the population.

Keywords: retail trade, quality of life, sale of goods in markets, commodity structure of retail turnover, purchasing power of per capita incomes of the population, satisfaction with trade services, population

For citation: Mazankova T. V. Retail trade as an indicator of the quality of life of the population // Power and Administration in the East of Russia. 2022. No. 2 (99). Pp. 151–161. <https://doi.org/10.22394/1818-4049-2022-99-2-151-161>

Введение

Выполняя важную функцию обеспечения населения товарами и услугами, розничная торговля является одним из основных индикаторов уровня и качества жизни населения. Продовольственная безопасность страны зависит от снабжения населения продуктами питания. То, что розничная торговля играет значимую роль во всех происходящих социально-экономических процессах страны, подчеркивают в своих работах многие отечественные ученые. Отмечается значение торговли в экономическом развитии [Васильчук, 2017], роль торговли в формировании покупательского поведения [Депутатова, Малых, 2017], социальный характер функций сельских магазинов потребительской кооперации [Хабаху, 2016] и др.

Большинство авторов подчеркивают роль торговли с точки зрения продовольственной безопасности [Кострова, Шибаршина, 2018]. С точки зрения автора, представленной в настоящей статье, возможность покупки продовольственных и непродовольственных товаров является существенным фактором качества жизни населения. Низкая плотность расселения населения, недостаточная транспортная доступность малых сельских поселений, небольшая численность жителей населенных пунктов приводят к тому, что деятельность частных торговых предприятий становится нерентабельной, они закрываются. В этих условиях происходит «обезлюдивание» терри-

торий, отток населения в города и более крупные населенные пункты. В связи с этим при разработке программ развития потребительского рынка региональным органам власти следует учитывать влияние торговли на показатели уровня жизни населения.

Методы и материалы

Для изучения развития розничной торговли, товарной структуры оборота, уровня торгового обслуживания и динамики численности населения были использованы методы статистического анализа, анализа причинно-следственных связей, сравнения, описания и др. Для представления результатов анализа использованы табличные и графические методы.

Информационной основой исследования явились общедоступные статистические данные, а также материалы исследований других отечественных ученых.

Исследуемые показатели сравнивались в динамике с 1998, 2008 и 2018 гг. Выбор показателей и периода для анализа обусловлен следующими основаниями: во-первых, имеющимися в открытом доступе статистическими показателями; во-вторых, периоды для сравнения выбраны в соответствии с этапами постсоциалистической трансформации розничной торговли. 1998 год относится к периоду рыночной реформации (1991–2000 гг.) [Попов, 2018] и характеризуется активным развитием частных торговых предприятий, приходящих на смену государственной торговли, сокращением государственных торговых предприятий,

либерализацией и ростом цен. Плановая государственная система торгового обслуживания была разрушена, либерализация цен и свобода частной торговли существенно снизили товарный дефицит и оздоровили ситуацию на потребительском рынке. 2008 год относится к завершению периода рыночной адаптации (2001–2010 гг.) [Попов, 2018], для которого характерны построение нового механизма государственного регулирования и принципиально новой системы товародвижения. Во многом это позволило увеличить возможности учета потребительского выбора и потребительских предпочтений населения. 2018 год соответствует периоду «рыночной устойчивости».

Результаты

По сравнению с Российской Федерацией в Хабаровском крае наблюдается более высокая доля реализации в торгующих организациях и индивидуальными предпринимателями и более низкая доля реализации товаров на розничных рынках¹ и ярмарках (табл. 1). Это объясняется более сложными климатическими

условиями; неразвитостью рынка сельхозпроизводителей; наличием неорганизованной торговли мелкими сельхозпроизводителями (дачниками) вдоль дорог, на остановках в неприспособленных для торговли местах.

И в Российской Федерации, и в Хабаровском крае доля реализации на рынках сокращается. Причем темпы сокращения в Хабаровском крае выше, чем в России в целом. Этот подтверждается и существенным снижением количества розничных рынков в районах края (табл. 2). Количество магазинов на протяжении исследуемого периода увеличилось на 3476 единиц или на 78,7%, при этом в районах края (за исключением городов Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре) количество магазинов увеличилось только на 43,7%. Увеличение торговой площади магазинов произошло на 875,1 тыс. кв. м или на 287,1%, при этом площадь магазинов в районах края увеличилась только на 101,7%. Как было отмечено автором ранее [Мазанкова, 2021. С. 82], только в городах Комсомольске-на-Амуре и Ха-

Таблица 1

Динамика структуры оборота розничной торговли в разрезе хозяйствующих субъектов (в %)

Показатель	1998	2008	2018	Изменение 2018 от 1998
Оборот розничной торговли Российской Федерации	100,0	100,0	100,0	-
оборот розничной торговли торгующих организаций	70,6	86,9	94,4	+23,8
продажа товаров на розничных рынках и ярмарках	29,4	13,1	5,6	-23,8
Оборот розничной торговли Хабаровского края	100,0	100,0	100,0	-
оборот розничной торговли торгующих организаций	76,9	92,5	97,9	+21,0
продажа товаров на розничных рынках и ярмарках	23,1	7,5	2,1	-21,0
Разрыв между показателем «доли продажи товаров на розничных рынках и ярмарках» в РФ и в Хабаровском крае	6,3	5,6	3,5	-2,8

Источник: Торговля в России. 2019: Стат. сб. / Росстат. М., 2019. С. 44; Торговля в России. 2011: Стат. сб. / Росстат. М., 2011. С. 53; Розничная торговля и общественное питание в Хабаровском крае с 1991–2000 гг. Статистический сборник / Хабаровскстат г. Хабаровск, 2009. С. 9; Розничная торговля и общественное питание в Хабаровском крае в 2004–2008 годах. Статистический сборник / Хабаровскстат. Хабаровск, 2009. С. 11, Торговля и общественное питание в Хабаровском крае. Статистический сборник / Хабаровскстат. Хабаровск, 2020. С.10

¹ Розничный рынок (далее – рынок) – имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющих в своем составе торговые места.

Таблица 2

Динамика количества розничных рынков и магазинов в Хабаровском крае

Показатель	2000*	2008	2018	Изменение 2018 к 1998 году	
				абсолютное	темп прироста, %
Количество рынков в крае, единиц	62	27	4	-58	-93,5
в том числе количество рынков исключая гг. Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре	27	6	1	-26	-96,3
Число мест на рынке, мест	9724	9911	288	-9436	-97,0
в том числе количество мест на рынках исключая гг. Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре	1086	506	40	-1046	-96,3
Количество магазинов всего, единиц	4417	6668	7893	3476	+78,7
в том числе количество магазинов исключая гг. Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре	2802	3856	4027	1225	+43,7
Торговая площадь, тыс. кв. м.	304,8	635,7	1179,9	875,1	+287,1
в том числе площадь магазинов исключая гг. Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре	129,4	187,2	261	131,6	+101,7

* на 31.12.2020 г.

Источник: Торговля и общественное питание в Хабаровском крае. Статистический сборник./ Хабаровскстат. Хабаровск, 2020. С.17; Розничная торговля и общественное питание в Хабаровском крае в 2004–2008 гг. Статистический сборник./ Хабаровскстат. Хабаровск, 2009. С. 9, 15; Розничная торговля и общественное питание в Хабаровском крае с 1999–2000 гг. Статистический сборник./ Хабаровскстат. Хабаровск, 2001. С. 17.

баровске, а также в двух районах края (Ванинском и Верхнебуреинском) обеспеченность торговыми площадями является высокой, а в шести районах Хабаровского края обеспеченность торговыми площадями ниже минимального норматива. Можно сделать вывод, что основным источником снабжения продовольствием населения Хабаровского края является магазинная розничная торговля.

Количество рынков в муниципальных образованиях Хабаровского края² сократилось с 62 до 4. По данным министерства сельского хозяйства торговли, пищевой и перерабатывающей промышленности Хабаровского края за 2020 г. оборот розничной торговли на 99,3% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в стационарной торговой сети (вне рынка), доля рынков составила всего 0,3 процента. Причин снижения количества

розничных рынков несколько. Это и быстрое развитие торговых сетей (к 2018 г. оборот розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями составлял 38,6%), и ужесточение законодательства в этой области, и переход основного количества рынков в статус торговых центров.

В структуре розничного оборота в Российской Федерации произошли существенные изменения. Самое значимое – снизилась доля продовольственных товаров в общем объеме оборота на 7,2 пункта (табл. 3): доля торговли хлебом и хлебобулочными изделиями (-3,5), алкогольными напитками и пивом (-2,3), мясом животных и домашней птицы (-1,8), яйцом (-1,7), мукой (-0,9), растительными маслами (-0,7), сахаром (-0,5), животны-

² В Хабаровском крае 2 городских округа и 17 муниципальных районов, на территории которых располагаются 22 городских и 191 сельских поселений.

ми маслами (-0,3). Возрос удельный вес следующих групп товаров: цельномолочной продукции (+3,5), продуктов из мяса (+1,1), табачными изделиями (+0,8), рыбы и рыбопродуктов (+0,7), кондитерских изделий (+0,5), свежих фруктов (+0,2).

В товарной структуре выделяются следующие позитивные тенденции: увеличение реализации молочной продукции, мясных продуктов, рыбы, морепродуктов; снижение реализации алкогольных напитков и пива. К негативным тенденциям можно отнести увеличение реализации табачных изделий, практически отсутствие роста реализации овощей и фруктов, снижение потребления яиц.

Снижение реализации муки, животных и растительных масел, сахара объяс-

няется изменением покупательского поведения населения, переходом от самостоятельного изготовления кондитерских изделий дома к их покупке в магазинах (наблюдается рост реализации кондитерских изделий, а также увеличение доли расходов на питание вне дома).

Анализ возможности населения приобретать потребительские товары свидетельствует о том, что покупательская способность среднедушевых доходов населения РФ существенно возросла. Все группы товаров стали доступнее по цене (табл. 4).

Наименьшее увеличение покупательской способности произошло по таким товарам как: творог (+1,5 раза), молоко (+1,8 раза), масло сливочное (+1,9 раза), говяжди-

Таблица 3

Динамика товарной структуры розничного оборота в РФ
(%, по отдельным группам товаров)

Наименование товара	1998	2008	2018	Изменение, 2018 от 1998
Все товары	100	100	100	
Пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия	54,9	46,6	47,7	-7,2
Мясо животных и домашней птицы	5,1	4,0	3,3	-1,8
Продукты из мяса (продукты из мяса и мяса птицы*), (колбасные изделия**)	3,0	3,8	4,1	+1,1
Рыба и морепродукты (рыба, ракообразные и моллюски*), (товарная пищевая рыбная продукция**)	1,4	1,8	2,1	+0,7
Животные масла	1,1	0,7	0,8	-0,3
Растительные масла	1,3	0,9	0,6	-0,7
Цельномолочная продукция (молочные продукты и молоко питьевое*)	2,0	2,1	5,5	+3,5
Яйцо птицы	2,3	0,7	0,6	-1,7
Сахар	1,2	0,9	0,7	-0,5
Кондитерские изделия	2,9	2,8	3,4	+0,5
Хлеб и хлебобулочные изделия	5,8	2,3	2,3	-3,5
Мука	1,3	0,5	0,4	-0,9
Свежий картофель	0,5	0,6	0,5	0
Свежие овощи	1,6	1,4	1,5	-0,1
Свежие фрукты	1,7	1,4	1,9	+0,2
Алкогольные напитки и пиво	7,0	7,6	6,8	-2,3
Табачные изделия	1,9***	1,2	2,7	+0,8

*название в 2018 году; ** название в 1998 году; *** табачные изделия показывались в 1998 году в структуре непродовольственных товаров.

Источники: *Торговля в России. 2019.: Стат.сб./Росстат. М. 2020. С. 48; Торговля в России. 2011: Стат.сб./Росстат. М. 2012. С. 57–58; Российский статистический ежегодник. Стат.сб./Росстат. М. 1999. С. 444; Розничная торговля и общественное питание в Хабаровском крае с 1991–2000 гг. Статистический сборник./ Хабаровскстат. Хабаровск, 2009. С. 30.*

Таблица 4

Динамика покупательной способности среднестатистических денежных доходов населения по продовольственным товарам в РФ (в месяц, кг)

Наименование товара	1998	2008	2018	Изменение 2018 к 1998
Говядина	41,1	82,2	85	в 2,0 раза
Картофель	428,2	826,0	1231,6	в 2,9 раза
Капуста белокочанная свежая	319,3	840,6	1353,1	в 4,2 раза
Крупы	195,7	646,6	852,7	в 4,6 раза
Лук репчатый	203,7	760,9	1308,8	в 6,4 раза
Масло сливочное	32,1	90,0	61,7	в 1,9 раза
Масло подсолнечное	70,2	209,8	332,8	в 4,7 раза
Молоко питьевое 1), л	296,5	614,7	530,9	в 1,8 раза
Морковь	282,1	599,5	900,8	в 3,2 раза
Мука пшеничная	303,9	731,2	1033,3	в 3,4 раза
Свинина	44,6	77,0	109,6	в 2,5 раза
Рис шлифованный	137,9	387,3	528,2	в 3,8 раза
Рыба	76,1	204,3	187,5	в 2,5 раза
Сахар-песок	161,2	635,5	823,1	в 5,1 раза
Свекла столовая	322,5	699,5	1025,8	в 3,2 раза
Сыры сычужные твердые	30,7	68,7	68,3	в 2,2 раза
Творог	74,8	123,3	109,9	в 1,5 раза
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки	204,7	489,4	576,9	в 2,8 раза
Яблоки	113,6	264,3	341,5	в 3,0 раза
Яйца куриные, шт.	1447	4286	5912	в 4,1 раза

1) В 2010 г. – молоко питьевое и молочный напиток. С 2013 г. – молоко питьевое.

Источник: Торговля в России: Стат. сб./ Росстат. М., 2019. С. 82–83. Торговля в России. 2009: Стат. сб./ Росстат. М., 2009. С. 121; Российский статистический ежегодник. 2001: Стат. сб./ Росстат. М. 2002. С. 186

на (+2,0 раза). Животноводческая продукция сельского хозяйства остается для населения дорогой по сравнению с другими видами товаров. Наибольшее увеличение покупательской способности наблюдается по следующим товарам: лук (+6,4 раза), сахар-песок (+5,1 раза), крупы (+4,6 раза).

Несмотря на то, что продовольственные товары стали более доступны по цене, уровень торгового обслуживания высоко не оценивается населением страны (табл. 5).

В среднем каждый десятый россиянин не удовлетворен уровнем торгового обслуживания. При этом среди горожан процент недовольных составляет всего 6,7%, но в сельской местности доля неудовлетворенных жителей значительно выше: каждый пятый сельанин не удовлетворён торговым обслуживанием. В числе основных проблем торгового обслуживания респонденты называют: ограниченный ассортимент, плохое качество товаров, высокий уровень цен. Почти четверть опрошенных жителей сельских населенных пунктов (23,6 %) указали на

большую отдаленность магазинов.

Как итог, малое количество магазинов в сельской местности, их удаленность, высокие цены по сравнению с городскими магазинами сказываются на качестве жизни населения. Жители малых сел переезжают в город. Эта ситуация характерна как для России в целом, так и для Хабаровского края. В динамике с 1998 по 2018 гг. численность населения Хабаровского края снизилась на 181,2 тыс. человек, в том числе городское население снизилось на 125,1 тыс. человек (10,3%), сельское – на 56,1 тыс. человек (19,9%) (табл. 6).

При отсутствии внимания к проблемам обеспечения продовольственными и непродовольственными товарами сельских малонаселенных пунктов край, по мнению автора, будет и дальше продолжать терять население. Хабаровский край относится к регионам с явной урбанизацией населения. Удельный вес городских жителей края превышает показатели по России в целом и Дальневосточному федеральному округу. Уменьшение численно-

Таблица 5

**Динамика удовлетворенности торговым обслуживанием
в населенном пункте в 2018 году в РФ**

(в %, по итогам комплексного наблюдения условий жизни населения)

Показатели	Все респонденты	в том числе проживают		Разница в оценках городских и сельских жителей
		в городских населенных пунктах	в сельских населенных пунктах	
Лица в возрасте 15 лет и более – всего	100	100	100	-
из них указали, что в своем населенном пункте не удовлетворены торговым обслуживанием	9,9	6,7	19,5	-12,8
Из числа лиц в возрасте 15 лет и более, не удовлетворенных торговым обслуживанием назвали причины:	100	100	100	-
ограниченный ассортимент товаров и услуг	56,0	48,6	63,7	-15,1
плохое качество товара, услуг	30,9	37,5	24,1	+13,4
уровень цен выше, чем в других местах	61,8	63,6	60,0	+3,6
большие очереди, неудобный режим работы	2,6	3,8	1,3	+2,5
другая причина	8,0	5,7	10,4	-4,7
не определено	0,1	0,2	0,1	+0,1
Из числа лиц в возрасте 15 лет и более, при оценке наличия проблем, связанных с условиями проживания в своем населенном пункте (районе проживания), указали на большую отдаленность торговых точек	11,6	7,1	23,6	-16,5

Источник: Составлено по: Торговля в России : Стат. сб./ Росстат. М., 2019. С. 85.

Таблица 6

Динамика численности населения Хабаровского края в 1998–2018 годы

Показатель	1998	2008	2018	Изменение 2018 к 1998, тыс. чел.	Темп роста 2018 к 1998, %
Всего населения, на начало года, тыс. чел.	1 509,5	1 354,9	1 328,3	-181,2	88,0
городское население, на начало года, тыс. чел.	1 216,1	1 106,4	1 091,0	-125,1	89,7
сельское население, на начало года, тыс. чел.	293,4	248,5	237,3	-56,1	80,1

Источник: Динамика численности населения по Хабаровскому краю // <https://habstat.gks.ru/storage/mediabank/%D0%94%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D1%87%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%A5%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%8E.pdf> (дата обращения 14.05.2022)

сти населения края фиксируется за счет миграционного оттока населения в другие регионы Российской Федерации. Край имеет отрицательное миграционное сальдо. Динамику населения определяют и естественное, и механическое движение населения, но, как отмечают дальневосточные ученые [Мотрич, 2020], «приоритет» в сокращении численности населения принадлежит миграционному оттоку.

Обсуждение

Подводя итоги анализа, видим, что:

1. Услуги розничной торговли в Хабаровском крае предоставляются преимущественно торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, работающими вне рынка, доля реализации товаров на розничных рынках и ярмарках очень низка.

Наблюдаемые в последние годы процессы консолидации субъектов рынка приводят к слияниям и расширению сетевых розничных организаций, использующих эффект масштаба, сокращающий долю постоянных издержек обращения, позволяющих снизить цены на продукты питания для потребителей. Негативным следствием этих процессов является рост влияния на рынке крупных игроков и практически вытеснение с рынка малого и среднего бизнеса в сфере розничной торговли продуктами питания. Примеры таких последствий показаны в работах Ю. Б. Костровой, О. Ю. Шибаршиной [Кострова, Шибаршина 2018]. Усиление конкуренции между самостоятельными и сетевыми розничными организациями в краткосрочной перспективе приводит к увеличению ценовой доступности товаров, но в долгосрочной перспективе, после закрытия низкодоходных несетевых магазинов, могут привести к ценовому диктату «сетевиков».

2. Выделенные позитивные тенденции в изменении товарной структуры (увеличение реализации молочной продукции, мясных продуктов, рыбы, морепродуктов; снижение реализации алкогольных напитков и пива) могут положительно сказываться на качестве жизни населения. В то же время в товарной структуре розничного оборота наблюдаются негативные тенденции: увеличение реализации табачных изделий, практически

отсутствие роста реализации овощей и фруктов, снижение потребления яиц.

3. Анализ покупательской способности среднедушевых доходов населения РФ показывает ее существенное увеличение. Все группы товаров стали доступнее по цене. Наименьшее увеличение покупательской способности произошло по продуктам животноводства: творог, молоко, масло сливочное, говядина. Эта продукция сельского хозяйства остается дорогой для населения по сравнению с другими видами товаров.

4. Уровень удовлетворенности населения страны торговым обслуживанием является невысоким. Почти десять процентов россиян не удовлетворены уровнем торгового обслуживания. Среди городского населения процент недовольных меньше, чем на селе. Около двадцати процентов сельских жителей не удовлетворены уровнем торгового обслуживания. Нарекания потребителей вызывают: ограниченный ассортимент, плохое качество товаров, высокий уровень цен. Каждый четвертый опрошенный сельский житель указал на большую отдаленность магазинов.

5. Территории Хабаровского края продолжают терять население. Хабаровский край является одним из «лидеров» среди регионов Дальнего Востока по отрицательному сальдо. Переезжают дальневосточники в Центральный, Северо-Западный и Южный федеральные округа. Наблюдается значительное отставание дальневосточных территорий по качеству жизни [Мотрич, 2020. С. 272-282]. Социологические опросы жителей Хабаровского края о причинах переезда свидетельствуют о желании уехать в регионы с более высоким уровнем жизни. В работе В. В. Зубкова, П. Г. Сидорова [Зубков, Сидоров, 2020. С. 220-222] дана оценка факторов, определяющих миграционные настроения; основной причиной опрошенные указали низкий уровень жизни (48% от числа всех опрошенных респондентов), и эта оценка выше, чем следующий по значимости фактор – низкая заработная плата. Сравнивая ситуацию в регионе проживания с ситуацией в России, В.В. Зубков, П. Г. Сидоров [Зубков, Сидоров, 2020. С. 220-222]

приводят результаты ответов на вопрос «Сравните, пожалуйста, ситуацию в регионе, в котором вы живете, с ситуацией в России в целом?», где максимальную оценку «хуже, чем в России» получил фактор «цены на продукты и необходимые товары» (72% опрошенных), следом за которым с разрывом в 10-11 пунктов отмечены факторы «цены на жильё» (61% опрошенных), «уровень жизни людей» (60% опрошенных), «перспективы для молодежи» (60% опрошенных).

Заключение

Понимая, что демографические интересы регионов Дальнего Востока, в том числе и Хабаровского края нужно решать с точки зрения общегосударственных интересов в части обеспечения роста экономики и достижения демографического роста населения и закрепления населения в связи с продолжающейся тенденцией его оттока из региона [Галичанин, 2018], следует усилить внимание, в том числе, и к вопросам развития розничной торговли.

Необходимо поддерживать:

1. Дальнейшее развитие в сетевой тор-

говле сегмента собственных торговых марок и производства собственных брендов с привлечением местных товаропроизводителей, в том числе развитие торговли экологически чистыми продуктами питания, произведенными местными фермерскими хозяйствами;

2. Развитие онлайн-торговли продовольственными и непродовольственными товарами в сельской местности по двум направлениям: реализация товаров с длительными сроками хранения, не требующими особых условий доставки, и реализации продукции с малыми сроками хранения

3. Развитие розничной торговли потребительской кооперации, реализующей целый ряд значимых экономических и социальных функций в сельской местности селе.

Комплексный подход к развитию розничной торговли будет способствовать повышению качества жизни населения, что, в свою очередь, может оказать влияние на преломление негативных миграционных тенденций.

Список источников:

1. Беркович М. И., Ермолаев М. Н. Социально-экономический аспект розничных торговых сетей в регионе (на примере Костромской области) // Социально-политические исследования. 2021. № 1 (10). С. 70–85. DOI 10.20323/2658-428X-2021-1-10-70-85 URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_44932578_90091378.pdf
2. Галичанин Е. Н. Закрепление населения на Дальнем Востоке – ключевая задача Национальной программы развития региона // Власть и управление на Востоке России. 2018. № 4 (85). С. 151–156. URL: <http://vlastdviu.ru/download/rio/j2018-4/151-156.pdf>
3. Депутатова Е. Ю., Малых Т. В. Социальная роль розничной торговли в формировании покупательского поведения // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 1–5 С. 49–51. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28290417_75518014.pdf
4. Васильчук Е. С. Роль розничной торговли в экономическом развитии региона // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 1(19) С. 49–54. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28416611_86206338.pdf
5. Зубков В. В., Сидоров П. Г. Миграционные представления жителей Хабаровского края: опыт пилотного социологического исследования // Власть и управление на Востоке России. 2020. № 4 (93). С. 215–226. DOI 10.22394/1818-4049-2020-93-4-215-226 URL: <http://vlastdviu.ru/download/rio/j2020-4/21.pdf>
6. Кострова Ю. Б., Шибаршина О. Ю. Роль розничной торговли продуктами питания в обеспечении доступности продовольствия в Рязанской области // Modern economy success. 2018. № 3. С. 68–71 URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36412349_20175759.pdf
7. Мазанкова Т. В. Дифференциация потребления услуг розничной торговли в Хабаровском крае // Власть и управление на Востоке России. 2021. № 2 (95). С. 73–

85. DOI 10.22394/1818-4049-2021-95-2-73-85

8. Мотрич Е. Л. Миграция в демографическом развитии Дальнего Востока России // Новая азиатская политика и развитие Дальнего Востока России : материалы международной научной конференции (Хабаровск, 4–5 декабря 2019 г.) / под ред. П.А. Минакира ; Институт экономических исследований ДВО РАН ; Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте Российской Федерации. Хабаровск : ИЭИ ДВО РАН, 2020. С. 72–82.

9. Попов Д. А. Дальневосточный ритейл: этапы и процессы постсоциалистической трансформации // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2018. № 1. С. 24–36.

10. Хабаху С. Н. Социальный характер функций розничной торговли потребительской кооперации // Aspectus. 2016. № 3. С. 93–102. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_27237766_53700539.pdf

References:

1. Berkovich M. I., Ermolaev M. N. (2021) Socio-economic aspect of retail trade networks in the region (on the example of the Kostroma region) *Sotsial'no-politicheskiye issledovaniya* [Socio-political studies]. No. 1 (10): 70–85. DOI 10.20323/2658-428X-2021-1-10-70-85 URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_44932578_90091378.pdf (In Russ.)

2. Galichanin E. N. (2018) Consolidation of the population in the Far East is a key task of the National Program for the Development of the Region *Vlast' i upravleniye na Vostoke Rossii* [Power and Administration in the East of Russia]. No. 4 (85): 151–156. URL: <http://vlastdviu.ru/download/rio/j2018-4/151-156.pdf> (In Russ.)

3. Deputatova E. Yu., Malykh T. V. (2018) The social role of retail trade in the formation of consumer behavior *Sovremennyye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologii* [Modern trends in the development of science and technology]. No. 1–5: 49–51. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28290417_75518014.pdf (In Russ.)

4. Vasilchuk E. S. (2017) The role of retail trade in the economic development of the region *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya* [Innovative economy: prospects for development and improvement]. No. 1(19): 49–54. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28416611_86206338.pdf (In Russ.)

5. Zubkov V. V., Sidorov P. G. (2020) Migration perceptions of residents of the Khabarovsk Territory: the experience of a pilot sociological study *Vlast' i upravleniye na Vostoke Rossii* [Power and Administration in the East of Russia]. No. 4 (93): 215–226. DOI 10.22394/1818-4049-2020-93-4-215-226 URL: <http://vlastdviu.ru/download/rio/j2020-4/21.pdf> (In Russ.)

6. Kostrova Yu. B., Shibarshina O. Yu. (2018) The role of food retail in ensuring the availability of food in the Ryazan region *Uspekhi sovremennoy ekonomiki* [Modern economy success]. No. 3: 68–71. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36412349_20175759.pdf (In Russ.)

7. Mazankova T. V. (2021) Differentiation of consumption of retail trade services in the Khabarovsk Territory *Vlast' i upravleniye na Vostoke Rossii* [Power and Administration in the East of Russia]. No. 2 (95): 73–85. DOI 10.22394/1818-4049-2021-95-2-73-85 (In Russ.)

8. Motrich E. L. (2020) Migration in the demographic development of the Russian Far East in New Asian policy and development of the Russian Far East: materials of the international scientific conference (Khabarovsk, December 4–5, 2019) / ed. P.A. Minakira; Institute of Economic Research FEB RAS; The Far Eastern Institute of Management is a branch of the RANEPА under the President of the Russian Federation. Khabarovsk: IEI FEB RAN: 72–82. (In Russ.)

9. Popov D. A. (2018) Far Eastern retail: stages and processes of post-socialist transformation *Vestnik Khabarovskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava*

[Bulletin of the Khabarovsk State University of Economics and Law]. No. 1: 24–36. (In Russ.)

10. Khabahu S. N. (2016) The social nature of the functions of retail trade in consumer cooperation *Aspekt* [Aspectus]. 2016. No. 3: 93–102. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_27237766_53700539.pdf (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 04.05.2022; одобрена после рецензирования 17.05.2022; принята к публикации 20.05.2022.

The article was submitted 04.05.2022; approved after reviewing 17.05.2022; accepted for publication 20.05.2022.

Информация об авторе

Т. В. Мазанкова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и предпринимательского права, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Дальневосточный институт управления – филиал.

Information about the author

T. V. Mazankova – Candidate of Economics, Associate Professor of the chair of management and business law, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, the Far-Eastern institute of management – branch of RANEPА.