

И.Д. Котляров

Альтернативные модели организации продовольственной розницы в удаленных и труднодоступных регионах

УДК 339.37

Аннотация. В статье показано, что традиционная продовольственная розница не в полной мере справляется с задачей обеспечения населения России продуктами питания, что связано прежде всего с особенностями географии страны и с текущей геополитической ситуацией. Эта проблема может быть частично решена на основе альтернативных моделей организации продовольственной торговли. Приведен обзор последних, описаны их достоинства и недостатки, сформулированы общие рекомендации по их применению. По мнению автора, стратегия развития розничной торговли продуктами питания в России (как элемент стратегии продовольственной безопасности), наряду с созданием условий для охвата традиционной розничной торговлей тех регионов, в которых она пока отсутствует, должна включать в себя и продвижение альтернативных форм продовольственной розницы.

Ключевые слова: продовольственная безопасность; розничная торговля продуктами питания; удаленные и труднодоступные регионы; мобильная торговля; военная торговля; корпоративные магазины; государственно-частное партнерство

Введение

Большинство исследований по проблемам продовольственной безопасности (как и практических мероприятий по ее обеспечению) посвящены либо наращиванию производства продукции сельского хозяйства и пищевой промышленности (чтобы добиться независимости от иностранных поставок и обеспечить физическое наличие продовольствия на уровне национальной экономики [Крамаренко, Фоменко, 2021; Курбанов, 2015; Шарыпова, 2022]), либо вопросам экономической доступности продуктов питания [Калугина, 2021] (обеспечиваемой прежде всего путем регулирования цен¹).

¹ В Херсонской области ввели регулирование цен на социально значимые товары // Прайм. 24.05.2023. URL: https://lprime.ru/state_regulation/20230524/840677559.html (дата обращения: 17.07.2023).

При этом такой важный аспект, как физическая доступность продовольствия для конечного потребителя [Plotnikov et al., 2021] (т.е., по сути, наличие продовольственной розницы в месте его проживания [Капустина, Семенова, 2020]) практически не рассматривается. Очевидно, что ни наращивание производства продуктов питания в масштабах страны, ни контроль цен на них не позволят достичь продовольственной безопасности, если у потребителя нет возможности приобретения необходимых ему продуктов неподалеку от места жительства.

Это означает, что для обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации необходимо добиться максимально полного охвата нашей страны розничной торговлей продуктами питания (что предусматривается рядом программ регионального развития²). К сожалению, в настоящее время эта проблема пока далека от решения.

Операторы продовольственной розницы – это преимущественно коммерческие структуры, ориентированные на получение прибыли. Если доход от магазина в определенном районе недостаточен или риски ведения торговой деятельности слишком велики, данная торговая точка будет закрыта, а местное население лишится возможности покупать продукты питания.

Особенности экономического и пространственного развития России, специфика ее географии и сложившаяся геополитическая ситуация делают ряд регионов непривлекательными для коммерческих розничных операторов:

– продолжающаяся депопуляция сельской местности ведет к сокращению локального платежеспособного спроса и уходу торговых предприятий, что снижает доступ оставшегося населения к продуктам питания, ухудшает качество его жизни и тем самым способствует дальнейшей депопуляции [Воронов, Баранова, 2023];

– в нашей стране есть значительное количество удаленных и труднодоступных населенных пунктов, которые не имеют устойчивой и/или экономически эффективной транспортной связи с другими районами (эта проблема особенно характерна для Сибири, Дальнего Востока и Арктической зоны РФ)

² Указ Президента РФ от 26.10.2020 г. № 645 «О Стратегии развития Арктической зоны РФ и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45972> (дата обращения: 17.07.2023).

[Кириллова, 2021]. Отсутствие такой связи существенно усложняет (и делает невозможной) деятельность торговых предприятий в этих поселениях, ограничивает товарное предложение в них и ведет к росту цен для конечного потребителя [Делахова, 2018; Полешкина, 2018];

– осенью 2022 г. в состав Российской Федерации вошли четыре новых региона, где в настоящее время ведутся боевые действия. В силу объективных военных, политических, правовых и экономических рисков охват розничными торговыми сетями этих регионов не является полным (в особенности это справедливо для зоны боевых действий, а также для населенных пунктов, пострадавших в ходе военных столкновений), что значительно ухудшает доступ местного населения к продуктам питания с точки зрения как физической, так и экономической доступности³. Особенно неблагоприятная ситуация сложилась в контролируемой Россией части Херсонской области, где фактически произошло замещение современных торговых форматов мелкими торговыми точками и рынками⁴.

Таким образом, организованная стационарная коммерческая розничная торговля не способна обеспечить полный охват нашей страны точками продаж продуктов питания, из-за чего в ряде регионов России у населения отсутствует устойчивый доступ к продовольствию. По этой причине необходимо использовать альтернативные модели организации торговли продовольствием. Подчеркнем, что следует применять именно альтернативные формы торговли, а не другие формы снабжения, поскольку именно покупка в магазине – это для населения наиболее комфортный способ получения необходимых продуктов (в отличие от, например, потребительских кооперативов, фудшеринга, распределения по карточкам, самообеспечения продовольствием и пр.) [Митяшин, 2022a; 2022b].

³ Гаврилюк С., Дубровина Е., Мосолкина Д., Полухин А. В ДНР и ЛНР появляются крупные распределительные центры для снабжения товарами местных магазинов // Ведомости. 29.03.2023. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2023/03/29/968524-v-dnr-i-lnr-poyavyatsya-krupnie-raspre-delitelnie-tsentr-dlya-snabzheniya-tovarami-magazinov> (дата обращения: 17.07.2023).

⁴ Денис Мантуров посетил Геническ в Херсонской области // Правительство России. 09.07.2023. URL: <http://government.ru/news/48721/> (дата обращения: 17.07.2023); Ярмарки в Херсонщине как залог ценовой стабильности // Херсон. 16.07.2023. URL: <https://kherson-news.ru/society/2023/07/16/167316.html> (дата обращения: 17.07.2023).

Организованными формы продовольственной розницы считаются альтернативными, если соответствуют хотя бы одному из следующих критериев:

- 1) торговля продуктами питания не относится к профильным видам деятельности для осуществляющей ее организации;
- 2) она не ориентирована на массовую аудиторию;
- 3) продажа продовольствия не ведется в стационарных торговых точках или онлайн.

При этом данная торговля является организованной и ведется на постоянной основе (что исключает из рассмотрения рынки, ярмарки и т.д.).

В предлагаемой статье мы дадим краткий обзор альтернативных форм организации розничной торговли (АФРТ) и возможностей их использования для обеспечения доступа населения к продуктам питания. Отметим, что эти формы не являются инновационными. Они довольно хорошо известны и активно используются на практике. Тем не менее до сих пор не был предложен их комплексный анализ как потенциальных элементов единой стратегии обеспечения розничной торговли продуктами питания. Цель данной работы заключается в обобщении информации об альтернативных формах и оценке их перспектив как инструментов компенсации провалов коммерческой розницы в обеспечении физической доступности продуктов питания.

Требования к операторам альтернативных форм розничной торговли

Причинами отсутствия коммерческой розничной торговли в том или ином районе, населенном пункте могут быть:

– недостаточный уровень дохода от ведения торговой деятельности при существующем уровне издержек и платежеспособного спроса; источниками этой проблемы могут быть небольшая численность населения, его низкая плотность, низкий уровень его реальных доходов, высокие издержки хозяйственной деятельности (в частности, из-за высокой стоимости логистики и нехватки инфраструктуры) и т.д.;

– высокий уровень рисков, которые торговое предприятие не желает на себя принимать; к ним относятся неблагоприятные климатические условия (влияющие на устойчивость транспортного сообщения, способные нарушать функционирование торговых

точек и препятствовать доступу потребителей к ним); в текущей ситуации для отдельных регионов особое значение приобрели военные риски.

Для ведения розничной торговли продуктами питания в таких условиях у операторов альтернативных форм розницы должны быть выполнены следующие требования:

- возможность финансирования расходов, связанных с ведением торговой деятельности, из других источников;
- текущее присутствие организации в данном регионе;
- наличие компетенций в сфере организации хозяйственной деятельности в регионе присутствия (включая ее логистическое обеспечение);
- наличие компетенций в сфере торговой деятельности.

Рассмотрим основные виды АФРТ, которые соответствуют этим требованиям.

Мобильная торговля

Первый очевидный вариант организации розничной торговли продовольствием в удаленных регионах заключается в расширении масштабов мобильной торговли. Наиболее известная ее разновидность – автолавки [Белозерова, Еремина, 2022], однако в качестве мобильной торговой точки могут выступать и иные транспортные средства – железнодорожные вагоны и даже самолеты [Охапкин и др., 2020]).

Мобильная торговля обладает рядом преимуществ:

- отсутствует необходимость в поддержании постоянной торговой инфраструктуры; продолжительность присутствия торговой точки в определенном населенном пункте привязана к совокупной величине платежеспособного спроса в нем;
- возможность при помощи одной торговой точки обеспечить обслуживание нескольких населенных пунктов;
- сокращение расходов на персонал (продавцы могут одновременно быть и водителями транспортных средств).

Однако мобильной торговле присущ и ряд недостатков:

- автолавки используются в качестве магазинов только часть времени, что ведет к высоким удельным издержкам операторов и росту цен на товары для компенсации этих издержек (поскольку выручка от продаж обычно является основным или единственным источником доходов для операторов мобильной торговли).

При этом чем больше расстояние до населенного пункта, тем выше затраты операторов и цены на продукты. Для снижения издержек операторы могут оптимизировать маршруты автолавок таким образом, чтобы реже посещать удаленные места (или даже полностью отказываются от их посещения). При этом нередко в удаленных населенных пунктах покупательная способность потребителей ниже, а альтернативные способы приобретения продовольствия отсутствуют. В результате возникает парадокс – чем выше потребность людей в физической и экономической доступности продовольствия, тем ниже уровень ее обеспечения из-за высоких цен в автолавках и редкого графика посещений;

- автолавки часто функционируют в виде небольших предприятий, не имеющих возможности закупать продукцию оптом с соответствующими скидками, что является еще одной причиной сравнительно высоких цен на их товары;

- зона охвата региона мобильной торговлей ограничена техническими и экономическими возможностями используемых транспортных средств (что, в частности, делает практически невозможной ее использование в ряде регионов Арктической зоны РФ). Фактически мобильная торговля представляет собой своеобразную промежуточную форму между стационарной торговлей (поскольку во время остановки мобильная торговая точка функционирует как стационарный магазин) и доставкой товара на дом (так как мобильная торговля привязана к фиксированной торговой и складской инфраструктуре и обеспечивает транспортировку товаров до места проживания потребителей).

Мобильная торговля не соответствует первому из требований к АФРТ, поскольку у нее отсутствуют дополнительные источники дохода помимо выручки от продаж.

По нашему мнению, частично устранить этот недостаток помогут следующие меры:

- выделение государственной поддержки операторам мобильной торговли, которая позволила бы им компенсировать часть издержек; в настоящее время такая поддержка оказывается на уровне отдельных регионов, однако она не носит системного и долгосрочного характера;

- объединение операторов мобильной торговли в региональные или даже федеральные структуры, которые могли бы обладать большей переговорной силой (в частности, имели бы

возможность получать существенные скидки при покупке товара, пользоваться более льготными условиями финансирования и пр.) и более высоким потенциалом для развития (к примеру, для совместного инвестирования в собственную инфраструктуру).

На практике оптимальным вариантом могло бы стать учреждение государственно-частного партнерства (ГЧП) для организации единого федерального оператора мобильной торговли. Со стороны бизнеса участником такого ГЧП мог бы стать один из представителей федеральной сетевой розницы, который бы предоставил оператору мобильной торговли доступ к своей логистической инфраструктуре, обеспечил возможностью пользоваться едиными закупочными ценами и предоставил бы компетенции в сфере эффективной организации торгового бизнеса (теоретически допустима трансформация независимых операторов мобильной торговли во франчайзи такого ГЧП). Такая ресурсная и инфраструктурная поддержка имеет большое значение для мобильной торговли. Государство, в свою очередь, могло бы предоставлять необходимое для деятельности ГЧП финансирование, компенсируя низкий уровень доходов от собственно торговли [Курбанов, Плотников, 2013; Семенова, Новиков, 2021; Семенова и др., 2022].

Создание такого федерального оператора мобильной торговли в партнерстве с сетевой продовольственной розницей может представлять собой своеобразную форму выхода традиционной розницы на рынки удаленных и труднодоступных регионов в адаптированном к их специфике формате. Как следствие, население этих регионов получит доступ к услугам организованной торговли.

Эта рекомендация показывает, что не следует жестко противопоставлять традиционную продовольственную розницу и АФРТ, поскольку альтернативные формы могут использоваться и в деятельности операторов розничной торговли на рынках отдельных регионов.

Наша рекомендация подкрепляется тем фактом, что федеральные розничные операторы в последние годы активно практикуют новые организационные модели торговли. В частности, X5 Retail Group (оператор сетей «Перекресток», «Пятерочка» и «Чижик») применяет модель «обратного франчайзинга» для открытия новых магазинов, и в партнерстве с Центросоюзом РФ развивает

проект «КООП-Пятерочка» (в рамках которого на объектах потребительских кооперативов Центросоюза открываются универсамы под совместным брендом «КООП-Пятерочка»⁵), а в сотрудничестве с АО «Военторг» – универсамы «Пятерочка-Военторг» (на объектах, принадлежащих Министерству обороны РФ)⁶.

Интересно, что проект «КООП-Пятерочка» направлен на то, чтобы усилить присутствие X5 Retail Group в том числе в сельской местности⁷, т.е. будет способствовать улучшению доступа жителей небольших и удаленных населенных пунктов к современным форматам торговли продуктами питания [Воронов, Баранова, 2023]), а проект «Пятерочка-Военторг» – на повышение качества торгового обслуживания военных городков⁸.

Это показывает, что федеральные розничные операторы готовы внедрять новые модели организации деятельности и способны при наличии поддержки⁹ содействовать повышению качества торгового обслуживания в удаленных и малонаселенных местах (в том числе замещая устаревшие и неэффективные форматы, такие как военная и кооперативная торговля) и улучшению качества продовольственного обеспечения населения.

Еще одним направлением совершенствования мобильной торговли может стать внедрение передовых технологических средств доставки, например, использование беспилотной авиации (в частности, в Арктической зоне РФ) [Охапкин и др., 2020]. Однако использованию данных технологий препятствуют неразвитость наземной инфраструктуры (включая инфраструктуру регулирования движения), нехватка операторов, необходимость разработки экономически эффективных моделей беспилотников соответствующего назначения (в условиях

⁵ Дуленкова А. «Пятерочка» за кооператив // Коммерсантъ. 13.04.2017. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3269265> (дата обращения: 17.07.2023).

⁶ Зетилов И. «Военторг-Пятерочка» продолжает наступление // Комсомольская правда. 23.05.2016. URL: <https://www.kp.ru/daily/26532.5/3549529/> (дата обращения: 17.07.2023).

⁷ Дуленкова А. «Пятерочка» за кооператив // Коммерсантъ. 13.04.2017. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3269265> (дата обращения: 17.07.2023).

⁸ Зетилов И. «Военторг-Пятерочка» продолжает наступление // Комсомольская правда. 23.05.2016. URL: <https://www.kp.ru/daily/26532.5/3549529/> (дата обращения: 17.07.2023).

⁹ В частности, в рамках проекта «Пятерочка-Военторг» формой такой поддержки со стороны Министерства обороны РФ стало предоставление доступа к объектам торговой недвижимости.

технологических ограничений) и отсутствие проработанной нормативно-правовой базы [Охупкин и др., 2020].

Мобильная торговля обладает существенным потенциалом для обеспечения доступа населения к продуктам питания при отсутствии или низком уровне развития традиционной торговли, однако для реализации этого потенциала необходимы реорганизация модели ее функционирования, предоставление государственной поддержки, а также, возможно, технологическое перевооружение.

Корпоративная торговля

Она предполагает организацию торгового обслуживания вахтовых работников компаниями-работодателями (как правило, занимающимися добычей природных ресурсов)¹⁰ и по своей природе соответствует модели фабричных лавок или *company store*, хорошо известной в российской и мировой практике [Fishback, 1986]. В корпоративных магазинах сотрудники могут приобрести определенный набор товаров и услуг (нередко – по сниженным или субсидируемым ценам), и тем самым разнообразить свое потребление во время вахты. Работодатели создают эти магазины по причине отсутствия традиционной торговли в регионе ведения своей хозяйственной деятельности (из-за удаленности и высоких рисков). Фактически такие магазины представляют собой одну из форм социального обеспечения сотрудников, и, как правило, обслуживают только их.

Корпоративная торговля соответствует всем четырем требованиям к АФРТ. По нашему мнению, ее функции могли бы быть расширены для организации торговли продовольствием в интересах сторонних потребителей, однако этому могут препятствовать следующие затруднения.

1. Вахтовые поселки, в которых организована корпоративная торговля, как правило, расположены на значительном удалении от мест проживания постоянного населения, в силу чего локальные потребители не имеют физического доступа к данным магазинам. Теоретически эту проблему можно было бы решить путем использования корпоративной торговли как опорной инфраструктуры

¹⁰ Подцероб М., Смертина П. Как вахтовики воюют с работодателями // Ведомости. 21.11.2018. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2018/11/21/787121-vahtoviki-voyuyut-s-rabotodatelnyami> (дата обращения: 15.07.2023).

для организации локальной сети стационарных и/или мобильных торговых точек, обслуживающих местное население, а также для службы доставки товаров (в том числе при помощи беспилотных транспортных средств). Однако такое расширение задач корпоративной торговли может потребовать финансовой поддержки со стороны государства или региональных властей.

2. Зоны ведения деятельности таких компаний (включая и расположенные в них магазины для сотрудников) часто являются режимными объектами, доступ к которым посторонних лиц ограничен или запрещен. Решением этой проблемы может быть создание дополнительных торговых точек за пределами данных зон.

3. Инфраструктура корпоративной торговли, ориентированная только на обслуживание сотрудников компании, имеет ограниченные мощности. Включение в число клиентов сторонних потребителей потребует ее расширения, и как следствие – дополнительных инвестиций, которые компания-владелец не планировала. По этой причине при переходе корпоративных магазинов к обслуживанию местного населения может возникнуть потребность в поддержке государства для развития их инфраструктуры (возможно, в форме ГЧП).

4. Корпоративная торговля как форма социального обеспечения работников компании может сопровождаться субсидированием цен. В этом случае при открытии доступа к корпоративным магазинам для сторонних потребителей возникает необходимость либо продажи им товаров по рыночным ценам (что может значительно снизить их привлекательность для местного населения), либо поиска источника субсидирования цен для них (прежде всего, вероятно, за счет поддержки со стороны государства или региональных властей).

Фактически наши рекомендации означают, что компании, занимающиеся корпоративной торговлей в интересах своих сотрудников, при открытии доступа к своим магазинам для местного населения (например, в рамках соответствующей законодательной инициативы или в соответствии с собственной политикой корпоративной социальной ответственности) возьмут на себя социальные функции по организации торгового обслуживания для локальных потребителей.

Примером использования корпоративной торговли для обслуживания сторонних потребителей могут служить торговые предприятия в зоне российского присутствия на Шпицбергене [Порцель, 2017]. Эти магазины организованы трестом «Арктикуголь» (ведущим добычу каменного угля) и входят в его структуру, при этом обслуживаются в них как сотрудники компании, так и сторонние клиенты¹¹. Однако, во-первых, сторонними потребителями являются прежде всего туристы, посещающие Шпицберген, т.е. их торговое обслуживание носит не социальный, а коммерческий характер; во-вторых, трест «Арктикуголь» принадлежит государству, что предполагает наличие явных и неявных обязательств по созданию комфортной среды обитания в регионе его присутствия; в-третьих, трест действует на Шпицбергене со времен СССР и представляет собой не только экономический, но и политический проект, призванный укрепить российское присутствие в Арктике, и опирающийся на финансовые субсидии государства [Евдокимов и др., 2018], и по этой причине «Арктикуголь» в течение всего периода своего существования достаточно активно инвестировал объекты социальной инфраструктуры на Шпицбергене и получал государственную поддержку для этих целей.

Тем не менее принципиальная возможность использования корпоративной торговли для организации розничной торговли продовольствием в удаленных регионах существует, и, по нашему мнению, государству и региональным властям целесообразно включать эту модель продовольственной розницы в стратегии развития региональной розничной торговли продуктами питания для повышения их физической доступности в удаленных и труднодоступных местах.

Федеральные неторговые организации

Торговля продуктами питания в удаленных и малодоступных местах может быть организована через локальные представительства компаний, которые в силу специфики своей

¹¹ Автор благодарен администраторам группы треста «Арктикуголь» в социальной сети Vkontakte (URL: <https://vk.com/public217606098>), любезно предоставившим информацию о работе корпоративных магазинов компании. Интересно отметить, что в системе корпоративной торговли треста «Арктикуголь» субсидирование цен для сотрудников отсутствует.

деятельности представлены в большинстве российских регионов, и, следовательно, обладают необходимыми логистическими ресурсами и компетенциями. Такими компаниями могут быть «Почта России», ПАО «РЖД», с определенными оговорками – сетевые операторы автозаправочных станций (их потенциал как участников системы продовольственной безопасности не слишком велик из-за традиционно высоких цен и недостаточного географического охвата). Все эти компании уже ведут в той или иной форме торговлю продуктами питания.

Например, в ряде отделений «Почты России» (как в городах, так и в сельской местности) с 2010 г. ведется торговля продуктами питания, что подтверждает практическую реализуемость наших рекомендаций¹². По отзывам менеджеров компании и по оценкам специалистов¹³, включение продуктов питания в список товаров, предлагаемых в почтовых отделениях, связано со следующими причинами.

1. Торговля продуктами питания, наряду с традиционными почтовыми услугами, в отделениях, расположенных в небольших и удаленных населенных пунктах, может значительно повысить выручку и, как следствие, экономическую эффективность этих отделений (поскольку те нередко являются единственными коммерческими организациями в этих местах, где люди могут приобрести то, что им нужно)¹⁴. Кроме того, продовольственный ассортимент «Почты России» (консервы, макароны, пакетированный чай, молотый кофе и др. продукты длительного хранения, не нуждающиеся в особых условиях¹⁵) не требует значительных затрат. Таким образом, снижается ее потребность в инвестициях для организации торговли продовольствием, напротив, его продажа является источником дохода.

¹² Какие продукты можно купить на «Почте России» и почему вообще они там продаются? // Губерния Daily. 18.02.2019. URL: <https://gubdaily.ru/lifestyle/interesnoe/kakie-produkty-mozhno-kupit-na-pochte-rossii-i-pochemu-voobshhe-oni-tam-prodayutsya/> (дата обращения: 17.07.2023); *Богданшова Д.* «Почта России» начала торговать продуктами питания // RB.ru. 15.10.2010. URL: <https://rb.ru/article/pochta-rossii-nachala-torgovat-produktami-pitaniya/6559367.html> (дата обращения: 17.07.2023).

¹³ Какие продукты можно купить на «Почте России» и почему вообще они там продаются? // Губерния Daily. 18.02.2019. URL: <https://gubdaily.ru/lifestyle/interesnoe/kakie-produkty-mozhno-kupit-na-pochte-rossii-i-pochemu-voobshhe-oni-tam-prodayutsya/> (дата обращения: 17.07.2023).

¹⁴ Там же.

¹⁵ Там же.

2. Уровень физической доступности продовольствия в удаленных населенных пунктах невысок¹⁶. Даже если в них ведется розничная торговля продуктами питания, обычно она недостаточно развита ни с точки зрения количества магазинов, ни с точки зрения ассортимента. Выход «Почты России» на рынок продовольственной розницы расширяет потребительский выбор и улучшает качество доступа населения к продуктам питания.

3. Упрощается приобретение продуктов питания маломобильными группами населения (которые приходят в почтовые отделения за пенсией и т.д., и могут купить продукты на месте, без затраты дополнительных усилий на посещение продовольственного магазина)¹⁷.

Таким образом, для «Почты России» организация торговли продуктами питания стала эффективным инструментом достижения как экономических, так и социальных целей.

Недостатки, присущие данной модели:

– ограниченный ассортимент, который не позволяет потребителям получить сбалансированный набор продовольствия (в частности, полное отсутствие свежих и скоропортящихся продуктов). Этот недостаток сложно устранить, поскольку для этого потребуются значительные инвестиции в создание полноценной торговой инфраструктуры, что отрицательно скажется на эффективности компании, повысит ее риски (поскольку ей придется конкурировать с продовольственной розницей), и приведет к слишком сильному отклонению от ее профильной деятельности. Таким образом, в рамках выбранной модели «Почта России» обеспечивает только частичный доступ населения к продуктам питания (важность которого, однако, не следует недооценивать). Если тем не менее решение о создании

¹⁶ Какие продукты можно купить на «Почте России» и почему вообще они там продаются? // Губерния Daily. 18.02.2019. URL: <https://gubdaily.ru/lifestyle/interesnoe/kakie-produkty-mozhno-kupit-na-pochte-rossii-i-pochemu-voobshhe-oni-tam-prodayutsya/> (дата обращения: 17.07.2023); *Смирнова О.* И письмо отправил, и тушенку купил: почему «Почта России» превратилась в магазин // Толк. 10.02.2020. URL: <https://tolknews.ru/news/30014-zacem-v-pochtovyh-otdeleniya-prodaut-produkty> (дата обращения: 17.07.2023).

¹⁷ Какие продукты можно купить на «Почте России» и почему вообще они там продаются? // Губерния Daily. 18.02.2019. URL: <https://gubdaily.ru/lifestyle/interesnoe/kakie-produkty-mozhno-kupit-na-pochte-rossii-i-pochemu-voobshhe-oni-tam-prodayutsya/> (дата обращения: 17.07.2023).

«Почтой России» специализированной торговой инфраструктуры будет принято (возможно, для тех районов, где альтернативная продовольственная розница отсутствует), то источником инвестиций для нее может стать государственная поддержка или механизм ГЧП;

– отдельные потребители (главным образом – в городах, где есть более удобные каналы приобретения продуктов питания) неодобрительно относятся к неоправданному, с их точки зрения, расширению ассортимента «Почты России» и утрате ею своей специализации¹⁸. Вероятно, эту проблему можно решить путем более тщательного выбора отделений, в которых будет вестись торговля продовольствием;

– для «Почты России» продажи продуктов питания являются источником дополнительного дохода, из-за чего некоторые сотрудники пытаются навязывать клиентам эти товары (особенно при посещении на дому)¹⁹. Для устранения этой проблемы руководству компании достаточно отказаться от требований к сотрудникам по продвижению продуктов питания среди населения.

Таким образом, недостатки данной модели связаны скорее с ее неэффективной организацией, чем с объективными проблемами, присущими ей по природе. Руководству компании следует учесть мнение потребителей и устранить эти недостатки, особенно с учетом того, что, как можно предположить, для самой «Почты России» торговля продуктами питания является одним из стратегических направлений деятельности (это подтверждает, в частности, проект сотрудничества с розничной сетью «Магнит» по открытию ее точек продаж в почтовых отделениях²⁰).

Отметим, что технологические и логистические компетенции «Почты России» позволяют ей организовать и мобильную

¹⁸ Смирнова О. И письмо отправил, и тушенку купил: почему «Почта России» превратилась в магазин // Толк. 10.02.2020. URL: <https://tolknews.ru/news/30014-zasem-v-pochtovyh-otdeleniya-prodaut-produkty> (дата обращения: 17.07.2023).

¹⁹ Запретить «Почте России» торговлю непрофильными товарами // Российская общественная инициатива. 02.02.2021. URL: <https://www.roi.ru/61396/> (дата обращения: 18.07.2023).

²⁰ «Магнит» откроет 2000 магазинов в отделениях «Почты России» // Ведомости. 29.11.2018. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2018/11/29/787878-magnit-otkroet> (дата обращения: 04.06.2023).

торговлю, что может стать следующим шагом по повышению физической доступности продуктов питания для населения.

«Почта России» благодаря ее присутствию во всех районах нашей страны может стать значимым игроком на рынке продовольственной розницы (не по объему продаж, а по созданию условий для приобретения продуктов питания в удаленных и труднодоступных населенных пунктах, т.е. не с коммерческой, а с социальной точки зрения). По этой причине ее потенциал (как и других компаний с федеральным присутствием) необходимо принимать во внимание при разработке инструментов обеспечения продовольственной безопасности страны.

Такие компании, помимо (или вместо) самостоятельной торговли, могли бы открывать доступ к своей транспортно-складской инфраструктуре локальным торговым предприятиям из удаленных и труднодоступных районов, тем самым повысив эффективность их логистики. Более того, эти компании могли бы разработать свой бренд розничной торговли и развивать на его основе франчайзинговые торговые сети из местных магазинов, обеспечивая их логистической поддержкой и, возможно, предоставляя излишки своих площадей им в аренду. Такая стратегия соответствует модели экосистемного развития, выступающей в настоящее время в качестве магистрального направления эволюции организаций.

Военная торговля

Вооруженные силы многих государств, включая Россию, имеют собственные внутренние структуры, отвечающие за торговое обслуживание военнослужащих в местах их постоянной дислокации (в России этой деятельностью занимается ОАО «Военторг») [Коновалов, Порвадов, 2022; Курбанов, Попов, 2017]. Необходимость в создании независимой от гражданских торговых организаций системы военной торговли обусловлена следующими причинами:

– гражданские торговые операторы не могут вести свою деятельность в ряде мест дислокации войск из-за их удаленности от общенациональной транспортно-логистической сети, сложности привлечения торгового персонала, нехватки

собственной торговой инфраструктуры и пр. (эти факторы во многом сближают военную торговлю с описанной выше корпоративной) [Коновалов, Порвадов, 2022];

- уровень рисков в месте дислокации войск (в частности, в зоне боевых действий) может быть неприемлем для гражданских торговых операторов;

- места дислокации войск являются режимными объектами, что сильно усложняет создание гражданских магазинов;

- военная торговля выступает в качестве инструмента социальной поддержки военнослужащих (в том числе за счет возможности приобретения необходимых товаров по сниженным ценам, что также сближает ее с корпоративной торговлей). Такой частично нерыночный характер деятельности невыгоден для гражданских розничных операторов, которые ориентированы на получение прибыли.

При этом полностью противопоставлять военную и гражданскую торговлю некорректно, поскольку магазины военной торговли, расположенные в крупных городах, по организации своей деятельности не отличаются от обычных гражданских торговых точек (и даже могут не иметь ограничений на доступ в них невоенных потребителей).

В настоящее время система военной торговли нашей страны активно сотрудничает с гражданскими торговыми предприятиями, чтобы повысить эффективность использования объектов, находящихся в ведении Министерства обороны РФ, и улучшить качество торгового обслуживания военнослужащих [Курбанов, Попов, 2017].

С учетом текущей геополитической ситуации (и, в частности, необходимости организации торгового обслуживания населения Запорожской и Херсонской областей в составе Российской Федерации, где продолжаются боевые действия, и современные торговые форматы фактически отсутствуют²¹) мы предлагаем использовать потенциал сотрудничества между военными и гражданскими торговыми структурами, пересмотрев модель их

²¹ Денис Мантуров посетил Генчическ в Херсонской области // Правительство России. 09.07.2023. URL: <http://government.ru/news/48721/> (дата обращения: 17.07.2023); Ярмарки в Херсонщине как залог ценовой стабильности // Херсон. 16.07.2023. URL: <https://kherson-news.ru/society/2023/07/16/167316.html> (дата обращения: 17.07.2023).

партнерства: вместо привлечения гражданских предприятий для торгового обслуживания военнослужащих перейти к использованию ресурсной базы военной торговли для организации продажи продуктов питания гражданским лицам.

По нашему мнению, ОАО «Военторг» могло бы развернуть сеть торговых точек (возможно, временных) в Запорожской и Херсонской областях, чтобы обеспечить доступ местного населения к необходимым товарам по приемлемым ценам (сейчас, по имеющейся в открытых источниках информации, цены на продукты в этих регионах завышаются из-за сложности логистики, высоких рисков и низкого уровня конкуренции²²). В рамках этой модели возможно также использование мобильной торговли, потребность в которой в этих регионах довольно велика²³.

Благодаря упоминавшемуся выше партнерству военной торговли с «Пятерочкой»²⁴ такая временная сеть торговых точек могла бы иметь возможность получать товары по сравнительно низким закупочным ценам, а использование совместных логистических мощностей «Пятерочки» и «Военторга» позволило бы снизить издержки и повысить как экономическую, так и физическую доступность продовольствия. Через эту же сеть можно было бы распределять и гуманитарную помощь. Возможно, к развертыванию такой сети можно было бы привлечь Министерство по чрезвычайным ситуациям как организацию, обладающую большим опытом по налаживанию жизни в регионах, пострадавших от природных и техногенных катастроф.

После 2014 г. в России накоплен большой опыт использования ресурсов Вооруженных сил в интересах гражданских потребителей в регионах, вошедших в состав нашей страны (из свежих примеров можно упомянуть применение десантных кораблей для обслуживания Керченской переправы). Это позволяет говорить

²² Гаврилюк С., Дубровина Е., Мосолкина Д., Полухин А. В ДНР и ЛНР появятся крупные распределительные центры для снабжения товарами местных магазинов // Ведомости. 29.03.2023. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2023/03/29/968524-v-dnr-i-lnr-poyavyatsya-krupnie-raspre-delitelnie-tsentr-dlya-snabzheniya-tovarami-magazinov> (дата обращения: 17.07.2023).

²³ Денис Мантуров посетил Генчиск в Херсонской области // Правительство России. 09.07.2023. URL: <http://government.ru/news/48721/> (дата обращения: 17.07.2023).

²⁴ Зетилов И. «Военторг-Пятерочка» продолжает наступление // Комсомольская правда. 23.05.2016. URL: <https://www.kp.ru/daily/26532.5/3549529/> (дата обращения: 17.07.2023).

о возможности и целесообразности использования организаций военной торговли для обеспечения населения продуктами питания в регионах с высоким уровнем военных рисков²⁵.

Выше мы указывали, что кооперативная и военная торговля в нашей стране являются сравнительно неэффективными моделями организации торговой деятельности (именно поэтому для повышения качества торгового обслуживания военнослужащих «Военторг» выстраивает сотрудничество с «Пятерочкой»). Тем не менее у военной торговли есть и важные преимущества (в частности, компетенции в сфере розничного обслуживания клиентов в зонах с неблагоприятными условиями ведения хозяйственной деятельности и высоким уровнем рисков), которые могут быть использованы для организации розничной торговли продовольствием в прифронтной зоне (где важны не сервис и передовые торговые технологии, а принципиальная способность обеспечить доступ массового потребителя к продуктам питания). Очевидно, что после восстановления мира данная форма торговли должна замещаться традиционной продовольственной розницей.

Обсуждение

Преимущества и недостатки различных видов АФРТ, а также наши рекомендации по их использованию для обеспечения физической доступности продуктов питания в регионах, где традиционная продовольственная розница отсутствует или развита слабо, представлены в таблице.

Подчеркнем, что предлагаемые решения являются не взаимоисключающими, а взаимодополняющими. Для разных регионов (в зависимости от плотности населения, расстояния между населенными пунктами и т.д.) и разных видов продовольствия (овощи, фрукты, продукты длительного хранения и пр.) целесообразно использовать разные модели АФРТ.

²⁵ Насколько можно судить по информации в открытых источниках, Вооруженные силы РФ (ВС РФ) в настоящее время оказывают логистическую поддержку гуманитарным проектам в новых регионах, направленным на обеспечение продовольственной безопасности населения. См., например, информацию (URL: <https://t.me/olgavyazovskaya2014/554>) о проекте «Социальная столовая» в г. Мариуполь (ДНР). Это подтверждает обоснованность наших рекомендаций об использовании логистического потенциала ВС РФ для организации продовольственного обеспечения населения.

Направления использования альтернативных форм организации торговли продуктами питания

Вид альтернативной торговли	Преимущества	Недостатки	Рекомендации по использованию
Мобильная	<ul style="list-style-type: none"> - Независимость от стационарной торговой инфраструктуры; — возможность охвата большого количества населенных пунктов; — возможность работы со сравнительно невысоким локальным платежеспособным спросом 	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие экономии на масштабе производства; — низкая производительность торговой деятельности; — зона охвата региона ограничена возможностями транспортного средства 	<p>Создание единого федерального оператора (или группы региональных операторов) мобильной торговли в формате государственно-частного партнерства на основе одной из федеральных торговых розничных компаний</p>
Корпоративная	<p>Присутствие торговых точек в удаленных и труднодоступных регионах</p>	<p>Отсутствие ориентации на обслуживание некорпоративных потребителей</p>	<p>Предоставление государственной поддержки для обеспечения охвата торговыми услугами некорпоративных потребителей</p>
Федеральные компании	<ul style="list-style-type: none"> - Всероссийский масштаб деятельности; — отлаженная логистика 	<ul style="list-style-type: none"> - Узкий ассортимент; — отсутствие активов, необходимых для полноценной продовольственной розницы 	<ul style="list-style-type: none"> - Партнерство с розничными сетями для открытия совместных продовольственных торговых точек; — подключение локальных торговых предприятий к логистической инфраструктуре федеральной компании для поддержки их торговой деятельности; — государственная поддержка для расширения торговой деятельности федеральных компаний (включая дополнительный ассортимент и необходимые для него активы)
Военторг	<p>Наличие компетенций в сфере ведения торговли в удаленных и труднодоступных регионах и зонах боевых действий</p>	<p>Отсутствие ориентации на массового потребителя</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Организация временной сети торговых точек для обслуживания населения в регионах с высоким уровнем военных рисков; — допуск массового потребителя к торговым точкам в удаленных и труднодоступных регионах

Необходимо также помнить о том, что отдельные альтернативные формы торговли могут отсутствовать в регионе (например, корпоративная торговля). Это означает, что система продовольственного обеспечения районов с недостаточно развитой традиционной продовольственной розницей должна строиться на специфическом для каждого конкретного региона сочетании АФРТ.

Кроме того, применение альтернативных моделей розничной торговли представляет собой компенсации провалов традиционной продовольственной розницы в отдельных населенных пунктах, а не полный отказ от нее. Государству и региональным властям необходимо уделять пристальное внимание созданию условий для развития традиционной торговли и постепенного вытеснения ею альтернативных форм (на тех рынках, где для этого существуют экономические предпосылки), поскольку именно традиционная розница способна обеспечить максимальный комфорт потребителей с точки зрения разнообразия предложения, удобства совершения покупки и т.д. Примерами такого вытеснения являются проекты «КООП-Пятерочка»²⁶ и «Пятерочка-Военторг»²⁷.

Создание условий для развития традиционной торговли в удаленных и труднодоступных районах может включать в себя и содействие освоению традиционными розничными операторами новых форматов работы, характерных для АФРТ (например, мобильной торговли), а также инновационных торговых и логистических технологий (использование беспилотной авиации [Охапкин и др., 2020]).

Отметим, что в данной работе перечислены не все возможные решения. Мы ограничились рассмотрением тех моделей, которые уже используются для создания АФРТ, и оценкой целесообразности расширения их использования.

Выводы

Стратегия обеспечения физической доступности продовольствия для населения Российской Федерации должна включать в себя использование потенциала АФРТ. При этом альтернативная и традиционная розница должны не замещать, а дополнять друг друга,

²⁶ Дуленкова А. «Пятерочка» за кооператив // Коммерсантъ. 13.04.2017. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3269265> (дата обращения: 17.07.2023).

²⁷ Зетилов И. «Военторг-Пятерочка» продолжает наступление // Комсомольская правда. 23.05.2016. URL: <https://www.kp.ru/daily/26532.5/3549529/> (дата обращения: 17.07.2023).

обслуживая те рынки, специфике которых они соответствуют. Кроме того, они могут развивать различные формы партнерства. Традиционная продовольственная розница может включать альтернативные модели в свою сферу деятельности, тогда как АФРТ могут опираться на инфраструктуру и компетенции традиционной розничной торговли продуктами питания.

Литература

Белозерова И.В., Еремина Л.В. Организация доставки продуктов питания и товаров народного потребления в отдаленные районы с помощью автолавки // Перспективы развития технологий транспортных процессов: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 01 марта 2022 года / Отв. ред. В.А. Зеликов. Воронеж: Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова, 2022. С. 14–19. DOI: 10.34220/PDTPRT2022_14–19

Воронов Н.Д., Баранова О.А. Использование системного анализа в изучении тенденций развития розничной торговли Свердловской области // Вестник Забайкальского государственного университета. 2023. Т. 29. № 2. С. 147–154. DOI: 10.2109/2227–9245–2023–29–2–147–154

Делахова А.М. Обеспечение населения арктических и северных районов социально значимыми продовольственными товарами // Общество и экономика. 2018. № 6. С. 95–107. DOI: 10.7868/S0207367618060067

Евдокимов А.Н., Сироткин А.Н., Крюков Я.В. Россия на Шпицбергене: история изучения, проблемы освоения недр и перспективы на будущее // ЭКО. 2018. № 4(526). С. 83–101. DOI: 10.30680/ЕСО0131-7652-2018-4-83-101

Калугина З.И. Экономическая доступность продовольствия: региональные и социальные различия // ЭКО. 2021. № 2(560). С. 165–175. DOI: 10.30680/ЕСО0131-7652-2021-2-165-175

Капустина И.В., Семенова Е.С. Значение торговли в социально-экономическом развитии России // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сб. трудов всероссийской научной и учебно-практической конференции, в 3 ч., Санкт-Петербург, 27–29 мая 2020 года. Ч. 3. Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 130–134.

Кириллова Т.В. Перспективы развития особой экономической зоны в Арктике // Петербургский экономический журнал. 2021. № 4. С. 93–102. DOI: 10.24412/2307–5368–2021–4–93–102

Коновалов В.Б., Порвадов М.Г. Развитие торговой инфраструктуры в местах компактного проживания личного состава как элемент военно-экономической безопасности системы продовольственного обеспечения спецпотребителей // Вестник Военной академии материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева. 2022. № 4(32). С. 91–99.

Крамаренко А.А., Фоменко А.С. Направления по обеспечению продовольственной безопасности Донецкой Народной Республики: анализ состояния, приоритетные сферы развития // Вестник Института экономических исследований. 2021. № 3(23). С. 10–19.

Курбанов А.Х. Обеспечение продовольственной безопасности мегаполисов: теория и практика // Национальные приоритеты России. 2015. № 2. С. 133–142.

Курбанов А.Х., Плотников В.А. Государственно-частное партнерство и аутсорсинг: сравнительный анализ структуры и характера отношений // В мире научных открытий. 2013. № 4(40). С. 33–47.

Курбанов А.Х., Попов А.С. Развитие системы торгового обслуживания военных потребителей в современных условиях // Научный вестник Вольского военного института материального обеспечения: военно-научный журнал. 2017. № 2(42). С. 91–95.

Митяшин Г.Ю. Трансформация продовольственной безопасности в условиях постиндустриальной экономики // Вестник НГИЭИ. 2022а. № 9(136). С. 120–135. DOI: 10.24412/2227-9407-2022-9-120-135

Митяшин Г.Ю. Кооперация как инструмент повышения продовольственной безопасности // Закономерности развития региональных агропродовольственных систем. 2022b. № 1. С. 52–56.

Охапкин А.А., Егошин С.Ф., Клочков В.В. Интегрированные авиационные системы комплексного жизнеобеспечения в малонаселенных регионах России: перспективы и принципы построения // Россия: тенденции и перспективы развития: ежегодник, Курск, 05–06 июня 2020 г. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2020. С. 903–909.

Полешикина И.О. Оценка эффективности продовольственного обеспечения районов Крайнего Севера России // Экономика региона. 2018. Т. 14. № 3. С. 820–835. DOI: 10.17059/2018-3-10

Порцель А.К. Российские шахты на Шпицбергене и поддержка их со стороны государства // Клио. 2017. № 5(125). С. 51–58.

Семенова Е.И., Новиков В.Г. Государственно-частное партнерство как инструмент социального развития сельских территорий России: подходы и ограничения // Экономика сельского хозяйства России. 2021. № 2. С. 89–92. DOI: 10.32651/212-89

Семенова Е.И., Симонов С.Ю., Семенов А.В. Планирование развития социальной инфраструктуры сельских территорий // АПК: экономика, управление. 2022. № 12. С. 84–89. DOI: 10.33305/2212-84

Шарыпова О.А. Продовольственное самообеспечение Магаданской области в контексте вызовов развития региональной продовольственной системы // Региональная экономика: теория и практика. 2022. Т. 20. № 12(507). С. 2295–2316. DOI: 10.24891/re.20.12.2295

Fishback P. Did Coal Miners “Owe Their Souls to the Company Store”? Theory and Evidence from the Early 1900s // The Journal of Economic History. 1986. Vol. 46. No 4. 1011–1029. DOI: 10.1017/S0022050700050695

Plotnikov V., Nikitin Yu., Maramygin M., Ilyasov R. National food security under institutional challenges (Russian experience) // International Journal of Sociology and Social Policy. 2021. Vol. 41. No. 1/2. P. 139–153. DOI: 10.1108/IJSSP-03-2020-0074

Статья поступила 19.07.2023

Статья принята к публикации 29.09.2023

Для цитирования: *Котляров И.Д.* Альтернативные модели организации продовольственной розницы в удаленных и труднодоступных регионах // ЭКО. 2023. № 11. С. 86–109. DOI: 10.30680/ЕСО0131-7652-2023-11-86-109

Информация об авторе

Котляров Иван Дмитриевич (Санкт-Петербург) – кандидат экономических наук, доцент. Высшая школа сервиса и торговли; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого.

E-mail: ivan.kotliarov@mail.ru; ORCID: 0000-0003-0119-9392

Summary

I.D. Kotlyarov

Alternative Models of Food Retail in Remote and Hard-to-reach Regions

Abstract. The paper argues that traditional food retail does not fully cope with the task of providing the Russian population with food products, which is primarily due to the peculiarities of the country's geography and the current geopolitical situation. This problem can be partially solved on the basis of alternative models of food trade organization. An overview of the latter is given, their advantages and disadvantages are described, and general recommendations for their application are formulated. In the author's opinion, the strategy of food retail development in Russia (as an element of the food security strategy), along with creating conditions for the coverage of traditional retail trade in those regions where it is still absent, should include the promotion of alternative forms of food retail.

Keywords: *food security; food retailing; remote and hard-to-reach regions; mobile trade; military trade; corporate stores; public-private partnership*

References

- Belozeroва, I.V., Eremina, L.V. (2022). *Organization of delivery of food and fast moving consumer goods to remote areas by mobile shops*. Prospects of development of transport processes. Proceedings of the All-Russian scientific and practical conference. Voronezh. Pp. 14–19. (In Russ.). DOI: 10.34220/PDTPT2022_14–19
- Delakhova, A.M. (2018). Supplies of socially important food to the population of Arctic and Northern regions. *Society and Economics*. No 6. Pp. 95–107. (In Russ.). DOI: 10.7868/S0207367618060067
- Evdokimov, A.N., Sirotkin, A.N., Kryukov, Ya.V. (2018). Russia on Spitsbergen: history of studying, problems of subsoil and prospects for the future. *ECO*. No. 4(526). Pp. 83–101. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2018-4-83-101
- Fishback, P. (1986). Did Coal Miners “Owe Their Souls to the Company Store”? Theory and Evidence from the Early 1900s. *The Journal of Economic History*. Vol. 46. No. 4. Pp. 1011–1029. DOI:10.1017/S0022050700050695
- Kalugina, Z.I. (2021). Economic accessibility of food: regional and social differences. *ECO*. No. 2(560). Pp. 165–175. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2021-2-165-175
- Kapustina, I.V., Semenova, E.S. (2020). *The role of trade in social and economic development of Russia*. Fundamental and applied research in the field of management, economics and trade. Papers of the All-Russian scientific, educational and practical conference. St. Petersburg. Pp. 130–134. (In Russ.).
- Kirillova, T.V. (2021). Prospects of development of a special economic zone in the Arctic. *Peterburgskiy ekonomicheskij zhurnal*. No. 4. Pp. 93–102. (In Russ.). DOI: 10.24412/2307-5368-2021-4-93-102
- Konovalov, V.B., Porvadov, M.G. (2022). Development of trade infrastructure in the areas of living of military staff as an element of military and economic security of the system of food supplies for special customers. *Vestnik Voennoy akademii materialno-tekhnicheskogo obespecheniya im. generala armii A.V. Khruleva*. No. 4(32). Pp. 91–99. (In Russ.).
- Kramarenko, A.A., Fomenko, A. (2021). Ways to ensure food security of Donetsk People's Republic: analysis of the present situation, priority spheres of development. *Vestnik Instituta ekonomicheskikh issledovaniy*. No. 3(23). Pp. 10–19. (In Russ.).
- Kurbanov, A.Kh. (2015). Ensuring food security of megalopolises: theory and practice. *National priorities of Russia*. No. 2. Pp. 133–142. (In Russ.).

Kurbanov, A. Kh., Plotnikov, V.A. (2013). Public-private partnership and outsourcing: a comparative analysis of the structure and character of relations. *In the world of scientific discoveries*. No. 4(40). Pp. 33–47.

Kurbanov, A. Kh., Popov, A.S. (2017). Development of the system of trade service for military customers in the current situation. *Nauchnyy vestnik Vol'skogo voennogo instituta materialnogo obespecheniya: voenno-nauchnyy zhurnal*. No. 2(42). Pp. 91–95. (In Russ.).

Mityashin, G. Yu. (2022a). Transformation of food security in the post-industrial economy. *Vestnik NGIEI*. No. 9(136). Pp. 120–135. (In Russ.). DOI: 10.24412/2227–9407–2022–9–120–135

Mityashin, G. Yu. (2022b). Cooperation as a tool of increase of food security. *Zakonomernosti razvitiya regionalnykh agroproduktovennykh system*. No. 1. Pp. 52–56. (In Russ.).

Okhupkin, A.A., Egoshin, S.F., Klochkov, V.V. (2020). Integrated aviation systems of complex supplies in less-populated areas of Russia: prospects and principles of building. *Rossiya: tendentsii i perspektivy razvitiya. Ezhegodnik*. Russia: trends and prospects of development. Yearbook. Moscow. Pp. 903–909. (In Russ.).

Plotnikov, V., Nikitin, Yu., Maramygin, M., Ilyasov, R. (2021). National food security under institutional challenges (Russian experience). *International Journal of Sociology and Social Policy*. Vol. 41. No. 1/2. Pp. 139–153. DOI: 10.1108/IJSSP-03–2020–0074

Poleshkina, I.O. (2018). Evaluation of effectiveness of food supplies to the regions of Extreme North of Russia. *Economy of Region*. Vol. 14. No. 3. Pp. 820–835. (In Russ.). DOI: 10.17059/2018–3–10

Portsel, A.K. (2017). Russian mines in Spitsbergen and their state support. *Klio*. No. 5(125). Pp. 51–58. (In Russ.).

Semenova, E.I., Novikov, V.G. (2021). Public-private partnership as a tool of social development of rural territories of Russia: approaches and limitation. *Ekonomika selskogo khozyaystva Rossii*. No. 2. Pp. 89–92. (In Russ.). DOI: 10.32651/212–89.

Semenova, E.I., Simonov, S.Yu., Semenov, A.V. (2022). Planning the development of social infrastructure of rural territories. *APK: ekonomika, upravlenie*. No. 12. Pp. 84–89. (In Russ.). DOI: 10.33305/2212–84

Sharypova, O.A. (2022). Food self-sufficiency of Magadan oblast in the context of challenges for the development of the regional food system. *Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika*. Vol. 20. No. 12(507). Pp. 2295–2316. (In Russ.). DOI: 10.24891/re.20.12.2295

Voronov, N.D., Baranova, O.A. (2023). Use of system analysis for study of trends of development of the retail trade in Sverdlovsk oblast. *Vestnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta*. Vol. 29. No. 2. Pp. 147–154. (In Russ.). DOI: 10.2109/2227–9245–2023–29–2–147–154

For citation: Kotlyarov, I.D. (2023). Alternative Models of Food Retail in Remote and Hard-to-reach Regions. *ECO*. No. 11. Pp. 86–109. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2023-11-86-109

Information about the author

Kotlyarov, Ivan Dmitrievich (St. Petersburg) – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor. Higher School of Service and Trade; Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University.

E-mail: ivan.kotliarov@mail.ru; ORCID: 0000–0003–0119–9392