

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2026. № 3 (257). С. 47–61.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2026. No. 3 (257). Pp. 47–61.

Научная статья

УДК 338.43

doi:10.46554/1993-0453-2026-3-257-47-61

Развитие форм розничной торговли продовольственными товарами в Калининградской области

Ольга Борисовна Ильина¹, Алла Евгеньевна Тарутина²

^{1,2} Калининградский государственный технический университет, Калининград, Россия

¹ olga.ilina@klgtu.ru

² alla.tarutina@klgtu.ru

Аннотация. Базовые положения Доктрины продовольственной безопасности по обеспечению физической доступности продовольствия населению реализуются в том числе посредством развития различных форм розничной торговли. Общие тенденции развития экономики, цифровизация, изменение потребительских предпочтений, внешние факторы оказывают влияние на формы розничной торговли и их соотношение в общем объеме товарооборота. Данное исследование призвано оценить структурные сдвиги в формах розничной торговли продовольствием в соответствии с общими тенденциями развития экономики и возможность приобретения продуктов питания различными возрастными группами в зависимости от потребительских привычек в отношении способов совершения покупки. В результате ретроспективного и структурного анализа статистических данных и агрегации результатов опросов общественного мнения установлено смещение потребительских предпочтений, выразившееся в значительном снижении доли рыночной и ярмарочной торговли в пользу розничных торговых сетей, рост онлайн-торговли продуктами питания. Выявлено проникновение процессов цифровизации в отрасль сельского хозяйства, в том числе в кооперацию сельхозпроизводителей через агроагрегаторы. Несмотря на изменение потребительских привычек, остается значительная часть населения, предпочитающего традиционные способы покупки товаров на рынках и ярмарках. В целях обеспечения физической доступности продовольствия всем группам населения продолжается поддержка рыночной и ярмарочной торговли, мобильных объектов торговли, несмотря на их незначительную долю в товарообороте. Для Калининградской области характерны кооперация локальных производителей, рост доли онлайн-торговли продуктами питания более высокими темпами, чем в среднем по России. Можно заключить, что в целом развитие розничной торговли в Калининградской области происходит в соответствии с общероссийскими тенденциями, но с некоторыми особенностями, обусловленными эксклавым положением региона и ограниченной емкостью рынка.

Ключевые слова: розничная торговля, продовольственная безопасность, продовольственный сектор, сельское хозяйство, фермерство, агроагрегаторы

Основные положения:

- ◆ наряду с традиционными формами розничной торговли продовольствием развиваются новые формы, обусловленные процессами цифровизации экономики;
- ◆ розничные и, в частности, сетевые розничные магазины занимают основную долю в товарообороте в то время, как доля рыночной и ярмарочной торговли неуклонно снижается;
- ◆ на основе интернет-платформ активно развиваются агроагрегаторы сельскохозяйственной продукции, осуществляющие закупку фермерской продукции для реализации в розничных торговых сетях.

Для цитирования: Ильина О.Б., Тарутина А.Е. Развитие форм розничной торговли продовольственными товарами в Калининградской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2026. № 3 (257). С. 47–61. doi:10.46554/1993-0453-2026-3-257-47-61.

© Ильина О.Б., Тарутина А.Е., 2026

Development of forms of food retail in the Kaliningrad region

Olga B. Ilina¹, Alla E. Tarutina²

^{1,2} Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russia

¹ olga.ilina@klgtu.ru

² alla.tarutina@klgtu.ru

Abstract. The fundamental provisions of the Food Security Doctrine to ensure physical availability of food to the population are implemented through the development of various forms of retail. The general tendencies in economic development, digitalization, changes in consumer preferences, external factors affect the forms of retail in the forms of food retail in accordance with general trends in economic development, and the possibility of purchasing food products by different groups of the population depending on consumer habits regarding purchasing methods. As a result of retrospective and structural analysis of statistical data and aggregation of public opinion survey results, a shift in consumer preferences was revealed, expressed in a significant decrease in the share of market and fair trade. It should be noted the growth of retail chains and online food trading. Penetration of digitalization processes into the agricultural sector, including cooperation of agricultural producers through agro-aggregators. Despite the change in consumer habits, there remains a significant portion of the population that prefers traditional ways of purchasing goods in markets and fairs. In order to ensure physical availability of food for all groups of the population, support for market and fair trade, mobile commercial outlets continues despite their small share in the turnover. The Kaliningrad region is characterized by cooperation of local producers, the increase in the share of online trading in food products at a higher rate than the Russian average. In general, it can be concluded that the development of retail in the Kaliningrad region is in accordance with all-Russian trends with the features due to the exclave position of the region and limited market capacity.

Keywords: retail, food security, food sector, agriculture, farming, agro-aggregators

Highlights:

- ◆ along with traditional forms of food retail, new forms are developing, due to the processes of digitalization of the economy;
- ◆ retail and, in particular, chain retail stores occupy the main share in the turnover, while the share of market and fair trading is steadily declining;
- ◆ on the basis of the Internet platforms, agricultural aggregators of agricultural products are actively developing, purchasing farm products for sale in retail chains.

For citation: Ilina O.B., Tarutina A.E. Development of forms of food retail in the Kaliningrad region // Vestnik of Samara State University of Economics. 2026. No. 3 (257). Pp. 47–61. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2026-3-257-47-61.

Введение

Продовольственная безопасность государства обеспечивается не только производством продуктов питания, но и их реализацией населению посредством розничной торговли. Удельный вес продовольственных товаров в общем объеме оборота розничной торговли в Российской Федерации достаточно высок и находится в пределах 48,44% и 47,33% соответственно в 2010 и 2024 гг. [1].

Важность розничной торговли в обеспечении национальной безопасности страны формирует высокий интерес исследователей к этой теме. В исследовании [2] указано на расширение роли розничной торговли в системе обеспечения продовольственной безопасности – от актора, осуществляющего продажу продукции населению, до комплексной площадки управления продовольственным снабжением. Одним из элементов расширения

функций розничной торговли стало формирование агроагрегаторов, в том числе сетевым ритейлом, вклад которых в развитие реализации фермерской продукции рассмотрен в работах [3; 4]. В работах [5; 6] исследован вопрос установления цен в розничных торговых сетях как элемент обеспечения экономической доступности продовольствия населению. В работе [7] исследовался вопрос как экономической, так и физической доступности продовольственных товаров для жителей Калининградской области.

Активно изучаются тенденции в развитии розничной торговли в ответ на новые вызовы. В работах [8–10] выделяют рост осмысленного и экологичного потребления, цифровизацию, рост конкуренции между крупными торговыми сетями и локальными брендами. Помимо этого, для России характерно замещение импортной продукции и иностранных брендов, ушедших с рынка. Продолжается тенденция перехода сетевого ритейла в онлайн-сегмент, отмеченная [11; 12] в 2021 г. и сформированная в период пандемии COVID-19.

Рост осмысленного и экологичного потребления отмечен и в исследованиях Научно-исследовательского института органического сельского хозяйства (Швейцария). По его оценкам, рост рынка органической продукции составил 136,4 млрд евро в 2023 г. против с 14,1 млрд евро в 1999 г. [13]. Все это стимулирует спрос на экологически чистую, локальную, фермерскую продукцию. Здесь важным объектом исследования становятся сельскохозяйственные рынки и ярмарки, которые, как отмечается в работе [14], имеют высокую социальную и экономическую значимость в части обеспечения населения локальной сельскохозяйственной продукцией.

В исследованиях [3; 15] уделяется внимание такому важному элементу в обеспечении продовольствием населения, как потребительские кооперативы, способствующие расширению ассортимента продовольствия за счет закупки ее у сельхозпроизводителей, в том числе фермерских хозяйств, что также подчеркивает и их социальную значимость.

Многие исследователи уделяют внимание вопросу развития розничной торговли на региональном уровне, выделяя такие аспекты, как

важность развития доступа фермерских хозяйств на региональный рынок розничной торговли через различные меры государственной поддержки, развитие кооперации и цифровых инструментов [4; 16].

Вопрос развития розничной торговли продовольствием является актуальным и для Калининградской области. Отсутствие общих границ с другими регионами накладывает определенные ограничения на обеспечение свободного перемещения товаров. С введением санкций в отношении России в 2022 г. ситуация с доставкой товаров между Калининградской областью и основной территорией страны усложнилась. Большинство грузов в настоящее время перемещаются морским транспортом, что значительно увеличивает сроки доставки, удорожает стоимость перевозки и сужает ассортимент поставляемой продукции.

В связи с актуальностью вопроса обеспечения продовольственной безопасности региона целью исследования стало выявление трендов развития розничной торговли продовольствием в Калининградской области и влияние их на физическую доступность продовольствия населению.

Учитывая, что розничная торговля в настоящее время – это активно развивающаяся и трансформирующаяся отрасль экономики, были поставлены следующие задачи исследования:

- ◆ исследование соотношения форм розничной торговли продовольствием;
- ◆ анализ влияния общеэкономических трендов на развитие розничной торговли продовольствием;
- ◆ выявление роли процессов цифровизации экономики в обеспечении рынка продовольственной и, в частности, сельскохозяйственной продукцией.

Методы

Для анализа различных форм розничной торговли продовольствием населению применен системный подход. Динамика и соотношение различных форм розничной торговли продовольственными товарами исследованы с помощью методов структурного анализа на основе данных Росстата по объемам и формам торговли в Калининградской области и Россий-

ской Федерации за период с 2010 по 2024 г. Проведен анализ потребительских предпочтений покупки продовольственных товаров на основе социологических опросов ВЦИОМ, осуществляемых выборочным методом среди жителей России от 18 лет, ответы которых сгруппированы по возрастным группам и федеральным округам. Динамический анализ объемов интернет-торговли основан на суммировании данных за период с 2018 по 2024 г. по категории товаров «продукты питания» по региону «Калининградская область» и стране в целом. При обработке статистической информации использовались такие методы, как агрегирование, графический, структурный и ретроспективный анализ.

Результаты

При исследовании вопроса развития розничной торговли продовольственной продукцией процесс передачи продукции от производителя к потребителю можно представить как два взаимосвязанных процесса:

- ◆ реализация продукции производителями;
- ◆ приобретение продукции потребителями.

Основными путями приобретения продовольственных товаров потребителями являются рынки/ярмарки и магазины, в том числе интернет-платформы.

Способами реализации продовольственной продукции населению выступают рынки/ярмарки, фирменные магазины агропроизводителей, розничные магазины, кооперативы и агрегаторы (рис. 1). В данном случае в виде агрегаторов можно представить как опто-

вые склады, так и платформенные интернет-агрегаторы.

При рассмотрении этого процесса видно, что реализация продукции может осуществляться как напрямую потребителю от производителя, так и опосредованно. Кроме того, часть посредников может вступать во взаимодействие в процессе организации сбыта продукции: так, агрегаторы и кооперативы могут поставлять приобретенную у агропроизводителей продукцию в розничные магазины.

Исторически традиционной формой торговли продовольствием, в частности сельскохозяйственными товарами, является рынок или сельскохозяйственная ярмарка. Данная форма торговли остается актуальной и сейчас. По данным ВЦИОМ, 61% россиян используют данную форму розничной торговли, из них 28% посещают рынок несколько раз в месяц, 19% – несколько раз в год, 13% – несколько раз в неделю. При этом отмечается, что такой формат предпочтителен для жителей больших городов и наиболее часто рынки посещают жители Южного и Северо-Кавказского федеральных округов [17].

Вместе с тем статистка свидетельствует о неуклонном снижении доли продаж посредством рыночной и ярмарочной торговли (табл. 1). Доля розничных рынков и ярмарок в общем обороте розничной торговли с 12,44% в 2010 г. снизилась до 3,76% в 2024 г. Это можно объяснить тем, что магазинная форма может быть представлена предприятиями разных форматов, типов и специализации, она больше приближена к покупателю, имеет удоб-

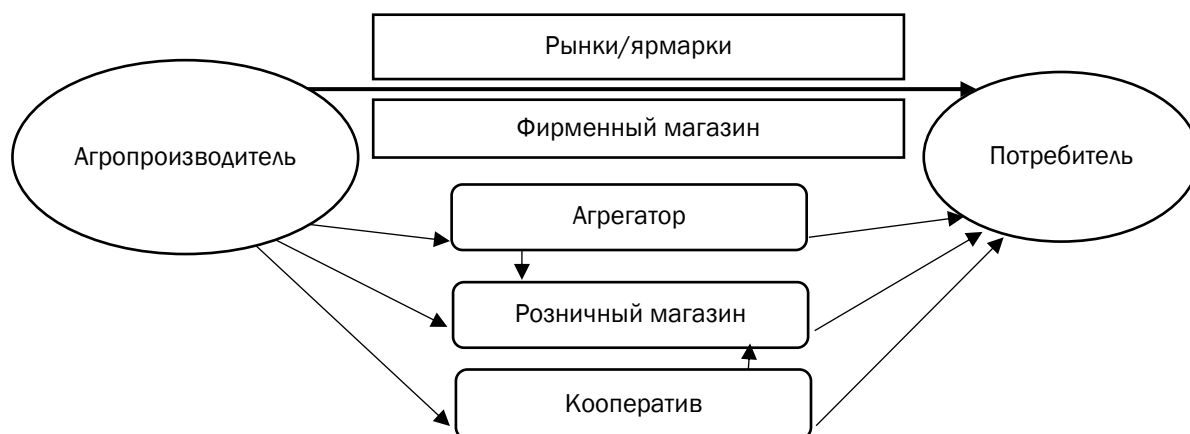


Рис. 1. Схема реализации продовольственной продукции от производителя потребителю

Таблица 1

Структура оборота розничной торговли РФ по формам продажи за 2010–2024 гг., тыс. руб.*

Период	Оборот розничной торговли, всего	В том числе			
		розничных торговых организаций		на розничных рынках и ярмарках	
		Абсолютное значение	%	Абсолютное значение	%
2010 год	16 512 047,0	14 457 153,8	87,56	2 054 893,2	12,44
2011 год	19 104 336,5	16 898 443,1	88,45	2 205 893,4	11,55
2012 год	21 394 526,2	19 126 304,5	89,40	2 268 221,7	10,60
2013 год	23 685 913,5	21 453 829,3	90,58	2 232 084,2	9,42
2014 год	26 356 237,3	24 057 249,0	87,40	2 298 988,3	12,60
2015 год	27 526 793,2	25 358 189,2	92,12	2 168 604,0	7,88
2016 год	28 240 884,9	26 298 361,0	93,12	1 942 523,9	6,88
2017 год	29 745 535,5	27 879 584,6	93,73	1 865 950,9	6,27
2018 год	31 579 371,8	29 799 468,9	94,36	1 779 902,9	5,64
2019 год	33 624 303,3	31 483 525,2	93,63	1 780 778,1	6,37
2020 год	33 876 660,2	32 286 817,9	95,31	1 586 842,3	4,69
2021 год	39 472 017,6	37 673 097,1	95,44	1 798 920,5	4,56
2022 год	42 577 015,9	40 605 884,9	95,37	1 97 1131,0	4,63
2023 год	48 155 722,4	46 094 201,1	95,72	2 061 921,3	4,28
2024 год	55 791 423,3	53 691 245,8	96,24	2 100 177,5	3,76

* Составлено на основе данных Росстата. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 04.09.2025).

ный режим работы и предлагает разнообразные торговые услуги, осуществляемые на платной и бесплатной основе. Кроме того, доля сетевых магазинов постоянно расширяется, вытесняя другие формы торговли.

В Северо-западном федеральном округе и Калининградской области не просто наблюдается та же тенденция (табл. 2) – доля оборота продаж на розничных рынках и ярмарках значительно меньше среднероссийских показателей – менее 1%.

Это объясняется постоянным сокращением числа розничных рынков и ярмарок. Если в 2015 г. в регионе функционировало 13 рынков, то в 2024 г. осталось только 7, причем большинство (4 рынка) – в Калининграде и только 3 – в области. Здесь можно отметить, что ввиду эксклавного положения большое количество сельхозпродукции импортировалось, что позволяло обеспечить устойчивое предложение товаров для рыночной торговли.

Аналогичная тенденция прослеживается и по ярмарочной торговле. Так, по данным регионального Министерства промышленности и торговли, в 2021 г. в областном центре насчитывалось 12 адресов для организации разнообразных ярмарок (универсальных, празднич-

ных, тематических, выходного дня), к 2022 г. – 10, а в 2023 г. – 8, из них сельскохозяйственная – всего одна. Она носит сезонный характер, так как функционирует с последних чисел августа до конца декабря ежедневно, кроме субботы и воскресенья [18].

Вместе с тем деятельность рынков и ярмарок является востребованной и необходимой формой торговли, обеспечивая прямую связь между потребителем и производителем. Максимальная их эффективность приходится на период сбора урожая и заготовок. На ярмарках и рынках жители региона могут приобрести свежую продукцию напрямую от местных сельхозпроизводителей по доступным ценам. Поэтому, согласно данным, приведенным в табл. 3, можно увидеть некоторое «оживление» ярмарочной торговли.

Кроме того, руководство региона приняло решение построить новый универсальный рынок в Ленинградском районе г. Калининграде на улице Ген. Челнокова. Для этих целей выделен земельный участок площадью 4715 м², часть которой будет отведена под реализацию сельскохозяйственной продукции.

Кроме ярмарочных площадей калининградским сельхозтоваропроизводителям пре-

Таблица 2

**Доля розничных рынков и ярмарок в розничном товарообороте по СЗФО
и Калининградской области за 2010–2024 гг., %***

Период	В среднем по РФ	СЗФО	Калининградская область
2010 год	12,44	4,6	5,4
2011 год	11,55	4,1	5,1
2012 год	10,60	3,1	4,6
2013 год	9,42	2,6	3,3
2014 год	12,60	2,2	3,0
2015 год	7,88	1,9	3,3
2016 год	6,88	1,6	3,3
2017 год	6,27	1,4	2,3
2018 год	5,64	1,3	2,3
2019 год	6,37	0,9	2,0
2020 год	4,69	0,6	1,6
2021 год	4,56	0,4	1,2
2022 год	4,63	0,5	1,1
2023 год	4,28	0,5	0,9
2024 год	3,76	0,5	0,6

* Составлено на основе данных Росстата. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 04.09.2025).

Таблица 3

Показатели ярмарочной и рыночной торговли в Калининградской области за 2019–2023 гг.*

Показатели	Период				
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Розничные рынки, число	9	9	9	8	8
Торговых мест на них	1569	1587	1636	1433	1207
Ярмарки, организованные в течение года	186	112	113	129	151
Торговых мест на них	5928	4514	4316	4267	4725

* Составлено на основе данных Росстата. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 04.09.2025).

доставлена возможность осуществления торговли в том числе посредством автолавок, автомагазинов и просто с борта транспортных средств. Для организации передвижной торговли предназначены 106 мобильных торговых объектов [7].

Несмотря на сокращение числа рынков и ярмарок, жители Калининградской области не испытывают трудностей с физической доступностью продовольствия. Фактическая обеспеченность населения региона площадью стационарных объектов превышает норматив почти в 1,5 раза (на 44,3%) [7]. Цифры свидетельствуют о том, что наиболее популярной формой торговли являются розничные и сетевые магазины. При этом несетевые формы торговли проигрывают сетевым [5]. То же подтверждают и опросы ВЦИОМ 2022 г.: гипер-

маркеты посещает 83% россиян. Причем наиболее часто, каждый день или несколько раз в неделю, гипермаркеты посещают молодые люди в возрасте до 34 лет [17].

Статистические данные подтверждают стремительное развитие розничных торговых сетей (далее – РТС). Их вклад в объем розничного товарооборота неуклонно растет последние 15 лет. Если в 2010 г. в среднем по РФ доля розничных торговых сетей в общем объеме розничного товарооборота составляла 17,5%, то в 2024 г. она достигла 35,9%, т.е. увеличилась почти в 2 раза. Если посмотреть на показатели по СЗФО, можно увидеть, что на протяжении всего рассматриваемого периода они значительно выше среднероссийского уровня. В качестве одной из причин можно обозначить высокую концентрацию рознич-

ных торговых сетей в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Они образуют крупную агломерацию с высокой плотностью населения, что способствует развитию РТС.

Среди причин популярности РТС у населения можно выделить следующие:

♦ более широкий и насыщенный ассортимент товаров, позволяющих в одном месте совершить комплексную покупку;

♦ самообслуживание как основной метод продажи, являющийся для потребителей наиболее комфортным и удобным: каждый покупатель для себя решает сам, сколько времени он проведет в магазине, может свободно подойти к любому товару, самостоятельно с ним ознакомиться, выбрать нужное количество;

♦ одинаковые стандарты при формировании ассортимента, размещении и выкладке товаров в торговом зале, что дает возможность покупателям легко ориентироваться в разных магазинах одного бренда.

В Калининградской области ситуация является уникальной (рис. 2). В 2010 г. доля розничных торговых сетей в Калининградской области соответствует среднероссийскому показателю 17,5%, однако ниже показателей СЗФО – 32,4%. Далее наблюдается рост доли РТС в регионе и к 2012 г. становится равным 27,2%, что выше среднероссийского показателя, но ниже показателя СЗФО. До 2014 г. доля РТС в Калининградской области несколько снижается, после чего наблюдается резкий скачок до 33,7%. Объяснить это можно

тем, что в условиях введения первых санкций приграничные страны еще не демонстрировали недружеского поведения, и торговые сети функционировали в комфортных для себя условиях. С 2020 по 2022 г. наблюдается стагнация, связанная с ковидными ограничениями в РФ и Европе, а также с санкциями, в том числе стран-соседей – членов ЕС. В 2023–2024 гг. РТС опять стали наращивать объемы реализации, и в 2024 г. доля РТС в Калининградской области превысила не только среднероссийские показатели в 35,9%, но и показатель по СЗФО – 43%, составив 45,4%. Это говорит о том, что крупные торговые предприятия приспособились к действию санкций, кроме того, экономия на издержках от масштаба позволяет иметь более устойчивую бизнес-модель по сравнению с мелкими розничными магазинами.

Новым витком развития розничной торговли стало применение цифровых технологий и создание платформ. Став агрегаторами для магазинов и производителей, интернет-платформы предлагают широкий ассортимент продовольственных товаров. Готовую продукцию можно приобрести как через сервисы доставки, такие как «Купер» и «Яндекс Еда» и т.п., благодаря которым можно осуществить покупку из локальных РТС, так и интернет-платформы «Озон», «Вайлдберриз», «Алиэкспресс», позволяющие осуществить доставку продовольственных товаров из других регионов России и мира. Оборот интернет-торговли продо-

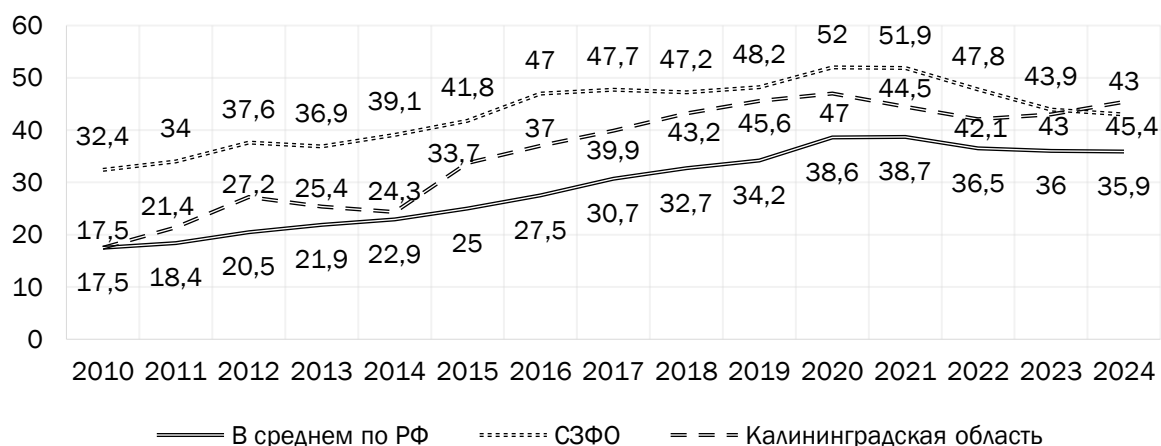


Рис. 2. Доля розничных торговых сетей в розничном товарообороте, %*

* Построено на основе данных Росстата. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 04.09.2025).

вольственными товарами как в России, так и в Калининградской области стремительно растет (рис. 3). Если в 2018 г. оборот интернет-торговли продуктами питания составлял 493,45 млн руб. в Калининградской области и 119,095 млрд руб. в России в целом, то к 2024 г. эти показатели возросли более чем в 15 раз в Калининградской области и в 12,7 раза в России в целом до 7,5 млрд руб. и 1,52 трлн руб. соответственно. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), доля продуктов питания в товарных категориях по рынку интернет-торговли в России в 2024 г. составила 17,4% [19].

Анализ темпов прироста интернет-торговли продовольственными товарами показывает постоянный рост с 2020 г. (рис. 4). При этом прирост по Калининградской области значительно выше общероссийского. В 2020 и 2024 гг. прирост интернет-торговли продовольственными товарами в Калининградской области составил 166,1% и 149,8% против 141,4% и 99,6% в среднем по России. Такие показатели обусловлены низкой емкостью регионального рынка и, как следствие, более ограниченным ассортиментом продукции, предлагаемой потребителям. В целом тенденция прироста оборота интернет-торговли соответствует общероссийской, но с более высокими показателями. Исключением наблюдаемой тенденции

стал 2022 г., что обусловлено проблемами с логистикой вследствие начала введения санкций в этот период и снижением общего объема грузооборота, что создало трудности для доставки интернет-заказов в эксклав. После нормализации ситуации и расширения морских перевозок ситуация стабилизировалась, и в 2024 г. наблюдается значительный прирост оборота интернет-торговли по Калининградской области – почти в 1,5 раза, в то время как в среднем по России прирост составил 99,6%. Стоит отметить, что в условиях ограниченного ассортимента, представленного в региональных организациях торговли, интернет-торговля позволяет потребителям Калининградской области расширить разнообразие потребляемых продуктов питания.

Еще одним исторически сложившимся способом сбыта и реализации продовольствия, в том числе сельскохозяйственной продукции, является кооперация. Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Калининградской области берет свое начало с 1947 г. в соответствии с Постановлением Президиума Центросоюза СССР и РСФСР № 550 от 12 июля 1947 г. Согласно ему были созданы потребительские общества в Багратионовском, Гвардейском, Гурьевском, Гусевском, Краснознаменском, Ладушкинском, Нестеровском, Озерском, Правдинском, При-

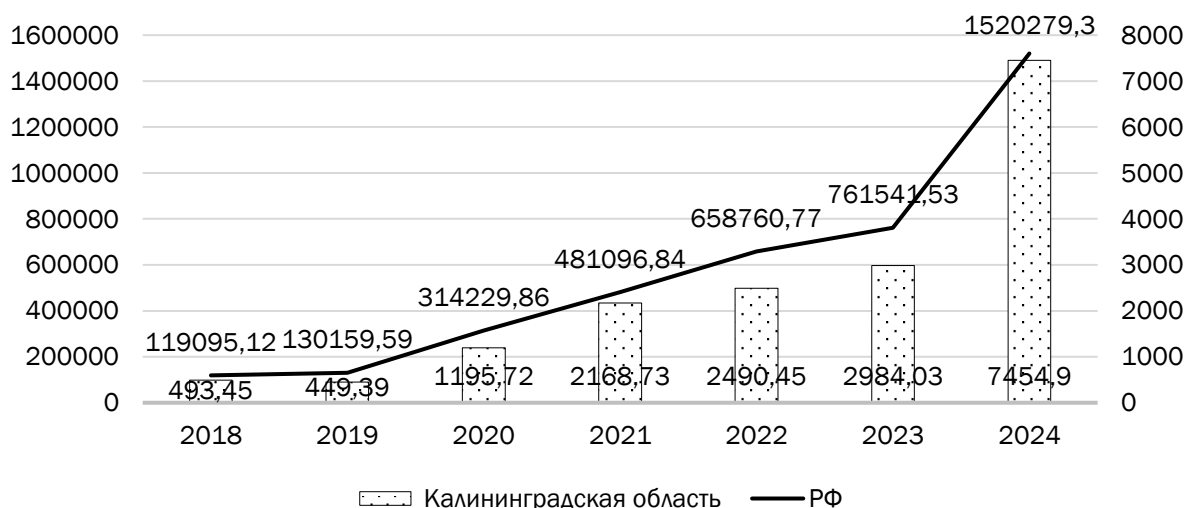


Рис. 3. Оборот интернет-торговли продуктами питания в Российской Федерации и Калининградской области, млн руб.*

* Построено на основе данных Ассоциации компаний интернет-торговли. URL: <https://akit.ru/analytics/trade> (дата обращения: 04.09.2025).

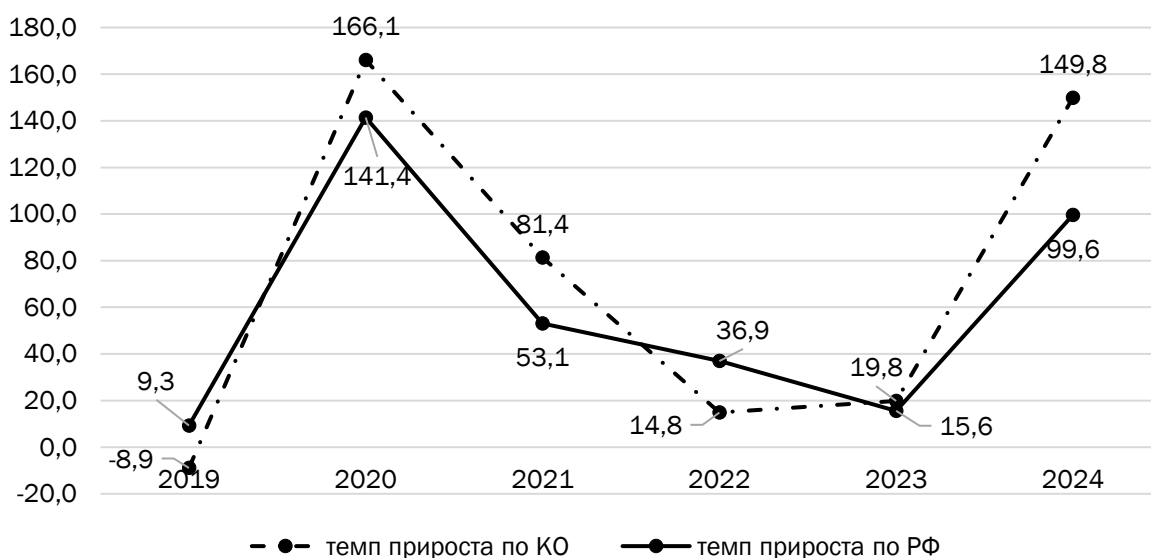


Рис. 4. Темпы прироста оборота интернет-торговли продуктами питания в Российской Федерации и Калининградской области, %*

* Построено на основе данных Росстата. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 04.09.2025).

морском, Полесском, Славском, Советском и Черняховском районах области [20]. В современной России новый импульс к развитию кооперация получила в период с 2018 по 2022 г. в форме государственных субсидий и грантов, благодаря которым была обновлена инфраструктура 11 кооперативов на сумму более 310 млн руб. [21]. Благодаря оказываемой грантовой поддержке развитие получили кооперативы в сферах товарной доработки и переработки плодово-ягодной и овощной продукции, производства молочных и мясных продуктов, сушки и доработки зерна.

За период с 2018 по 2022 г. совокупный объем результатов деятельности кооперативных организаций и предприятий региона составил свыше 10 млрд руб. Ежегодно кооператоры производят 1,7 тыс. т хлеба и хлебобулочных изделий, 799 тыс. дкл минеральной воды, напитков и др. В системе потребительской кооперации региона работает 24 производственных цеха, которые в 2022 г. произвели продукции на сумму более 260,7 млн руб., рост к уровню 2017 г. составил 129% [21].

В настоящее время потребительская кооперация Калининградской области осуществляет свою деятельность в 13 муниципальных округах области и обслуживает более 762 тыс. человек [20].

Наиболее успешными примерами кооперации являются:

- ♦ кооператив «Загорское», специализирующийся на товарной доработке, хранении и переработке овощей. Продукция кооператива поступает в торговлю, рестораны, отели и бюджетные учреждения региона;

- ♦ кооператив «Садоводы», специализирующийся на переработке и сбыте ягод и плодов, с 2022 г. и на хранении продукции с возможностью ее охлаждения и шоковой заморозки;

- ♦ кооператив «ЭКО-Фермер», специализирующийся на производстве фуа-гра и продукции из утиного мяса [21].

Несмотря на успешную деятельность сельскохозяйственных кооперативов, следует отметить их существенную зависимость от финансовой господдержки. За 2019–2020 гг. рентабельность деятельности данного вида организаций без субсидий была отрицательной [3].

Различные виды сельскохозяйственной деятельности, осуществляемой в рамках фермерского производства продукции, эко-, био- и органического земледелия представляют собой в основном мелкие производства, у которых существуют определенные трудности со сбытом продукции в виду естественных экономических особенностей таких форм хозяйствования.

С развитием цифровых технологий и интернет-платформ для взаимодействия производителей и потребителей происходит активное развитие электронной кооперации как предпринимателями – крупными ретейлерами, так и на основе государственных корпораций.

С 2021 г. реализуется проект «Фермерский островок», направленный на стимулирование сбыта фермерской продукции [22]. Кооперация фермеров в рамках данного проекта осуществляется на интернет-платформе Федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства. Суть его заключается в объединении продукции 10–15 фермеров на одном «Фермерском островке» в крупном сетевом магазине или иной форме розничной торговли, в частности:

- ◆ «магазин в магазине»;
- ◆ отдельный торговый объект;
- ◆ мобильная торговля;
- ◆ нестационарный торговый объект.

Такая форма интернет-кооперации положила начало развитию агроагрегаторов фермерской продукции – специализированных платформ, которые выполняют посреднические функции между производителями сельхозпродукции и торговыми сетями [23]. Их основная задача – закупка продукции у фермеров для дальнейшей ее реализации в магазинах, такой способ взаимодействия снижает логистические затраты для производителей и приближает товар к потребителям.

В 45 регионах страны уже действует 81 агроагрегатор [24], через которые сельхозпроизводители реализуют свою продукцию. В качестве примера можно привести РТС «Вкусвилл», приобретающую фермерскую продукцию для реализации в магазинах своей сети, и платформу Food Miles, закупающую товары у фермеров для крупных сетей [25].

Также крупный ритейлер «Магнит» в сотрудничестве с сельскохозяйственным потребительским перерабатывающим кооперативом «Солнечный круг» инициировали создание своего агрегатора, что позволило в 2024 г. увеличить продажи фермерской продукции от кубанских хозяйств в магазинах розничной сети «Магнит» на 35% [23].

Успешная реализация цифровых форм как непосредственно для кооперации произво-

дителей, так и для взаимодействия с потребителями подкрепляется законодательством в этой области. Федеральным законом от 08.08.2024 № 297-ФЗ внесены изменения в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 № 264-ФЗ, где введено понятие агроагрегаторов фермерской продукции и критерии возможности оказания поддержки агроагрегаторам со стороны государства.

По мнению российских экспертов [3; 4; 23; 25], развитие агроагрегаторов даст толчок к развитию сбытовых (торговых) сельскохозяйственных потребительских кооперативов.

Высокий интерес к таким формам сбыта фермерской продукции и положительная практика применения агроагрегаторов подтверждается и иностранными исследованиями [26; 27].

Авторы работы [26] на основе спроектированной ими математической модели предполагают, что агрегация продукции растениеводства позволит сформировать сбалансированную продовольственную систему в Индии, которая поможет преодолеть фрагментарность поставок в связи с неразвитостью инфраструктуры и непрозрачной системой ценообразования.

Исследователи из Индонезии [27] провели опросов участников рынка сельскохозяйственной продукции, что позволило им сделать вывод о наличии положительного эффекта от взаимодействия агроагрегаторов и фермеров, который выражается в сокращении цепочек поставок, повышении прозрачности ценообразования и росте дохода фермеров.

Обсуждение

Авторы основывались на гипотезе о влиянии общих тенденций развития экономики на изменение способов реализации продукции и соотношении традиционных и новых форм торговли, что влияет на физическую доступность продуктов питания населению. Вклад данного исследования заключается в выявлении новых трендов в развитии форм розничной торговли продовольственными товарами на примере Калининградской области. Для проведения исследования был использован не только трендовый анализ, но и другие элементы экономического анализа. В частности, приме-

нялся системный подход для всеобъемлющего исследования различных форм реализации продовольствия от производителей населению, структурный анализ розничной торговли продовольствием для выявления изменений в структуре розничной торговли. Кроме того, выявление трендов стало возможным благодаря анализу потребительских предпочтений и динамическому анализу показателей интернет-торговли продовольственными товарами.

Итак, анализ отдельных элементов традиционных форм розничной торговли товарами позволил авторам выявить значительные структурные сдвиги в соотношении форм розничной торговли продовольствием в период с 2010 по 2024 г. Доля рынков и ярмарок сократилась с 12,44% до 3,76% в среднем по России и с 5,4% до 0,6% в Калининградской области и на соответствующие доли возросли показатели розничных торгующих организаций. Такую тенденцию можно объяснить как удобством и шаговой доступностью магазинов, так и бурным развитием сетевых магазинов и сервисов, стимулирующих покупки в них и повышающих удобство для покупателей. Анализ потребительских предпочтений показал, что, несмотря на снижение доли рыночной торговли, эта форма по-прежнему остается востребованной как среди населения в целом, так и среди его отдельных региональных и возрастных групп. В этой связи как на федеральном уровне, так и органами местного самоуправления продолжается поддержка рыночной и ярмарочной торговли, в том числе путем организации дополнительных мобильных торговых объектов. В условиях активного развития агротуризма в России в ряде регионов рынки и ярмарки становятся атрибутом, символом регионального бренда.

Выявлено закрепление новых потребительских привычек покупки продуктов питания посредством интернет-платформ в соответствии с общим трендом цифровизации экономики. По результатам анализа динамических рядов выявлен более значительный прирост в этом сегменте в Калининградской области, чем в среднем по России. Доля продовольственных товаров в общем объеме интернет-торговли в России по состоянию на 2024 г. составила 17,4%, при этом прирост по данному

показателю в Калининградской области в 2024 г. – 149,8%, в то время как в среднем по России – 99,6%.

Активно развиваются новые формы кооперативной закупки фермерской продукции посредством агроагрегаторов, которые позволяют как найти производителей и потребителей непосредственно через интернет-платформу, так и обеспечить предприятия розничной торговли и общественного питания фермерской продукцией напрямую.

Анализ развития форм розничной торговли показал, что ввиду отделенности региона от остальной территории страны поддержка локальных рынков продолжает оставаться актуальной, а цифровизация розничной торговли позволяет калининградским потребителям расширить ассортимент потребляемой продукции. Интернет-торговля становится все более востребованной формой покупки продуктов питания.

Понимание тенденций развития экономики и учет потребительских предпочтений позволят осуществлять сбалансированную государственную политику в области обеспечения физической доступности продовольствия населению. Углубление исследований в отношении эффективности функционирования агроагрегаторов, интернет-платформ кооперации фермерских хозяйств и «Фермерских островков» в РТС даст возможность оценить эффективность выполнения национальных стратегических целей в области цифровизации сельского хозяйства и координировать дальнейшую государственную политику в этой области.

Заключение

Рост количества розничных торговых сетей и магазинов в формате шаговой доступности повлиял на изменение соотношения форм традиционной розничной торговли. За исследуемый период значительно сократилась доля рыночной торговли в общем объеме товарооборота продовольствием. При этом в Калининградской области сокращение этой доли значительнее, чем в среднем по России.

Процесс цифровой трансформации экономики сформировал новые покупательские привычки приобретения продуктов питания с помощью интернет-платформ. Доля продоволь-

ственных товаров в общем объеме интернет-торговли постоянно растет, в Калининградской области – темпами выше среднероссийских.

Еще один традиционный способ реализации сельскохозяйственной продукции посредством создания кооперативных объединений также выходит в цифровую среду. Активно развиваются специализированные интернет-платформы по объединению сельхозпроизводителей для выхода на прилавки сетевых магазинов в форме «Фермерского островка», крупные РТС создают свои агроагрегаторы для закупки фермерской продукции.

При этом тенденция роста потребительских предпочтений локальной, экологически чистой и фермерской продукции стимулирует

активное развитие различных форм кооперации фермеров, которые позволяют им не только выйти на прилавки РТС, но и реализовывать свою продукцию за счет развития локальных агротуристических зон.

Несмотря на формирование новых потребительских привычек, по-прежнему существует значительная часть потребителей, предпочитающих традиционные сельскохозяйственные рынки и ярмарки. Для обеспечения физической доступности продовольствия населению и поддержания различных способов реализации сельскохозяйственной продукции государство продолжает поддерживать рыночно-ярмарочную деятельность и мобильные формы торговли.

Список источников

1. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство / Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 04.09.2025).
2. Митяшин Г.Ю. Розничная торговля как актор продовольственной безопасности: функции и инструменты их реализации // Теоретическая экономика. 2024. № 3 (111). С. 57–72. doi:10.52957/2221-3260-2024-3-57-72. EDN EUYGBM.
3. Максимов А.Ф. Сельскохозяйственная потребительская кооперация в улучшении доступа товаропроизводителей к рынкам // Никоновские чтения – 2024 : материалы XXIX международной научно-практической конференции, г. Москва, 21–22 октября 2024 года / ответственный редактор и ответственный за выпуск А.В. Петриков. Москва : Всероссийский институт аграрных проблем и информатики имени А.А. Никонова, 2024. С. 54–58. EDN BVSXG.
4. Старовойтова Н.П. Агроагрегаторы – инновационный инструмент развития сельского хозяйства // Продовольственная политика и безопасность. 2025. Т. 12, № 1. С. 11–24. doi:10.18334/rpib.12.1.122322. EDN GQDFDL.
5. Юрков Е.П. О регулировании деятельности сетевой торговли в продовольственных цепочках товародвижения // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2023. № 7 (101). С. 57–64. doi:10.33938/237-57. EDN KFUFNS.
6. Головин А.А., Шаповалова Ю.П., Спицына А.О. Направления обеспечения баланса интересов населения и сельскохозяйственных товаропроизводителей // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2022. № 1. С. 129–140. EDN OSGOED.
7. Ильина О.Б., Тарутина А.Е. Продовольственная безопасность Калининградской области в условиях санкций // Балтийский экономический журнал. 2024. № 4 (48). С. 34–59. doi:10.46845/2073-3364-2024-0-4-34-59. EDN UVJPNJ.
8. Никишкин В.В., Самарина Т.Н. Современные тренды развития розничной торговли продуктами питания // Практический маркетинг. 2021. № 11 (297). С. 10–18. doi:10.24412/2071-3762-2021-11297-10-18. EDN GHZNI.
9. Эдер А.В., Загайнов А.В. Тренды, тенденции и перспективы розничной торговли в России // Цифровая экономика. 2024. № 3 (29). С. 54–64. doi:10.34706/DE-2024-03-07.
10. Environmentally sustainable food consumption: a review and research agenda from a goal directed perspective / I. Vermeir, B. Weijters, J. De Houwer [et al.] // *Frontiers in Psychology*. 2020. doi:10.3389/fpsyg.2020.01603.
11. Федотов А.Н. Особенности организации маркетинга сетевого продуктового ритейла в условиях новых торговых форматов // *Baikal Research Journal*. 2021. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-organizatsii-marketinga-setevogo-produktovogo-riteyla-v-usloviyah-novyh-torgovyh-formatov> (дата обращения: 04.09.2025).

12. Revolution of retail industry: from perspective of retail 1.0 to 4.0 / Loh Li Har, Umi Kartini Rashid, Lee Te Chuan [et al.] // *Procedia Computer Science*. 2022. Vol. 200. Pp. 1615–1625. doi:10.1016/j.procs.2022.01.362.

13. Research Institute of Organic Agriculture : official website. URL: <https://www.fibl.org/en/info-centre/publications-archive-fibl-en> (дата обращения: 04.09.2025).

14. Решетникова Е.Г. Проблемы и перспективы развития розничных сельскохозяйственных рынков // *Международный сельскохозяйственный журнал*. 2024. № 1 (397). С. 27–31. doi:10.55186/25876740_2024_67_1_27. EDN PQZDQJ.

15. Каурова О.В., Малолетко А.Н., Ткач А.В. Развитие системы торговли потребительской кооперации в региональной экономике // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2025. № 1. С. 10–16. EDN FFPDZH.

16. Кооперация малых форм хозяйствования – драйвер устойчивого социально-экономического развития сельских территорий / В.В. Тульчеев, С.В. Жевора, Е.В. Овэс, О.Г. Казаков // *Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве*. 2024. № 7 (113). С. 204–214. doi:10.33938/247-204. EDN NKULLQ.

17. Продукты на стол: гипермаркеты или рынки?. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/produkty-na-stol-gipermarkety-ili-rynki> (дата обращения: 04.09.2025).

18. Потребительский рынок / Министерство экономического развития, промышленности и торговли Калининградской области. URL: <https://economy.gov39.ru/deyatelnost/potrebitelskiy-rynok/> (дата обращения: 04.09.2025).

19. Обороты интернет-торговли по категориям товаров в регионах / Ассоциация компаний интернет-торговли. URL: <https://akit.ru/analytics/trade> (дата обращения: 04.09.2025).

20. Калининградский Облпотребсоюз : официальный сайт. URL: <https://соор39.ru> (дата обращения: 04.09.2025).

21. В Калининградской области кооперация охватывает разные сельскохозяйственные направления. URL: <https://mcx.gov.ru/press-service/regions/v-kaliningradskoy-oblasti-kooperatsiya-okhvatyvaet-raznye-selskokhozyaystvennye-napravleniya/> (дата обращения: 04.09.2025).

22. Сбыт продукции в «Фермерский островок». URL: <https://corpmsp.ru/to-business/sales/proekt-fermerskiy-ostrovok/> (дата обращения: 04.09.2025).

23. Агрегаторы фермерской продукции в России: новые тенденции и перспективы. URL: <https://sfera.fm/articles/fud-reteil/agregatory-fermerskoi-produktsii-v-rossii-novye-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 04.09.2025).

24. Фермерские полки в крупных сетях установят по единому стандарту. URL: <https://specagro.ru/news/202506/fermerskie-polki-v-krupnykh-setyakh-ustanovyat-po-edinomu-standartu> (дата обращения: 04.09.2025).

25. Агрегаторы фермерской продукции превращаются в повсеместную региональную практику. URL: <https://zakupki-digital.ru/jekonomika/agregatory-fermerskoj-produkcii-prevrashhajutsja-v-povsemestnuju-regionalnuju-praktiku/> (дата обращения: 04.09.2025).

26. Jahroh S., Meliala J.S. Impacts of aggregator business on farmers' income // *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*. 2021. Vol. 18 (2). doi:10.17358/jma.18.2.168.

27. Can fruit and vegetable aggregation systems better balance improved producer livelihoods with more equitable distribution? / G.S. Cooper, B. Shankar, K.M. Rich [et al.] // *World Development*. 2021. Vol. 148. doi:10.1016/j.worlddev.2021.105678.

References

1. Agriculture, hunting and forestry / Federal State Statistics Service. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (date of access: 04.09.2025).

2. Mityashin G.Yu. Retail trade as an actor in food security: functions and instruments for their implementation // *Theoretical Economics*. 2024. No. 3 (111). Pp. 57–72. doi:10.52957/2221-3260-2024-3-57-72. EDN EUYGBM.

3. Maksimov A.F. Agricultural consumer cooperation in improving commodity producers' access to markets // *Nikon Readings - 2024 : proceedings of the XXIX International Scientific and Practical Conference, Moscow, October 21-22, 2024 / responsible editor and responsible for the issue A.V. Petrikov. Moscow : A.A. Nikonov All-Russian Institute of Agrarian Problems and Informatics, 2024. Pp. 54–58. EDN BVSXG.*

4. Starovoytova N P. Agroaggregators – an innovative tool for agricultural development // *Food Policy and Security*. 2025. Vol. 12, No. 1. Pp. 11–24. doi:10.18334/ppib.12.1.122322. EDN GQDFDL.

5. Yurkov E.P. On the regulation of network trade activities in food supply chains // *Economy, Labor, Management in Agriculture*. 2023. No. 7 (101). Pp. 57–64. doi:10.33938/237-57. EDN KFUFNSN.
6. Golovin A.A., Shapovalova Yu.P., Spitsyna A.O. Directions for ensuring a balance of interests of the population and agricultural producers // *Bulletin of the Kursk State Agricultural Academy*. 2022. No. 1. Pp. 129–140. EDN OSGOED.
7. Ilina O.B., Tarutina A.E. Food security of the Kaliningrad region under sanctions // *Baltic Economic Journal*. 2024. No. 4 (48). Pp. 34–59. doi:10.46845/2073-3364-2024-0-4-34-59. EDN UVJPNJ.
8. Nikishkin V.V., Samarina T.N. Modern trends in the development of food retail trade // *Practical Marketing*. 2021. No. 11 (297). Pp. 10–18. doi:10.24412 / 2071-3762-2021-11297-10-18. EDN GHZNHI.
9. Eder A.V., Zagaynov A.V. Trends, tendencies and prospects of retail trade in Russia // *Digital Economy*. 2024. No. 3 (29). Pp. 54–64. doi:10.34706/DE-2024-03-07.
10. Environmentally sustainable food consumption: a review and research agenda from a goal directed perspective / I. Vermeir, B. Weijters, J. De Houwer [et al.] // *Frontiers in Psychology*. 2020. doi:10.3389/fpsyg.2020.01603.
11. Fedotov A.N. Features of the organization of marketing of network grocery retail in the context of new trade formats // *Baikal Research Journal*. 2021. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-organizatsii-marketinga-setevogo-produktovogo-riteyla-v-usloviyah-novyh-torgovyh-formatov> (date of access: 04.09.2025).
12. Revolution of retail industry: from perspective of retail 1.0 to 4.0 / Loh Li Har, Umi Kartini Rashid, Lee Te Chuan [et al.] // *Procedia Computer Science*. 2022. Vol. 200. Pp. 1615–1625. doi:10.1016/j.procs.2022.01.362.
13. Research Institute of Organic Agriculture : official website. URL: <https://www.fibl.org/en/info-centre/publications-archive-fibl-en> (date of access: 04.09.2025).
14. Reshetnikova E.G. Problems and prospects for the development of retail agricultural markets // *International Agricultural Journal*. 2024. No. 1 (397). Pp. 27–31. doi:10.55186/25876740_2024_67_1_27. EDN PQZDQJ.
15. Kaurova O.V., Maloletko A.N., Tkach A.V. Development of the consumer cooperation trade system in the regional economy // *Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy*. 2025. No. 1. Pp. 10–16. EDN FFPDZH.
16. Cooperation of small business entities – a driver of sustainable socio-economic development of rural areas / V.V. Tulcheev, S.V. Zhevara, E.V. Oves, O.G. Kazakov // *Economy, labor, management in agriculture*. 2024. No. 7 (113). Pp. 204–214. doi:10.33938/247-204. EDN NKULLQ.
17. Products on the table: hypermarkets or markets?. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskie-obzory-produkty-na-stol-gipermarkety-ili-rynki> (date of access: 04.09.2025).
18. Consumer Market / Ministry of Economic Development, Industry and Trade of the Kaliningrad Region. URL: <https://economy.gov39.ru/deyatelnost/potrebitelskiy-rynok/> (date of access: 04.09.2025).
19. Internet trade turnover by product categories in the regions. / Association of Online Trading Companies. URL: <https://akit.ru/analytics/trade> (date of access: 04.09.2025).
20. Kaliningrad Regional Consumer Union : official website. URL: <https://coop39.ru> (date of access: 04.09.2025).
21. In the Kaliningrad Region, cooperation covers various agricultural areas. URL: <https://mcx.gov.ru/press-service/regions/v-kaliningradskoy-oblasti-kooperatsiya-okhvatyvaet-raznye-selskokhozyaystvennye-napravleniya/> (date of access: 04.09.2025).
22. Marketing of products in the "Farmerskiy Ostrovok". URL: <https://corpmsp.ru/to-business/sales/proekt-fermerskiy-ostrovok/> (date of access: 04.09.2025).
23. Aggregators of farm products in Russia: new trends and prospects. URL: <https://sfera.fm/articles/fud-reteil/agregatory-fermerskoi-produktsii-v-rossii-novye-tendentsii-i-perspektivy> (date of access: 04.09.2025).
24. Farm shelves in large chains will be installed according to a single standard. URL: <https://specagro.ru/news/202506/fermerskie-polki-v-krupnykh-setyakh-ustanovyat-po-edinomu-standartu> (date of access: 04.09.2025).
25. Aggregators of farm products are becoming a widespread regional practice. URL: <https://zakupki-digital.ru/jekonomika/agregatory-fermerskoj-produkcii-prevrashhajutsja-v-povsemestnuju-regionalnuju-praktiku/> (date of access: 04.09.2025).
26. Jahroh S., Meliala J.S. Impacts of aggregator business on farmers' income // *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*. 2021. Vol. 18 (2). doi:10.17358/jma.18.2.168.

27. Can fruit and vegetable aggregation systems better balance improved producer livelihoods with more equitable distribution? / G.S. Cooper, B. Shankar, K.M. Rich [et al.] // World Development. 2021. Vol. 148. doi:10.1016/j.worlddev.2021.105678.

Информация об авторах

О.Б. Ильина – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической безопасности Калининградского государственного технического университета;

А.Е. Тарутина – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической безопасности Калининградского государственного технического университета.

Information about the authors

O.B. Ilina – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Security of the Kaliningrad State Technical University;

A.E. Tarutina – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Security of the Kaliningrad State Technical University.

Статья поступила в редакцию 09.09.2025; одобрена после рецензирования 01.10.2025; принята к публикации 12.03.2026.

The article was submitted 09.09.2025; approved after reviewing 01.10.2025; accepted for publication 12.03.2026.