

Арктика и Север. 2024. № 56. С. 273–290.

Научная статья

УДК 339(470.11)(045)

DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.56.273>

## Трансформация пространственной организации розничной торговли в Архангельске

Потапов Игорь Александрович <sup>1✉</sup>, кандидат географических наук, доцент

<sup>1</sup> Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, набережная Северной Двины, 17, Архангельск, Россия

<sup>1</sup> [i.potapov@narfu.ru](mailto:i.potapov@narfu.ru) ✉, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6913-2146>

**Аннотация.** В любом городе существует внутренняя неоднородность условий развития торговли, связанная с расположением его районов относительно приоритетных направлений перемещения потенциальных покупателей и разной платёжеспособностью местного населения. Архангельск является примером областного центра с деградированием градообразующих отраслей промышленности и сокращающейся численностью населения. Размещение предприятий торговли разного формата можно рассматривать как индикатор благополучия жизни в отдельных районах города. Мы провели ретроспективный анализ размещения продовольственных магазинов на территории Архангельска, выявили различия в обеспеченности торговыми точками жителей районов города. На основании данных о размещении продуктовых магазинов в 1988 г. и 2022 г. мы проследили динамику изменения их численности в различных районах, выявили преобладающие торговые форматы, которые характерны для центральных и окраинных районов. Также мы провели контент-анализ отзывов покупателей о торговых точках разного формата. Изменению пространственной организации торговли в Архангельске способствовало закрытие промышленных предприятий, большинство которых размещалось на окраинах. В настоящее время отчётливо наблюдается конкурентное преимущество центральных округов города в размещении магазинов. По сравнению с 1988 г., общая численность их по городу возросла в 3 раза, а в центральных округах в 4–5 раз. Меньше всего магазинов открылось в окраинных районах, где расположены бывшие посёлки закрывшихся заводов, особенно на островных территориях, не имеющих мостов. В большинстве таких посёлков происходит деградация городской среды. Самой распространённой формой организации торговли в Архангельске является магазин — дискаунтер, что связано с низкой платёжеспособностью большей части населения города.

**Ключевые слова:** трансформация, ритейл, организация торговли, городская среда

## Transformation of the Spatial Organization of Retail Trade in Arkhangelsk

Igor A. Potapov <sup>1✉</sup>, Cand. Sci. (Geogr.), Associate Professor

<sup>1</sup> Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Naberezhnaya Severnoy Dviny, 17, Arkhangelsk, Russia

<sup>1</sup> [i.potapov@narfu.ru](mailto:i.potapov@narfu.ru) ✉, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6913-2146>

**Abstract.** The article compares the spatial organization of retail food trade in Arkhangelsk in 1988 and 2022 in order to identify the changes that have occurred in the post-Soviet period. Its transformation was facilitated by the closure of industrial enterprises, most of them were located in settlements in outskirts, a change in the solvency of residents, and a reduction in the number of potential buyers. The internal

\* © Потапов И.А., 2024

Для цитирования: Потапов И.А. Трансформация пространственной организации розничной торговли в Архангельске // Арктика и Север. 2024. № 56. С. 273–290. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.56.273>

For citation: Potapov I.A. Transformation of the Spatial Organization of Retail Trade in Arkhangelsk. *Arktika i Sever* [Arctic and North], 2024, no. 56, pp. 273–290. DOI: <https://doi.org/10.37482/issn2221-2698.2024.56.273>



Статья опубликована в открытом доступе и распространяется на условиях лицензии [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

heterogeneity of the conditions for the development of trade in different parts of the city, differences in the provision of retail outlets for residents, the prevailing trade formats that are typical for central and outlying areas are revealed. Compliance of the principle of equidistance of shops from residential buildings was checked. We also conducted a content analysis of customer reviews about various formats of retail outlets. We determined that in 2022 the number of stores in Arkhangelsk increased by 3 times compared to 1988. However, their distribution throughout the city is extremely heterogeneous. There is a clear competitive advantage of the central districts of the city (Oktyabrskiy, Lomonosovskiy), where the number of stores has increased by 4–5 times, over the outskirts, where the growth is less than 2 times (Maimaksanskiy, Isakogorskiy, Tsiglomenskiy districts). The most common form of trade organization in Arkhangelsk is a discount store, which is associated with the low solvency of the city population. Most of them belong to federal retailers. Their expansion in Arkhangelsk mainly affected the central districts and bedroom suburbs close to them. The least number of stores of federal and local retail chains has been opened in the outlying districts; there aren't any shops on the islands without bridges (Brevennik, Linskiy Priluk, Khabarka, Kegostrov). For outlying areas, the most common stores are those that do not belong to chain retailers, these are small pavilions and kiosks. Most customers' reviews of such stores are negative and the overall rating of their work is lower than that of chain stores.

**Keywords:** *transformation, retail, trade organization, urban environment*

### **Введение**

Третичный сектор экономики, частью которого является торговля (ритейл), особенно чувствителен к смене экономических и политических реалий. В свою очередь ритейл — это один из важных акторов, изменяющих городскую среду [1, Musil J.]. Трансформации, происходящие в его отраслях, влияют на формирование городского пространства и качество городской среды. В СССР толчком к трансформации торговли стала её либерализация. Процессы трансформации постсоветской экономики, когда на смену пространственной монополии пришёл принцип пространственной конкуренции, изменили факторы размещения объектов торговли внутри города. В результате возникли явные пространственные различия в обеспеченности населения услугами торговли в разных районах города, имеющих различный конкурентный потенциал. На экономику города влияет не только его географическое положение, но и его внутритерриториальная организация, взаиморазмещение жилых кварталов, производственных зон, важнейших линейных и узловых элементов дорожной сети [2, Семина И.А.]. В свою очередь это сказывается на формировании качества городской среды. Наличие магазинов в непосредственной доступности от места жительства делает городскую среду комфортней.

Развитие любого города связано с трансформацией его функций, перестройкой экономики. Процессы трансформации городского пространства естественны, так как они связаны с отмиранием отраслей и видов деятельности, которые устарели, не приносят доходов. Изменение производственных пространств, закрытие предприятий влияет на функционирование связанных с ними жилых пространств.

Трансформация пространства постсоветского и постиндустриального города имеет общие черты и индивидуальные географические особенности. В постиндустриальном городе трансформация торговли проходит через ряд последовательных стадий, появление которых вызвано сменой потребительского поведения его жителей, стратификации общества по до-

ходам и покупательской способности. В подобных трансформационных процессах может наблюдаться как универсальность, так и уникальность [3, Аксёнов К.Э., с. 23].

Целью нашего исследования является анализ особенностей трансформации и размещения постсоветского продовольственного ритейла, пространственной экспансии федеральных и местных торговых сетей на территории Архангельска.

### ***Материалы и методы исследования***

Изучению трансформационных процессов в постсоциалистических и постиндустриальных городах посвящены работы зарубежных и отечественных учёных различных специальностей. Существуют три типа трансформации постсоциалистического города: институциональная (экономика и политика), социальных практик и морфологии городского пространства [4, Sykora L., Bouzarovski S.]. Трансформация торговли (ритейла) рассматривается обычно в качестве одной из составляющих институционального типа трансформации постсоциалистического города (изменения, происходящие в третичном секторе экономики) [5, Аксёнов К.Э., с. 40].

В статьях российских учёных рассматриваются изменения, произошедшие с формами организации торговли, выделяются периоды их либерализации, стабилизации и стандартизации, связанные с ослаблением и усилением контроля над торговыми предприятиями [6, Желнина А.А.; 7, Радаев В.В.]. Анализируется трансформация потребительского поведения жителей городов и появление связанных с ним форматов магазинов, а также их перераспределение внутри городского пространства согласно стремлению получить конкурентное преимущество [5; 8, Аксёнов К.Э.].

Исследования территориально охватывают в основном пространства крупных городов. Так, К.Э. Аксёнов рассматривает трансформационные процессы торговли в Санкт-Петербурге, инноваторе в ряде стадий и процессов трансформации третичного сектора экономики, лидера трансформации ритейла среди крупнейших российских городов [5; 8]. В российском городе он различает пространственную организацию ритейла трансформационного и посттрансформационного периодов.

Трансформационный период берёт начало с постсоветской либерализации торговли и характеризуется пространственным насыщением города товарами и услугами. Он завершился к началу 2000-х гг., сопровождался формированием новой системы размещения предприятий третичного сектора, когда альтернативой стационарным магазинам советского образца, размещавшимся относительно равноудалённо от всех жилых домов микрорайонов, становились многочисленные киоски, палатки, павильоны, рынки (не магазинные формы торговли), перехватывающие покупателей по пути их ежедневных маятниковых миграций, на основных транспортных потоках, вблизи остановок и станций метро («трансформационный тип шопинга»).

Посттрансформационный тип шопинга начался с попыток передела рынка в условиях насыщенного спроса, он связан со стабилизацией и стандартизацией торговли. В Санкт-

Петербурге этот этап оформился к 2009 г. [5, Аксёнов К.Э.]. На рынок пришли представители крупного торгового бизнеса, развивались сетевые магазины. Расслоение общества по уровню доходов требовало создания торговых точек с разным уровнем цен. Появление потребителей с доходом выше среднего стимулировало создание крупных торговых центров и гипермаркетов, расположенных обычно на въезде в город, куда покупатели приезжают на автомобиле один-два раза в неделю и делают крупные закупки. Это манера потребительского поведения среднего класса в развитых странах. Хотя для Санкт-Петербурга характерно размещение гипермаркетов и внутри города, благодаря чему они доступны и для покупателей без автомобиля. Со временем этот «посттрансформационный крупноформатный» тип шопинга был потеснён «мелкоформатным», когда более востребованными становятся магазины формата «у дома», покупки всё больше стали осуществляться ежедневно небольшими объёмами. При этом на покупателей с низким доходом ориентированы магазины формата «жёсткий дискаунтер» с минимальными наценками и соответствующим уровнем обслуживания.

Как отмечают К.Э. Аксёнов, А.С. Зиновьев и К.А. Мораческая, в районах массовой жилой застройки советского периода Санкт-Петербурга объекты ритейла (магазины «у дома» различной специализации) активно размещали на первых этажах жилых домов, особенно в «фасадных» частях микрорайонов, на путях передвижения покупателей от остановок общественного транспорта, а также и внутри кварталов. Ритейл стал подчиняться принципу пространственной конкуренции [9].

Похожая пространственная структура ритейла сложилась и в других городах-миллионерах. Так, Н.С. Булинина, исследовавшая размещение ритейла Нижнего Новгорода, отмечает, что в результате постсоветской трансформации стали бурно развиваться зоны торговли и услуг в некоторых спальных районах, а мелкие торговые точки создавали «киосковые агломерации» вблизи транспортных узлов. В посттрансформационный период пространственная организация торговли стала более упорядоченной, были ликвидированы хаотичные и стихийные рынки, на их место пришли торговые павильоны, ликвидированы агломерации киосков, появились «магазины у дома», которые занимали первые этажи жилых зданий. Широкое развитие получили гипермаркеты, крупные торговые и торговоразвлекательные центры, которые размещаются во всех районах города вблизи транспортных узлов, а также за пределами города. Появляются социальные магазины, дискаунтеры, которые размещаются преимущественно на периферии [10, Булинина Н.С.].

Несколько другая ситуация в пространственной организации торговли городов с меньшей численностью населения. И.В. Виноградов отмечает, что в Твери с начала 1990-х гг. усиливается концентрация предприятий торговли и сферы обслуживания в центральной части города, что негативно сказывается на их развитии в окраинных районах. Он связывает это с конкуренцией за более выгодное местоположение предприятий. Основная их масса со-

средоточена в пределах крупных узловых и линейных элементов улично-дорожной сети [11, Виноградов И.В.].

В Саранске, согласно исследованию И.А. Семиной, крупные торговые центры размещены в центре города, который отнесён ею к зоне с высокой коммерческой активностью. Зона с низкой коммерческой активностью расположена в удалении от центра в низкоплотных кварталах, где не ведётся активная застройка [12]. Это в определённой степени согласуется с концепцией «не завершённой урбанизированности» постсоветских городов, согласно которой они отличаются от классических городов низкой плотностью населения и застройки, особенно на окраинах, и подчинённостью «социалистическому» планированию [13, Szelenyi L.].

Можно констатировать, что в любом по численности населения постсоциалистическом городе основными факторами размещения предприятий торговли вместо равноудалённости от жилых домов становятся рыночные отношения и борьба за покупателя, поэтому они тяготеют к главным транспортным линиям и узлам в пределах города. В тупиковых районах, плохо связанных с центром, предприятия торговли и сферы услуг развиваются медленнее, в неблагополучных кварталах владельцы федеральных и местных торговых сетей реже открывают свои магазины, там вне конкуренции работают независимые несетевые торговые точки. Общей чертой крупных городов является часто слабая представленность продуктовых магазинов в центральных районах [3, Аксёнов К.Э.; 9, Аксёнов К.Э., Зиновьев А.С., Морачевская К.А.].

Специфика Архангельска как северного города связана с тем, что рост численности населения его находился в зависимости от индустриализации XX в., хотя географически он не был оправдан, так как территория, на которой он находится, всегда была слабо заселена. После того, как предприятия города в постсоветский период стали закрываться, начался отток населения и перераспределение его во внутригородском пространстве. Подобная картина наблюдается во многих северных городах России, происходит сжатие их пространства. Естественно, это сказывается и на сокращении количества потенциальных покупателей, особенно в некоторых проблемных городских районах. Для того чтобы выявить изменения, которые произошли в территориальной структуре торговли Архангельска в постсоветский период, мы сравнили количество продовольственных магазинов и их размещение в 1988 и 2022 гг. Источниками информации послужили адресные данные из телефонного справочника абонентов Архангельска за 1988 г., списки адресов магазинов с официальных сайтов торговых сетей, представленных в настоящее время в городе. Современное распространение сетевых и независимых продовольственных магазинов мы изучили по электронной Яндекс-карте города. Эти же информационные источники позволили дифференцировать торговые точки современного Архангельска по формату. Для территориального анализа качественного состава торговых точек все магазины мы разделили на группы в зависимости от их принадлежности и формата (федеральные или местные торговые сети, независимые магазины, ги-

пермаркеты, дискаунтеры, супермаркеты, киоски и павильоны). Сбор данных также проводился с помощью натурного обследования города. Пользуясь нормами градостроительного СНиПа 2.07.01-89, учитывавшимися при организации торговли в СССР, по которым радиус обслуживания торговых объектов должен быть не более 500 м до любого дома в микрорайоне (правило «равноудалённости»), мы оценили соответствие им размещения магазинов Архангельска по состоянию на 1988 г. и на 2022 г. [14]. Это позволило оценить обеспечение жителей разных частей города магазинами с точки зрения комфорта для покупателей. Несмотря на то, что в постсоветский период многие обязательные стандарты, нормы и правила, служившие средством управления в плановой экономике, трансформировались из обязательных для исполнения в рекомендательные, некоторые СНиПы сохранили свою актуальность. Так, СНиП 2.07.01-89 (Градостроительство, планировка и застройка городских и сельских поселений) прошёл новую редакцию и был актуализирован в 2017 г. Значение радиуса обслуживания населения предприятиями торговли, равное 500 м (при многоэтажной городской застройке) сохранилось и в этой редакции, так как от этого зависит комфорт городской среды<sup>1</sup>. Так как в постсоветский период административное деление Архангельска претерпело изменение и на месте 4 административных районов появилось 9 административных округов, то для сравнения мы представили данные в разрезе округов. Также мы провели контент-анализ отзывов, оставленных покупателями в сервисе отзывов Яндекс-карт по магазинам на основании случайной выборки.

### **Результаты и обсуждение**

В СССР процесс индустриализации сопровождался созданием селитебного пространства вблизи производственных зон. Там формировались жилые микрорайоны (посёлки) с необходимой для жизни инфраструктурой. Предполагалось, что их жители должны иметь возможность обслуживания всеми видами услуг по месту жительства [9, Аксёнов К.Э., Зиновьев А.С., Морачевская К.А.]. Согласно нормам обеспечения населения микрорайонов учреждениями бытового обслуживания и торговыми предприятиями, которые были отражены в «Строительных нормах и правилах», объекты обслуживания в жилых районах «необходимо размещать, приближая их к местам жительства или работы» [14, Строительные нормы и правила].

Особенности социально-экономического развития Архангельска советского периода выражались в создании мощного лесопромышленного комплекса по берегам Северной Двины, в основном на островах. С индустриализацией появились новые предприятия, строились посёлки при лесозаводах, совокупность которых формировала промышленно-селитебные зоны, примыкающие к городу с севера и юга, вошедшие позднее в городскую черту. При этом они не составляли сплошного пространства, плотность населения была там

---

<sup>1</sup> Свод правил. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция. СНиП 2.07.01-89 / Сайт «ГОСТ Ассистент». URL: <https://gostassistant.ru/doc/51d365e4-e5e0-4e01-a843-62e78f9832fa> (дата обращения: 15.07.2023).

небольшой, в результате чего город протянулся вдоль Северной Двины с севера на юг на 32 км. Такая географическая особенность Архангельска, а также тупиковое положение города на основных магистралях отразились и на пространственной организации торговли советского и постсоветского времени.

Спецификой конфигурации многих административных округов Архангельска является вытянутость. Особенно это характерно для северного Маймаксанского и левобережного Исакогорского округов, состоящих из отдельных заводских посёлков. Кроме того, в составе Маймаксанского округа большие островные территории, не имеющие мостов. Центральные округа — Ломоносовский и Октябрьский (в составе которого также есть островная территория Кегостров). Спальные районы рядом с центром входят в состав округов Майская Горка и Соломбальский (расположен на островах, соединённых мостами, за исключением острова Хабарка). Отдалённые «спальные районы» расположены в округах Варавино-Фактория и Северный (микрорайон Первых Пятилеток). Наиболее компактно жилые кварталы расположены в Северном, Соломбальском и Ломоносовском округах.

Следовать нормам СНиП при размещении торговых предприятий в Архангельске советского периода из-за вытянутости и географической разрозненности промышленно-селитебных зон было сложно. Однако благодаря государственному регулированию торговли в каждом районе города был полный набор предприятий, оказывающих торговые услуги. Специализированные магазины размещались иерархично в зависимости от повседневности спроса. Продовольственные магазины располагались в каждом жилом микрорайоне, магазины эпизодического спроса обслуживали по несколько микрорайонов. На каждый укрупнённый район был универмаг или дом торговли, прообраз современного торгового центра. Располагались магазины в специально построенных помещениях, отдельно стоящих, пристроенных или встроенных в жилые или административные здания в каменном или деревянном исполнении.

Кризис градообразующих отраслей в Архангельске, начавшийся в середине 90-х гг., совпал с трансформационным этапом развития торговли, это привело к территориальным диспропорциям в размещении торговых предприятий. В постсоветский период территориальные образования «лесозавод — посёлок», которые составляют все окраины города, столкнулись с проблемой закрытия районообразующих предприятий. Особенно это коснулось островных территорий города, которые не связаны с его ядром мостами и окраинных округов (Маймаксанского, Исакогорского, Цигломенского). Данное обстоятельство привело к изменению пространственного поведения местных жителей. Часть населения из посёлков лесозаводов Бревенника, Маймаксы, Левого Берега, Кегострова, Хабарки нашла работу в других районах. Ежедневная необходимость маятниковых миграций из дома на работу и обратно изменила привычки торгового поведения этих людей. В результате покупки они осуществляют по пути домой от места работы в магазинах других районов города, количество потенциальных покупателей в бывших посёлках лесозаводов (особенно островных) резко

сократилось, что сказалось на их рентабельности, количестве и формате. Местные магазины в основном посещают пенсионеры. Эти районы по причине низкого качества городской среды и оторванности от основной территории города стали не привлекательны для жизни и инвестирования в строительство жилья, развития третичного сектора экономики. Многие жители переехали в другие районы Архангельска или за его пределы, о чём свидетельствует сокращение численности населения в городе. Численность населения Архангельска с 1989 по 2020 гг. сократилось на 27,6% (с 415,9 тыс. до 301,2 тыс. человек по данным переписи населения)<sup>2</sup>. После закрытия градообразующих предприятий на островных территориях Архангельска началась в определённом смысле их «деурбанизация». По мнению А.Л. Стризое, деурбанизация — это не только отток населения из городов, но и качественные изменения в городской среде, деградация институтов городской инфраструктуры и городского образа жизни [15]. В ходе деурбанизации происходит замещение городской среды поселковой, деревенско-слободской, что и наблюдается сейчас в окраинных посёлках Архангельска.

Постсоветский период пространственного развития торговли в Архангельске в целом повторил те же этапы, которые исследователи выделили в других городах страны. После либерализации торговли в первой половине 90-х гг. появляются новые торговые точки, многие из которых были временными. Часто это стихийная уличная торговля вблизи крупных магазинов, вокзалов, остановок общественного транспорта, на основных маршрутах перемещения населения. В этот период появляются новые вещевые и продуктовые рынки в разных районах города (рынки «на Нагорной» и «на Динамо» с павильонами существуют и сейчас). На смену стихийной уличной торговле пришли киоски, скопление которых было особенно заметно на крупных транспортных развязках и остановках общественного транспорта в центре. Всё это соответствовало трансформационному типу шопинга. Следует отметить, что существовавшие с советских времён помещения магазинов сдавались по частям разным арендаторам, в продовольственном магазине могли продавать и непродовольственные товары. Это свидетельство разложения советской централизованной торговли, которая из-за дефицита товаров не могла обеспечить потребительский спрос, в результате большие торговые площади не были заполнены и не приносили дохода. Но это было началом формирования универсальных магазинов, которые пришли им на смену.

В конце 90-х гг. в Архангельске начали появляться магазины нового формата — универсальные сетевые супермаркеты самообслуживания. Первыми были местные торговые сети, владельцы которых начинали с киосковой торговли (супермаркеты «Сезон»). Начался посттрансформационный этап развития торговли, который окончательно оформился с появлением в городе магазинов федеральных торговых сетей в начале 2010-х гг. Федеральные сетевые магазины постепенно потеснили независимые магазины и создали конкуренцию

---

<sup>2</sup> Итоги Всероссийской переписи населения 2020 года / Сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Архангельской области и Ненецкому автономному округу. URL: <https://arhangelskstat.gks.ru/folder/56873> (дата обращения: 10.08.23).

местным торговым сетям. При этом наметились существенные пространственные диспропорции в их размещении, связанные со стремлением занять наиболее выгодные локации в центральных районах и игнорированием окраинных посёлков с неплатёжеспособным населением (остров Бревенник, Кегостров, Хабарка).

В очень небольшом количестве федеральные сетевые магазины открываются в окраинных спальных районах (Маймакса, Левый Берег, Бакарица, Затон, Дамба, Цигломень). Поэтому там сохранились независимые частные магазины, которые в условиях отсутствия конкуренции и в настоящее время мало отличаются от киосков 90-х гг., а некоторые таковыми и являются. Независимые магазины как отголосок трансформационного периода организации торговли сохранились во всех городских округах. Это в основном маленькие павильоны или киоски, стоящие на перекрёстках или внутри обширных жилых кварталов с организацией торговли «через прилавок». Исключительно такие точки характерны для островных территорий, не связанных мостами с основной частью Архангельска. Местные жители не имеют возможности выбора товаров и торговых организаций в своих микрорайонах.

Появление гипермаркетов в Архангельске не было таким массовым, как в крупных городах. Первый универсальный гипермаркет располагался на Окружном шоссе вблизи оптовых складов. Но в основном гипермаркеты в городе размещаются в центральных и близких к центру спальных районах, так как транспортная подвижность жителей города меньше, чем в городах-миллионерах. В окраинных районах, в бывших посёлках лесозаводов гипермаркеты отсутствуют. Подобная картина размещения гипермаркетов и крупных торговых центров отмечена и в других областных центрах России с численностью населения до 500 тыс. человек [11, Виноградов И.В., 12, Сёмина И.А.]. Зона наибольшей коммерческой активности в них — центр города, окраинные районы менее привлекательны для коммерсантов.

Ещё одним различием пространственного размещения торговых точек в Архангельске и в городах-миллионерах является отсутствие тотального превращения первых этажей жилых зданий в магазины. В настоящее время первые этажи жилых новостроек спроектированы специально для коммерции.

Изменился в результате постсоветской трансформации и сам принцип размещения торговых точек. Если в советский период примерно равное количество магазинов было и внутри жилых кварталов, и у основных магистралей, то теперь наиболее востребованы пространства вблизи главных транспортных потоков и путей передвижения потенциальных покупателей.

По состоянию на 2022 г. в Архангельске преобладают супермаркеты крупных федеральных и местных сетей.

По сообщению маркетолога Н. Мчелидзе, число магазинов федеральных сетей в Архангельской области за 3 года (на январь 2023 г.) увеличилось на 273, а их доля составляет

46,2%, но по структуре товарооборота они превосходят региональные сети, количество магазинов которых за 3 года уменьшилось на 190<sup>3</sup>.

По доходам население Архангельской области стратифицировано на две группы с большим разрывом между ними. Средний класс практически отсутствует, поэтому существует спрос либо на товары высокой ценовой категории, либо на дешёвые, и последний больше. Поэтому в Архангельске основным форматом магазинов стали дискаунтеры федеральных сетей («Магнит», «Пятёрочка»). Расширяется сеть «жёстких дискаунтеров» с низкими ценами («Светофор», «Союз»). Среди супермаркетов представлены местные сети («Петровский», «Афанасий», «Гарант»), региональные («Макси»). Некоторые из них также работают в формате гипермаркетов, размещаются в центральных районах и ближайших к центру спальных районах. Из федеральных гипермаркетов в Архангельске представлена сеть «Лента» (в ближайших к центру спальных районах) и «Метро» (единственный гипермаркет, расположенный на въезде в город). Среди супермаркетов высокой ценовой категории в центральных районах работают магазины сети «Вкусвилл». Наиболее широкое распространение имеют магазины федеральных алкогольных сетей, они открыты даже в районах, где нет продовольственных магазинов (за исключением островных территорий без мостов).

Мы подсчитали количество универсальных продуктовых магазинов в границах современных административных округов, проверили его на соответствие нормам СНиПа по состоянию на 1988 г. и сравнили с данными на 2022 г. (табл. 1). Согласно теории центральных мест В. Кристаллера, идеальной формой зоны обслуживания предприятия социальной инфраструктуры, в нашем случае продовольственного магазина, является шестиугольник [16, Липец Ю.Г., Пуляркин В.А., Шлихтер С.Б., с. 65]. Опираясь на принцип равноудалённости (СНиП 2.07.01-89), по которому расстояние до ближайшего продовольственного магазина, располагающегося в центре предполагаемого шестиугольника, не должно превышать 500 м, мы определили, какое количество продовольственных магазинов должно обслуживать территориальные округа Архангельска при такой норме, и сравнили реальную и идеальную обеспеченность их продовольственными магазинами (норма по СНиП). Для этого мы вычислили примерную площадь зоны обслуживания продовольственного магазина. Она составила 0,649 м<sup>2</sup> (площадь шестиугольника, вписанного в круг с радиусом 500 м) (табл. 1).

Таблица 1

Размещение продовольственных магазинов по территориальным округам Архангельска по состоянию на 1988 и 2022 гг.<sup>4,5</sup>

Округ	Площадь, км <sup>2</sup>	Норма по СНиП	Количество магазинов	Обеспеченность магазинами на 1 км <sup>2</sup>
-------	--------------------------	---------------	----------------------	--

<sup>3</sup> Мнение эксперта: настоящее и будущее ритейла в Архангельской области // Бизнес-класс. 18.01.2023. URL: <https://bclass.ru/biznes/torgovlya/mnenie-eksperta-nastoyashchee-i-budushchee-riteyla-v-arkhangelskoy-oblasti/> (дата обращения: 20.08.23).

<sup>4</sup> Телефонный справочник. Список абонентов Архангельской городской телефонной станции (учреждений, организаций, объединений, предприятий). Архангельск, 1988.

<sup>5</sup> [https://yandex.ru/maps/20/arhangelsk/category/grocery\\_store/184108031/?ll=40.541409%2C64.551829&sl=40.541410%2C64.551795&z=11](https://yandex.ru/maps/20/arhangelsk/category/grocery_store/184108031/?ll=40.541409%2C64.551829&sl=40.541410%2C64.551795&z=11) (дата обращения: 25.08.2023).

			1988 г.	2022 г.	1988 г.	2022 г.
Октябрьский	31,9	49	32	125	1	3,9
Ломоносовский	11,4	17	19	98	1,6	8,6
Соломбальский	28,0	43	18	43	0,6	1,5
Северный	9,1	14	13	28	1,4	3,1
Маймаксанский	117	180	24	33	0,2	0,3
Майская горка	19,4	29	9	40	0,5	2,1
Варавино-Фактория	19,2	29	10	50	0,5	2,6
Исакогорский	38,3	59	21	37	0,5	0,9
Цигломенский	19,7	30	12	17	0,6	0,8
Итого	294	450	161	471	0,5	1,6

Как показывают данные таблицы, нормы обеспечения магазинами по СНиП в 1988 гг. были почти соблюдены только в Ломоносовском и Северном округах (в современных границах). Это сравнительно небольшие с компактной конфигурацией селитебных кварталов территории, где равномерное размещение магазинов проще организовать. По состоянию на 2022 г. общее количество магазинов в городе возросло почти в 3 раза, в Октябрьском округе и на Майской Горке — в 4 раза, а в Ломоносовском округе и в округе Варавино-Фактория — в 5 раз. Резкий рост числа продовольственных магазинов в округе Майская горка, примыкающем к центральному району города с юга, основном «спальном районе», объясняется массовым жилищным строительством. Также следует отметить рост количества магазинов в округе Варавино-Фактория на южной окраине города, в котором также увеличивается численность населения, так как здесь строится социальное жильё для расселения аварийных домов. Меньше всего количество магазинов увеличилось в окраинных Исакогорском, Цигломенском и Маймаксанском округах (менее чем в 2 раза), но в них сильно сократилась численность населения и количество потенциальных покупателей. Соответствие указанным нормам достигнуто в Соломбальском округе, сохраняется в Северном округе. В центральных Ломоносовском и Октябрьском округах нормы сильно превышены, что свидетельствует о перенасыщении их магазинами и о том, что основным фактором современного размещения торговых точек стал принцип пространственной конкуренции, так как здесь самая большая численность населения и потенциальных покупателей. Сохранение отставания от норм в других округах (Маймаксанский, Исакогорский, Цигломенский) связано не только с тем, что там мало магазинов, но и с тем, что большая часть их площади относится к промышленным зонам, а жилые кварталы занимают значительно меньшую территорию. Можно допустить, что относительно мест проживания количество магазинов может соответствовать нормам. Наибольшая обеспеченность магазинами на 1 км<sup>2</sup> по-прежнему в Ломоносовском округе (компактная территория в центре города с большой численностью населения), наименьшая — в Маймаксанском округе (обширная слабозаселённая территория с островами).

Также мы провели анализ состава продовольственных торговых точек округов Архангельска по принадлежности их к различным торговым сетям и форме организации торговли (табл. 2).

Данные табл. 2 показывают, что наибольшее количество торговых точек федеральных сетей (продуктовые дискаунтеры, жёсткие дискаунтеры, гипермаркеты, алкогольные магазины) расположены в центральных Октябрьском и Ломоносовском округах. В Исакогорском округе магазинов местных сетей больше, чем федеральных. А в окраинных Цигломенском и Маймаксанском округах независимых несетевых магазинов, торгующих «через прилавок» больше, чем торговых точек федеральных и местных продовольственных сетей. Это свидетельствует о низком конкурентном преимуществе данных территорий, которое также объясняется их территориальной тупиковостью.

Таблица 2

Качественный состав продовольственных магазинов Архангельска по территориальным округам по состоянию на 2022 г.

Округ	Общее количество	Сетевые магазины самообслуживания			Независимые магазины с торговлей «через прилавок»	
		федеральные	местные	алкогольные	Всего	в том числе киоски
Исакогорский	37	6	10	6	15	6
Цигломенский	17	3	1	1	12	3
Маймаксанский	33	7	3	8	15	6
Северный	28	11	4	6	7	2
Соломбальский	43	14	5	10	14	10
Майская горка	40	14	8	12	6	5
Варавино-Фактория	50	16	9	9	16	11
Ломоносовский	98	37	12	37	12	9
Октябрьский	125	43	22	41	19	11
Всего	471	151	74	130	116	63

В Маймаксанском, Исакогорском, Цигломенском округах за последние 30 лет произошло наибольшее снижение численности населения среди округов Архангельска (на 37–43%), поэтому там меньше потенциальных покупателей, чем в других районах. Через Цигломенский округ не проходят центральные магистрали с большим трафиком, которые могли бы обеспечить его транзитное положение и привлечь дополнительно проезжающих потенциальных покупателей, что характерно для Исакогорского округа. Маймаксанский округ находится в конце магистрали и также не является транзитным, кроме того, часть округа расположена на островах, вообще не связанных с остальной территорией города сухопутными магистралями, из-за чего интерес ритейлеров к ним отсутствует. Особенно следует выделить островные территории Бревенник и Линский Прилук. По состоянию на 1988 г. в рабочих посёлках этих островов было 12 продовольственных магазинов, 2 магазина горплодоощеторга, 6 промтоварных и 2 книжных магазина. Созданные в советский период государственные магазины закрылись. В 2022 г. там не было магазинов федеральных или местных торговых сетей. В настоящее время торговля на островах представлена независимыми магазинами сельского типа с торговлей «через прилавок» с более высокими, чем в центре,

ценами на товары и скудным ассортиментом. Они сконцентрированы вблизи основных дорог, ведущих от причалов пассажирских судов к жилым кварталам. Такая же ситуация на других городских островах — Кегостров (Октябрьский округ) и Хабарка (Соломбальский округ). Многие независимые торговые точки расположены в небольших по площади павильонах, что было характерно для начала посттрансформационного этапа развития торговли.

Мы провели контент-анализ отзывов покупателей о независимых и сетевых продовольственных магазинах, оставленных в сети Internet<sup>6</sup>. Прежде всего мы выявили отрицательные отзывы. Меньше их оказалось о независимых магазинах, расположенных на островах, лишённых мостов (от 0 до 20% в зависимости от объекта). У многих местных жителей нет других вариантов осуществлять покупки. В других районах негативных отзывов о таких магазинах больше (33–45%). Затем мы проанализировали основные претензии покупателей к частным независимым магазинам. Отмечаются жалобы на более высокие цены по сравнению с центром города и магазинами-дискаунтерами федеральных сетей (от 15 до 35% отзывов), небольшой ассортимент товаров (30–38% отзывов), просроченный товар или испорченный по причине нарушения температурного режима при транспортировке и хранении (30–35% отзывов). Многие независимые торговые точки в «сухопутной» части города работают круглосуточно, в отзывах про них обычно говорится как о местах незаконной торговли алкоголем в ночное время (про разные точки имеется от 15 до 55% подобных отзывов). Главным достоинством подобных магазинов является, по мнению покупателей, их близость к дому. Это свидетельствует о спросе жителей города на формат магазинов «у дома», что соответствует современной тенденции размещения магазинов. В целом про независимые торговые точки отзывов меньше, чем про сетевые, и средняя оценка их работы покупателями ниже (3 балла против 3,9 у федеральных и местных сетевых магазинов и 4,7 баллов у гипермаркетов). Меньше всего таких торговых форм в районах новостроек в округе Майская Горка.

Про магазины федеральных и местных торговых сетей негативные отзывы покупателей составляют от 9% до 25% от общего количества в зависимости от магазина, обычно отмечается низкое качество товара, недостаток сотрудников, неактуальные ценники на товары, беспорядок в торговом зале.

### **Заключение**

Таким образом, основные трансформационные процессы, произошедшие в организации постсоветской торговли, привели к значительному увеличению количества торговых точек в Архангельске (в 3 раза в 2022 г. относительно 1988 г.). Однако при этом наблюдаются диспропорции в их размещении. Мы выделили 3 группы административных округов, различающихся изменением численности продовольственных торговых точек. Наибольшее увели-

<sup>6</sup> Яндекс.Карты. Магазины продуктов в Архангельске. [https://yandex.ru/maps/20/arhangelsk/category/grocery\\_store/184108031/?ll=40.541409%2C64.551829&sl=40.541410%2C64.551795&z=11](https://yandex.ru/maps/20/arhangelsk/category/grocery_store/184108031/?ll=40.541409%2C64.551829&sl=40.541410%2C64.551795&z=11) (дата обращения: 20.08.2023).

чение числа магазинов отмечается в центральных округах города (в 4–5 раз), это можно объяснить их большим конкурентным преимуществом, несмотря на то что численность населения в этих районах сократилась так же, как и во всём городе (Октябрьский и Ломоносовский округа). Значительный рост количества магазинов отмечен и в округах Майская Горка и Варавино-Фактория (в 4–5 раз), которые являются местами массовой жилищной застройки. Наименьшее увеличение числа магазинов произошло в окраинных округах города, которые в прошлом представляли собой посёлки при крупных промышленных предприятиях, после закрытия которых значительно сокращалась численность населения (Маймаксанский, Цигломенский, Исакогорский округа). По причине сокращения покупательной способности населения и его численности на этих территориях предприниматели не решаются открывать там современные магазины. Посттрансформационный период развития торговли не затронул островные территории (Кегостров, Хабарка, Бревенник, Линский Прилук), на которых не открылся ни один сетевой продовольственный магазин, их торговое развитие осталось на уровне трансформационного периода и создания продуктовых павильонов и киосков. Торговую нишу там заняли индивидуальные предприниматели, на место советских магазинов пришли небольшие павильоны с ограниченным ассортиментом и высокими ценами. Промежуточное положение между этими группами округов занимают Соломбальский и Северный округ, где число продовольственных магазинов выросло в 2–3 раза (рис. 1).

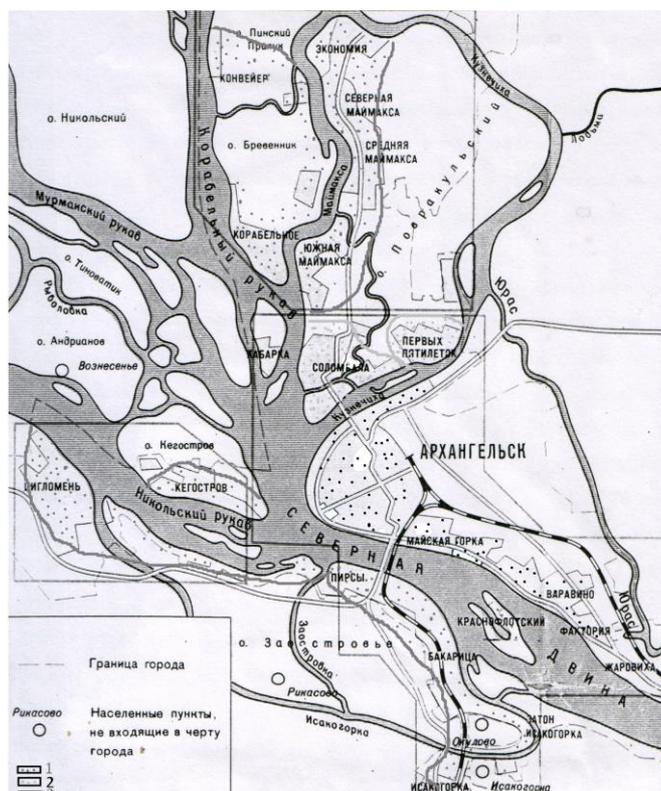


Рис. 1. Увеличение количества продовольственных магазинов на территории Архангельска в 2022 г. по сравнению с 1988 г.<sup>7</sup> Цифрами на рисунке обозначены территории с увеличением количества магазинов: (1) — менее чем в 2 раза; (2) — в 2–3 раза; (3) — в 4–5 раз.

<sup>7</sup> Архангельск. Схема пассажирского транспорта. Москва: ГУГК, 1987.

В окраинных округах города с закрытием заводов произошло резкое ухудшение качества городской среды. В результате сокращения численности потенциальных покупателей, а также из-за расположения, исключающего возможный транзит покупателей по дорогам с большим трафиком, такие территории также малоинтересны для крупных сетевых ритейлеров. Там менее активно открывались торговые точки современного формата. Здесь работает наименьшее количество магазинов федеральных и местных торговых сетей. А в Маймаксанском и Цигломенском округах количество независимых несетевых магазинов преобладает над количеством сетевых. Контент-анализ отзывов покупателей показал, что наибольшее количество негативных отзывов и самая низкая по городу средняя оценка именно у независимых магазинов. Хотя негативных отзывов относительно магазинов на островах меньше, но связано это с отсутствием у местных покупателей альтернативы. Ассортимент товаров там скромный, цены высокие.

Территории окраинных округов Архангельска, особенно островные, которые в советский период отличались незавершённой урбанизированностью, имели низкую плотность застройки, после лишения основных функций «заводских посёлков» «деурбанизируются» (в северной части города — Маймаксанский округ, в левобережной части города — Исакогорский и Цигломенский округа, но особенно острова Бревенник, Линский Прилук, Кегостров и Хабарка). Институты городского образа жизни там деградируют, фактически они превратились в сельские территории.

Наиболее привлекательны для размещения магазинов разного формата в Архангельске центральные районы и примыкающие к ним «спальные районы», где ведётся строительство нового жилья (Октябрьский, Ломоносовский, Майская Горка, Соломбальский). Здесь представлены все торговые форматы от «магазинов у дома» и «жёстких дискаунтеров» до гипермаркетов. Совсем нет гипермаркетов в окраинных районах (Маймаксанский, Северный, Цигломенский, Исакогорский).

Таким образом, главной чертой пространственной организации продовольственной (продуктовой) торговли Архангельска является концентрация магазинов в центре города и уменьшение их количества на окраинах. Наиболее распространённый торговый формат в Архангельске — «дискаунтер», что связано с большим количеством населения с низкими доходами, не позволяющими делать покупки в супермаркетах более высокой ценовой категории. Немногочисленные гипермаркеты также тяготеют к центру, где больше покупателей, хотя в крупных городах они обычно расположены на окраинах. Такая же картина размещения торговли и в других городах России с численностью населения до 500 тыс. человек. Принцип «равноудалённости» магазинов от жилых домов наиболее соблюдается в компактных жилых районах (Северный, Соломбальский, Ломоносовский округа). В постсоветский период изменился основной фактор размещения торговых точек, когда вместо принципа «равноудалённости» решающим стало расположение на основных путях перемещения потенциальных покупателей. В Архангельске, как и в других городах, магазины чаще стали от-

крывать вблизи важнейших магистралей и реже внутри жилых кварталов. Возрастает интерес к формату «магазин у дома».

Для улучшения городской среды в Архангельске требуется увеличить количество территориально доступных магазинов в районах новой застройки (округа Майская Горка и Варавино-Фактория), обеспечить современное качество торговых услуг жителям островов. В качестве маркетинговой идеи можно предложить создание торгового центра с магазинами разной ценовой категории и предприятиями сферы услуг на Левом Берегу, в месте пересечения трасс, соединяющих города Архангельской агломерации, на пути передвижения потенциальных покупателей. Этот центр может восполнить недостаток магазинов с широким ассортиментом товаров в посёлках левобережной части Архангельска и пригородных сёл, сделать комфортнее местную среду, сгладить территориальные диспропорции, стать полюсом роста инфраструктурного развития периферийной территории. Согласно Генеральному плану муниципального образования «Город Архангельск» на расчетный срок до 2040 г., в этом районе планируется жилищная застройка, так как здесь есть свободные земли и хорошая транспортная доступность<sup>8</sup>. Опережающее создание инфраструктуры сделает территорию более привлекательной для жителей города.

#### Список источников

1. Musil J. Changing urban systems in post-communist societies in Central Europe: analyses and prediction // *Urban Studies*. 1993. Vol. 30 (6). Pp. 899–905. DOI: <https://doi.org/10.1080/00420989320080841>
2. Сёмина И.А. Структурно-функциональные особенности торговых комплексов г. Саранска // *Современные проблемы территориального развития*. 2017. № 3.
3. Аксёнов К.Э. Тенденции развития городской среды крупного постсоциалистического города: есть ли уникальное в универсальном? (на примере Санкт-Петербурга) // *Современные производственные силы*. 2014. № 3. С. 22–36.
4. Sykora L., Bouzarovski S. Multiple transformations: conceptualizing the post-communist urban transition // *Urban Studies*. 2012. Vol. 49. Pp. 43–60. DOI: <https://doi.org/10.1177/0042098010397402>
5. Аксёнов К.Э. Эволюция типов шопинга и пространственная организация розничной торговли в постсоветском метрополисе // *Известия Русского Географического общества*. 2016. Т. 148. Вып. 6. С. 39–56.
6. Желнина А.А. Метаморфозы практик розничной торговли в российском мегаполисе как зеркало постсоциалистических трансформаций // *Urban sociology*. 2010. С. 148–169.
7. Радаев В.В. Эволюция организационных форм в условиях растущего рынка (на примере российской розничной торговли). Москва: ГУ ВШЭ, 2006. 60 с.
8. Аксёнов К.Э. Трансформация городских пространственно-временных систем (на примере влияния ритейла на районы массовой жилой застройки в Ленинграде — Санкт-Петербурге, 1989–2016 гг.) // *Известия Русского Географического общества*. 2019. Т. 151. Вып. 1. С. 29–44. DOI: <https://doi.org/10.31857/s0869-6071151129-44>
9. Аксёнов К.Э., Зиновьев А.С., Морачевская К.А. Роль ритейла в трансформации микрорайонного принципа организации городской среды // *Известия РАН. Серия географическая*. 2019. № 3. С. 13–27. DOI: <https://doi.org/10.31857/s2587255662019113-27>
10. Булинина Н.С. Трансформация городского пространства Нижнего Новгорода (на примере третьего сектора экономики) // *Известия РАН. Серия Географическая*. 2013. № 6. С. 43–47.

<sup>8</sup> Генеральный план муниципального образования «Город Архангельск» на расчетный срок до 2040 года. URL: <https://www.arhcity.ru/?page=1374/1> (дата обращения: 21.08.23).

11. Виноградов И.В. Территориальная организация сферы услуг в Твери // Вестник Московского университета сер. 5: География. 2014. № 5. С. 74–79.
12. Семина И.А. Развитие третичного сектора экономики и организация городского общественно-го пространства (на примере крупного города) // Успехи современного естествознания. 2017. № 5. С. 128–133.
13. Szelenyi I. Cities under socialism — and after // Cities after socialism. Urban and regional change and conflict in post-socialist societies / Andrusz G., Harloe M., Szelenyi L. Blackwell. 1996. Pp. 286–317. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470712733.ch10>
14. Строительные нормы и правила: СНиП 2.07.01-89 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских территорий. Москва: 1990. 56 с.
15. Стризое А.Л. Деурбанизация современного общества: природа, специфика, риски. // Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 7: Философия. 2017. Т. 16. № 1. С. 64–72. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2017.1.7>
16. Липец Ю.Г., Пуляркин В.А., Шлихтер С.Б. География мирового хозяйства. Москва: Владос, 1999. 398 с.

## References

1. Musil J. Changing Urban Systems in Post-Communist Societies in Central Europe: Analyses and Prediction. *Urban Studies*, 1993, vol. 30 (6), pp. 899–905. DOI: <https://doi.org/10.1080/00420989320080841>
2. Semina I.A. Structural and Functional Features of Shopping Complexes in the City of Saransk. *Sovremennye problemy territorial'nogo razvitiya* [Modern Problems of Territorial Development], 2017, no. 3.
3. Aksenov K.E. Tendentsii razvitiya gorodskoy sredy krupnogo postsotsialisticheskogo goroda: est' li unikal'noe v universal'nom? (na primere Sankt-Peterburga) [Trends in the Development of Urban Environment in a Large Post-Socialist City: Is There Something Unique in the Universal? (On the Example of St. Petersburg)]. *Sovremennye proizvodstvennyye sily* [Modern Productive Forces], 2014, no. 3, pp. 22–36.
4. Sykora L., Bouzarovski S. Multiple Transformations: Conceptualizing the Post-Communist Urban Transition. *Urban Studies*, 2012, vol. 49, pp. 43–60. DOI: <https://doi.org/10.1177/0042098010397402>
5. Aksenov K.E. Evolution in the Types of Shopping and Spatial Structuring of Retail Trade in Post-Soviet Metropolis. *Proceedings of the Russian Geographical Society*, 2016, vol. 148, iss. 6, pp. 39–56.
6. Zhelnina A.A. Metamorphoses of the Practice of Retail Trade in Russian Megapolis as a Mirror of Post-Socialist Transformations. *Urban sociology*, 2010, pp. 148–169.
7. Radaev V.V. *Evolution of Organisational Forms in a Growing Market (On the Example of Russian Retail Trade)*. Moscow, HSE University Publ., 2006, 60 p. (In Russ.)
8. Aksenov K.E. Transformation of Urban Spatiotemporal Systems, by the Example of Retail Impact to Large Housing Estate Areas of Leningrad — St. Petersburg, 1989-2016. *Proceedings of the Russian Geographical Society*, 2019, vol. 151, iss. 1, pp. 29–44. DOI: <https://doi.org/10.31857/s0869-6071151129-44>
9. Aksenov K.E., Zinovyev A.S., Morachevskaya K.A. The Role of Retail in the Transformation of the Microdistrict Organization of the Urban Environment. *Bulletin of the Russian Academy of Sciences. Geographical Series*, 2019, no. 3, pp. 13–27. DOI: <https://doi.org/10.31857/s2587255662019113-27>
10. Bulnina N.S. Transformation of Urban Space of Nizhny Novgorod (Case-study of the Tertiary Sector of the Economy). *Bulletin of the Russian Academy of Sciences. Geographical Series*, 2013, no. 6, pp. 43–47.
11. Vinogradov I.V. Territorial Organization of the Tertiary Sphere in the Town of Tver. *Lomonosov Geography Journal*, 2014, no. 5, pp. 74–79.
12. Semina I.A. Development of Tertiary Sector and Organization of Urban Public Space (On the Example of Large City). *Advances In Current Natural Sciences*, 2017, no. 5, pp. 128–133.

13. Szelenyi I. Cities under Socialism — and after. In: *Cities after Socialism. Urban and Regional Change and Conflict in Post-Socialist Societies*. Blackwell, 1996, pp. 286–317. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470712733.ch10>
14. *Construction Norms and Regulations: SNR 2.07.01-89 Urban Planning. Planning and Development of Urban and Rural Areas*. Moscow, 1990, 56 p. (In Russ.)
15. Strizoe A.L. Deurbanization of Modern Society: Nature, Specifics, Risks. *Logos et Praxis*, 2017, vol. 16, no. 1, pp. 64–72. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2017.1.7>
16. Lipets Yu.G., Pulyarkin V.A., Shlikhter S.B. *Geography of the World Economy*. Moscow, Vlados Publ., 1999, 398 p. (In Russ.)

*Статья поступила в редакцию 17.09.2023; одобрена после рецензирования 17.09.2023;  
принята к публикации 25.09.2023*

*Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов*