



**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ**

**УПРАВЛЕНИЕ ПО РАЗВИТИЮ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА АДМИНИСТРАЦИИ Г. ПЕРМИ**

**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»**



***Современная торговля:
теория, практика, инновации***

**Материалы докладов пленарного заседания
VIII Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием, посвященной 15-летию
Пермского торгово-экономического образовательного комплекса
(ассоциации) «Торговое образование»**

Пермь 2018

УДК 658.6/9.001.76(063)
ББК 65.422
С56

Редакционная коллегия: **Е.В. Гордеева** (председатель),
С.В. Поросенков (зам. председателя),
В.Н. Яковлев
Ответственный редактор – **А.А. Игнатьева**
Ответственный за выпуск – **С.В. Поросенков**

Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы докладов пленарного заседания VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 15-летию Пермского торгово-экономического образовательного комплекса (ассоциации) «Торговое образование» (Пермь, ноябрь-декабрь 2018 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «Пермский института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2018. – 93 с.

Материалы опубликованы в авторской редакции.

© Пермский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Гордеева Елена Валентиновна Интеграционное взаимодействие учебных заведений – от теории к практике	5
Поросенков Сергей Владимирович Процессы глобализации: от цифровой экономики к цифровому образованию	18
Пономарев Александр Анатольевич Проблемы малого бизнеса и пути их решения	24
Луховская Ольга Константиновна Тенденции развития потребительского рынка в современной экономике региона	29
Владимирский Евгений Владимирович, Оборин Матвей Сергеевич Перспективные направления развития санаторно-курортного комплекса России.....	33
Глодных Наталья Михайловна Современная теневая экономика в торговле	43
Иванов Александр Иванович Развитие фулфилмента в России: состояние и трудности становления	52
Мазунина Татьяна Александровна, Писарева Елена Витальевна Современное состояние региональной розничной торговли Пермского края	58
Назипов Ильгиз Ильдарович Маршруты Великого шелкового пути и Золотая Орда	63

Силин Александр Владимирович Особенности конкуренции малых торговых предприятий и крупных торговых сетей	70
Лунева Марина Наилевна Проблемы интеграции высшего образования	76
Шушарин Валерий Федорович Особенности динамики развития агропромышленного комплекса России	80
Рекомендации VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Современная торговля: теория, практика инновации»	88

Гордеева Елена Валентиновна
*кандидат экономических наук, профессор,
директор Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова,
президент Пермского торгово-экономического
образовательного комплекса (ассоциации) «Торговое образование»*

ИНТЕГРАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ – ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

20-28 ноября 2018 г. в Пермском институте (филиале) РЭУ имени Г.В. Плеханова проходит VIII Всероссийская научно-практическая конференция «Современная торговля: теория, практика, инновации», которая в этом году посвящена 15-летию Пермского торгово-экономического образовательного комплекса (ассоциации) «Торговое образование».

Являясь единственным, базовым вузом торгово-экономического профиля субъекта Федерации, Пермский институт (филиал) ведет не только образовательную деятельность по уникальным для региона направлениям подготовки кадров, но и активную научно-исследовательскую работу. Так, ежегодно организуются крупные всероссийские и международные конференции, региональные форумы, круглые столы и другие мероприятия, на которых обсуждаются тенденции, проблемы, мировой и отечественный опыт развития сферы обращения. Данная тематика не теряет свою злободневность, наоборот, все более актуализируется, что связано не только с мировыми и национальными трендами в экономике и торговле, но и политическими факторами (напряженностью ряда межстрановых отношений, введением санкций и пр.).

Одновременно с наблюдающейся в последние годы межгосударственной разобщенностью по политическим и экономическим интересам в нашем сложном и противоречивом мире происходят и обратные, сближающие, интеграционные процессы, затрагивающие как производственную, так и социальную сферу общества, включая образовательные и межкультурные коммуникации. На ускорение интеграционных процессов в сфере образования наибольшее влияние, на наш взгляд, оказывают следующие факторы:

- набирающая высокие темпы в России и мире цифровизация, причем не

- только отраслей производственной сферы экономики, но и торговли, здравоохранения, просвещения, сегментов бытовых и прочих услуг;
- вызовы современного рынка труда к качеству подготовки выпускников вузов и ссузов, что обуславливает необходимость их сотрудничества и кооперации (по направлениям научных исследований; в учебно-методическом, материально-техническом и др. аспектах).

Проследим эти процессы на примере интеграции в сфере высшего образования (ВО) путем создания объединений (ассоциаций) университетов. Наиболее известная из них – Международная ассоциация университетов (IAU, «International Association of Universities»), образованная при поддержке ЮНЕСКО в 1950 г. В составе ассоциации – 650 университетов и организаций из 120 стран, в т.ч. 23 российских вуза. IAU занимается научными исследованиями трендов в сфере ВО, организует форумы и научные конференции, налаживает международное сотрудничество в целях развития науки и высшего образования.

Кроме того, успешно реализуют свои цели и задачи Ассоциация европейских университетов (EUA), ассоциация CESAER (Conference of European Schools for Advanced Engineering and Research) и другие.

Особо отметим Евразийскую ассоциацию университетов, созданную в 1989 г. по инициативе МГУ им. М.В. Ломоносова, в нее входят 139 ведущих вузов всех государств СНГ, ее цель – объединение усилий университетов для создания и развития единой образовательной среды на постсоветском пространстве.

В настоящее время в России активно развиваются интеграционные процессы в сфере ВО. Созданы Ассоциация классических университетов, Ассоциация ведущих вузов в области экономики и менеджмента (АВВЭМ), Союз высших учебных заведений и другие.

В 2010 г. образована Ассоциация ведущих университетов (АВУ), объединившая 46 вузов РФ, в т.ч. МГУ им. М.В. Ломоносова, СПбГУ, МГИМО, НИУ «ВШЭ», РАНХиГС и другие, включая два ведущих вуза Пермского края – ПГНИУ и ПНИУ.

Цели и задачи АВУ заключаются в объединении усилий вузов, а также научно-исследовательских учреждений для повышения конкурентоспособности и качества образовательной и научной деятельности, внедрения инноваций и создания современной инфраструктуры, обеспечивающей разработку и внедрение результатов НИР, достижение высокого качества образовательного процесса в соответствии с мировыми стандартами [1].

Что касается негосударственной сферы высшего образования, она тоже подвержена воздействию интеграционных процессов. Так, Ассоциация негосударственных вузов России (АНВУЗ) представляет с 1994 г. частный сектор образовательной системы РФ. В нее входят 450 учебных заведений, имеются региональные отделения в Санкт-Петербурге, Казани, Новосибирске, Самаре и др. городах [2].

В Указе Президента РФ № 599 от 07.05.2012 г. поставлена задача «5-100», т.е. к 2020 г. не менее 5 университетов РФ должны попасть в первую сотню лучших вузов по показателям мировых рейтингов университетов.

В 2013 г. Министерство образования и науки РФ начало реализацию проекта «5-100», конкурс для участия в нем выиграла 15 вузов, которые учредили ассоциацию «Глобальные университеты». В настоящее время в ассоциацию входит 21 университет, ее основная цель – повышение конкурентоспособности российских вузов в международном научно-образовательном пространстве, повышение имиджа и продвижение услуг отечественного образования и достижений науки на мировом рынке труда и инноваций [3].

РЭУ им. Г.В. Плеханова состоит в 10 международных организациях, таких как

- Европейский фонд развития менеджмента (EFMD);
- Российско-Китайская ассоциация экономических университетов;
- Европейская ассоциация университетов (EUA);
- и другие,

в которых ведет образовательные и научно-исследовательские проекты, осуществляет обмен педагогическим опытом и академический обмен препода-

вателей и студентов [4].

В Пермском крае также развиваются интеграционные процессы в сфере образования. Они имеют направленность в следующих основных разрезах:

- территориальный;
- территориально-отраслевой;
- отраслевой (профильный).

Первую позицию представляют ассоциации профессиональных образовательных учреждений (ОУ), подведомственных Минобрнауки Пермского края, созданные приказом данного Министерства в 2014 г. [5], привязанных к территориальным ассоциациям муниципальных районов субъекта Федерации.

Так, ассоциация «Верхнекамье» включает Березниковские и Соликамские техникумы и колледжи; ассоциация «Запад» - Верещагинские, Краснокамские и Нытвенские учебные заведения СПО; ассоциация «Парма» - Кудымкарские и Юсьвенские ОУ и т.д., - всего создано 7 ассоциаций.

Территориально-отраслевой разрез интеграции представлен кластерными образованиями. В Пермском крае на сегодняшний день действует несколько промышленных кластеров, таких как «Фотоника», Технополис «Новый Звездный», «Композиты Прикамья» и др., а также создается новый IT-кластер – в целях наращивания темпов цифровизации экономики Пермского края [6]. В деятельность промышленных кластеров вовлекаются не только производственные структуры, но и образовательные учреждения, в основном технического профиля.

Что касается отраслевого аспекта интеграции непосредственно в сфере ВО, то в регионе с 2003 г. успешно осуществляет свою деятельность Пермский торгово-экономический образовательный комплекс (ассоциация) «Торговое образование».

Ассоциация создана по инициативе нашего института, при поддержке Департамента образования и Комитета потребительского рынка и развития предпринимательства краевой администрации.

У истоков создания ассоциации были еще 2 учебных заведения - Перм-

ский торгово-технологический колледж и Лысьвенское профессиональное училище № 55. Изначальной целью образования ассоциации был охват в единой организации всех ступеней подготовки профильных специалистов для сферы торговли и общественного питания – от начального профессионального – до среднего, высшего, послевузовского и дополнительного профессионального образования. Эта цель была успешно достигнута, как и другие цели и задачи ассоциации.

В настоящее время в ассоциацию входят 11 учебных заведений Пермского края, в т.ч. колледжи и техникумы, работающие по профильным для ассоциации программам среднего и начального профессионального образования (в скобках указана дата вступления):

1. Пермский институт (филиал) «Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова» (2003 г.);
2. Пермский торгово-технологический колледж (2003 г.);
3. Краснокамский политехнический техникум (2004 г.);
4. Добрянский гуманитарно-технологический техникум им. П.И.Сюзёва (2004 г.);
5. Кизеловский политехнический техникум (2005 г.);
6. Краевой политехнический колледж (г. Чернушка) (2005 г.);
7. Пермский государственный профессионально-педагогический колледж (2010 г.);
8. Чусовской индустриальный техникум (2010 г.);
9. Пермский кооперативный техникум (г. Верещагино) (2011 г.);
10. Экономический колледж при ПГУ (2016 г.);
11. Березниковский техникум профессиональных технологий (2018 г.).

Дополнительно отмечу, что, идя в ногу со временем, для включения в процесс цифровизации экономики региона, институт в 2017 г. вступил еще в одно объединение. Это объединение работодателей - Союз промышленников и предпринимателей Пермского края «Сотрудничество» - для взаимодействия с предприятиями в плане подготовки кадров IT-специальностей для нашего ре-

гиона (и не только для промышленности, но и торговли).

Что касается Ассоциации «Торговое образование», то на сегодня общий контингент ее учащихся превышает 8 тысяч человек.

Это солидная организация, осуществляющая совместную инновационную, издательскую, спортивно-оздоровительную, культурно-массовую, рекламную и иные виды творческой деятельности; обмен научно-педагогическим опытом и профориентационную деятельность.

Благодаря работе ассоциации «Торговое образование», все основные элементы системы непрерывной подготовки кадров для потребительского рынка края сформированы, осталось только наполнять эту систему, что и успешно осуществляется уже на протяжении 15 лет.

Создание Ассоциации позволяет учебным заведениям:

- координировать свои действия в плане повышения качества учебной, научной и воспитательной работы;
- организовывать и участвовать в совместных научно-практических и методических конференциях преподавателей и студентов с публикацией материалов;
- проводить олимпиады и конкурсы профессионального мастерства студентов по будущим специальностям;
- организовывать спортивные и творческие мероприятия;
- координировать профориентационную деятельность и др. мероприятия.

Так, по итогам анализа приема 2018 г. на программы бакалавриата в наш институт, можно привести следующие показатели: из техникумов и колледжей ассоциации приняты на очную форму обучения 16,4% а на заочную – 28,3% от общего числа первокурсников.

Взаимодействие учебных заведений в рамках Ассоциации постоянно совершенствуется. В настоящее время работа ассоциации ведется по следующим направлениям:

- Научная и учебная деятельность;
- Профилактическая работа среди молодежи;

- Творчество;
- Спорт;
- PR и информационная деятельность.

Эти направления реализуются следующим образом.

1. Научная и учебная деятельность.

Ежегодно организуются крупные Международные и Всероссийские конференции по результатам научных исследований и их практического применения в сфере экономики и торговли, а также Международные научно-методические конференции по инновационным образовательным технологиям. За период работы Ассоциации с 2003 по 2018 гг. в сборниках статей опубликовано более 2100 статей профессорско-преподавательского состава, общим объемом 850 п.л. Студентами и учащимися Ассоциации за 15 лет опубликовано более 1800 статей, общим объемом 650 п.л. Активно участвуют в конференциях и публикациях студенты и преподаватели Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, а также Пермского торгово-технологического колледжа, Пермского государственного профессионально-педагогического колледжа и Чусовского индустриального техникума.

В ежегодных краевых олимпиадах «Индустрия питания» и межрегиональных фестивалях «Пермская кухня» участвуют и становятся призерами сборные команды учебных заведений нашей ассоциации.

Пермский торгово-технологический колледж, Пермский государственный профессионально-педагогический колледж, Краевой политехнический колледж (г. Чернушка) – ежегодно являются призерами профессиональных конкурсов по различным номинациям, таким как карвинг, барное дело, организация обслуживания, приготовление авторских блюд и др.

С 2016 г. ежегодная краевая олимпиада «Индустрия питания», проводимая в рамках Ассоциации, расширила свои границы – в состав участников начали входить и другие учебные заведения края, что способствует повышению имиджа Ассоциации и привлечению в ее состав новых заинтересованных учебных заведений.

В качестве участников, ведущих, членов жюри престижных конкурсов приглашаются студенты и преподаватели учебных заведений Ассоциации «Торговое образование».

Кроме традиционной олимпиады «Индустрия питания» в рамках Ассоциации с 2018 г. реализуются два новых проекта - «Гастрономическая карта» и «Кухня Беринга», проводимые совместно с ОО «Пермская ассоциация кулинаров».

Мероприятия ассоциации проводятся, в основном, на базе нашего института, но есть и выездные. Участников ассоциации принимали в Краевом многопрофильном техникуме на научно-практической конференции «Шаги к успеху»; в Пермском государственном профессионально-педагогическом колледже на ежегодном фестивале «Творчество в моей профессии», в Пермском торговом-технологическом колледже на краевых конкурсах профессионального мастерства.

2. Профилактическая работа с молодежью.

В современном мире, в т.ч. виртуальном (Интернет), часто наполненном отрицательным и негативными контентом, это очень важное направление, касающееся формирования духовно-нравственной, здоровой, стрессоустойчивой, социализированной личности. Здесь важно и гражданско-патриотическое, и этическое воспитание студентов, и профилактические мероприятия против асоциального поведения и многое другое.

С 2006 года для студентов Ассоциации ежегодно организуются конкурсы видео-роликов, презентаций и плакатов в рамках акции «Молодежь против наркотиков».

Стоит отметить достойный уровень видео-работ по данной тематике студентов Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Добрянского гуманитарно-технологического техникума им. П.И. Сюзева, Пермского государственного профессионально-педагогического колледжа.

Содержательные и красочные плакаты, отлично оформленные работы в 2018 г. у Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, Добрянского

гуманитарно-технологического техникума; Экономического колледжа при ПГУ.

Студенты Ассоциации «Торговое образование» принимают участие в волонтерской и благотворительной деятельности: организуют праздничные мероприятия и концерты в детских домах и домах престарелых, сбор вещей и помощь малообеспеченным семьям, донорство и много других добрых дел.

3. Творчество.

Юность – пора творчества, важно развить способности студентов к творческому самовыражению во всех лучших его проявлениях и закрепить эти навыки на всю жизнь. Для этого ассоциацией организуются также ежегодные мероприятия, как: выставки фоторабот, посвященные «Дню Победы», и празднику весны - 8 марта.

Только за последние 5 лет (с 2013 г.) в фотовыставках приняло участие более 500 студентов ассоциации. Особо отличились следующие учебные заведения:

- Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова;
- Пермский государственный профессионально-педагогический колледж;
- Кизеловский политехнический техникум;
- Добрянский гуманитарно-технологический техникум им. П.И.Сюзёва;
- Чусовской индустриальный техникум;
- Экономический колледж при ПГУ.

4. Спорт.

Ассоциация «Торговое образование» пропагандирует ЗОЖ. Для этого организуются следующие спортивные мероприятия.

Ежегодно на нашей базе в честь Дня защитника отечества проводится спортивный праздник «Парни, на старт!». Проводятся ежегодные, уже ставшие традиционными, товарищеские встречи спортивных команд по шахматам, дартсу, баскетболу, волейболу, и др. видам спорта.

Наши студенты участвуют в различных соревнованиях: от городских и краевых, до всероссийских и международных. В спортивных мероприятиях ас-

социации особенно активно участвуют студенты:

- Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова;
- Пермского торгово-технологического колледжа;
- Краснокамского политехнического техникума;
- Краевого политехнического колледжа;
- Пермского государственного профессионально-педагогического колледжа;
- Чусовского индустриального техникума;
- Пермского кооперативного техникума;
- Экономического колледжа при ПГУ.

Ассоциация по праву может гордиться своими спортсменами:

- Стариченко Екатерина – бронзовый призер юниорского Чемпионата Мира, международных соревнований по ски-кроссу (Пермский институт (филиал));
- Карпов Сергей – Чемпион мира по Армспорту (Пермский институт (филиал));
- Плешков Дмитрий - 5-кратный чемпион России, 2-кратный чемпион мира по спортивным танцам (Пермский институт (филиал));
- Ковалев Дмитрий – мастер спорта международного класса, в составе сборной России по волейболу победитель Всемирной Универсиады, Чемпион Европы, Чемпион Мира, игрок сборной России (Пермский институт (филиал));
- Сукач Егор - чемпион мира по пауэрлфтингу 2017 г. (Пермский институт (филиал));
- Бахтин Александр – победитель первенства Мира, призер Чемпионата Европы в личном и командном зачете по ВБЕ, обладатель нагрудного знака «Гордость Пермского края 2017» в номинации «Физическая культура и спорт» (Пермский государственный профессионально-педагогический колледж);
- Азанов Максим - КМС по настольному теннису, неоднократный призер и победитель Всероссийских соревнований, чемпион Пермского края в смешанном парном разряде (Пермский торгово-технологический колледж);

- Аминов Федор – КМС по плаванию, призер российских чемпионатов (Пермский торгово-технологический колледж);

- Юрчук Арина - участница и победительница различных Краевых, Всероссийских и Международных соревнований по конному спорту (Экономический колледж при ПГУ);

- Боброва Елизавета – победитель Всероссийских конкурсов по современным танцам и гимнастике (Экономический колледж при ПГУ);

- Мкртчян Ованес – КМС по армрестлингу, Чемпион Пермского края и Свердловской области, Призер Кубка Урала и Приволжского федерального округа (Экономический колледж при ПГУ);

- Идрисов Сайд-Магомед – КМС по вольной борьбе, призер и победитель региональных и всероссийских соревнований по вольной борьбе и рукопашному бою (Пермский кооперативный техникум, г. Верещагино);

- Томилов Денис – КМС, победитель региональных и всероссийских турниров по шахматам (Пермский кооперативный техникум, г. Верещагино);

- Иващенко Светлана – лауреат краевой премии «Гордость России», чемпионка Всероссийской спартакиады СПО «Юность России», лучшая спортсменка Пермского края по гиревому спорту среди женщин в 2016 г. (Кизеловский политехнический техникум);

- Степаненко Валерия – чемпионка России по легкоатлетическому кроссу в 2018 г. (Кизеловский политехнический техникум);

- Сборная команда Чусовского индустриального техникума неоднократные победители и призеры турниров по легкой атлетике, настольному теннису, волейболу и стритболу;

- Плетенюк Семен – КМС по дзюдо (Краевой политехнический колледж (г. Чернушка);

- Петухов Андрей – победитель и призер региональных и всероссийских соревнований по спортивному туризму (Березниковский технический профессиональный техникум);

- Рыбакова Венера - призер Первенства России по самбо (Краснокамский

политехнический техникум);

- Аликина Екатерина - победительница первенства России по пауэрлифтингу (Краснокамский политехнический техникум).

5. PR и информационная деятельность.

Информационная деятельность – важная составляющая работы ассоциации, которая ведется по следующим направлениям:

- на информационном сайте Пермского института (филиала) создана отдельная вкладка Ассоциация, где посетители сайта могут ознакомиться с целями, задачами и основными направлениями деятельности Ассоциации;

- в 2018 г. в социальной сети Вконтакте была создана официальная группа Ассоциации;

- деятельность Ассоциации освещается на сайте института в разделе новости, на официальных страницах социальных сетей, в студенческой газете «Коммерсант»;

- ежегодно нашим институтом проводятся Дни открытых дверей, а также выезды в учебные заведения Ассоциации, где обучающимся рассказывают о преимуществах для выпускников при поступлении на программы ВО в РЭУ им. Г.В. Плеханова. Это способствует развитию образовательной траектории для будущих профессионалов;

- в декабре 2018 г. планируется выпуск информационного буклета в связи с 15-летием Ассоциации.

Анализируя все направления деятельности Ассоциации «Торговое образование» за 15 лет, можно с уверенностью сказать - эта эффективная форма реализации интеграционных процессов в Пермском крае.

Подводя итоги деятельности за столь значительный период, нельзя не остановиться на проблемах и дальнейших перспективах развития ассоциации.

К проблемам можно отнести следующие:

- не одинаковая активность всех членов ассоциации в организуемых мероприятиях;
- несмотря на расширение рекламной деятельности ассоциации, в 2017-

2018 гг. наблюдается все еще недостаточная PR активность;

- недостаточно общих выездных мероприятий на базе всех учебных заведений, входящих в ассоциацию.

В перспективе нам необходимо консолидировать усилия как в количественном аспекте (привлечение в ассоциацию новых участников), так и в качественном (наполнение традиционных направлений работы актуальным, современным содержанием, создание новых направлений и т.д.).

Уважаемые коллеги! Поздравляю Вас с 15-летием ассоциации «Торговое образование», благодарю руководство, преподавательские и студенческие коллективы всех учебных заведений, входящих в ассоциацию, за ваши достижения, ваш труд и желаю здоровья, успехов, благополучия и новых побед в образовании, науке и воспитании молодежи!

Список литературы:

1. Ассоциация ведущих университетов / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://alu.spbu.ru/ob-assotsiatsii/about>
2. Ассоциация негосударственных вузов России (АНВУЗ – России) / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.anvuz.ru/>
3. Об Ассоциации «Глобальные университеты» / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://globaluni.ru/ru/about>
4. Членство в международных организациях РЭУ им. Г.В. Плеханова / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rea.ru/ru/org/managements/mezhdupr/Pages/associations.aspx>
5. Приказ Министерства образования и науки Пермского края от 03.10.2014 № СЭД-26-01-04-882 / [Электронный ресурс] – Режим доступа: permkrai.info/2014/
6. Вышли на IT // Коммерсант, 22.11.2018 / [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.kommersant.ru/doc/3472319

Поросенков Сергей Владимирович
доктор философских наук, профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ПРОЦЕССЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ОТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ К ЦИФРОВОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

Глобализация – это понятие, обозначающее процесс всемирной экономической, технологической, политической и культурной интеграции.

Открытая Г. Гегелем хитрость истории, когда совокупный результат социально - исторической деятельности иной в сравнении с теми целями, которые преследуют отдельные субъекты, стала представлять собой самодавящую реальность глобальной деятельности человечества.

В совокупном результате этой системы деятельности растет ни от кого не зависящая, но всех подчиняющая техническая, технологическая, информационно - техническая сфера с множеством подсистем обратного воздействия на всех субъектов, образующих своей активностью глобальную деятельность.

Глобальная деятельность – независимый, саморазвивающийся процесс, сам по себе не имеющий границ, но определяющий такие границы для развития составляющих его элементов.

Глобализация характеризуется неравномерностью темпа и вовлеченности в эти процессы сфер экономики, социальных отношений и культуры различных стран. Например, экономики сырьевого типа не могут выйти из той ниши, которую для них предопределила глобализация.

Вырвавшиеся вперед страны опираются на наиболее передовые технологии и в экспорте этих стран преобладают наукоемкие товары и услуги. Экспорт компьютеров, сотовых телефонов, программного обеспечения и других наукоемких товаров и услуг приводит к быстро растущему отрыву развитых стран в экономике, технологиях, общем социальном и культурном развитии. Сверхприбыли развитых стран обуславливают, в конечном счете, глубокие различия и противоречия в международном сообществе, так как страны где доминируют индустриальные и доиндустриальные уклады не в состоянии конкурировать с

наукоемким экспортом и соответствующими сверхприбылями развитых стран.

Существенным компонентом глобализации стала конкуренция в области развития цифровой экономики. Понятие «цифровая экономика» вошло в оборот около двадцати лет назад. В конце 90-х годов уже обсуждались определенные признаки цифровой экономики. К ним относятся: замена физического веса производимой продукции объемами информации; малая производственная площадь, (если, например, конечный продукт - электронные носители, то для них не требуются большие помещения); электронные товары требуют сравнительно низких затрат на их производство; практически мгновенное перемещение денег, товаров в сети интернет.

В Программе развития цифровой экономики России цифровая экономика определена как «совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объемов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально - экономического развития государства» [1, с. 8-9].

В рамках процессов глобализации для всех стран сегодня, независимо от их политических, религиозных, культурных особенностей объективно востребован переход к цифровой экономике. Стартовые позиции начала такого перехода существенно различные и регионализация экономик определяет различия периферийных и передовых экономик.

В России принята и осуществляется «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» и «Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года». Эти проекты отражают объективные, глобальные процессы развития экономики на основе цифровых технологий.

Когда речь идет о формировании целостной цифровой экономики, то это означает, что, где бы ни трудился современный человек, он, как активный субъект, может эффективно осуществлять профессиональную деятельность только при условии владения цифровыми технологиями. Глобальный техноло-

гический базис цифровой экономики предопределяет объективное требование к абсолютному большинству работников уметь применять цифровые технологии.

Поэтому глобализация в аспекте доминирования цифровых технологий в экономике предполагает радикальную модернизацию системы образования. Для системы образования цифровизация не означает выбор какой-то новой технологической или педагогической концепции преобразования системы образования. Цифровизация как объективная составляющая глобальных процессов означает, что выбора нет. В современных условиях однозначно абсолютно все педагогические и психологические концепции имеют смысл обеспечения цифровизации образования. Специфика ситуации в современном образовании такова, что если для старших поколений компьютер, информационные технологии, интернет - это средства в функции некоего инструмента осуществления образовательной деятельности, то для поколения 2000-х виртуальная реальность интернета - это третий компонент реальности вообще, то есть это третья реальность, наряду с объективной и субъективной реальностями. Онтогенез последнего поколения протекает так, что формы самоидентификации, определяющие ценностные ориентации и смыслы, интегрирующие все значения существующего, включают абсолютную сопричастность виртуальной реальности интернета. Обычной стала ситуация, когда школьник более компетентен в информационных технологиях в сравнении с учителем, а студент в вузе - в сравнении с преподавателем.

Поэтому цифровизация образования соответствуют объективным требованиям цифровой экономики и новым формам онтологической и психологической субъективности, где именно технологическая субъективность и априорная ценность информации самой по себе образуют, в принципе, качественно новый тип обучающегося субъекта.

В России модернизация образования осуществляется на основе проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации». Согласно этому проекту предусмотрен охват образовательными курсами 11 млн. человек. К 2025 году все категории граждан в рамках образовательного про-

странства получают возможность непрерывного цифрового образования, где будут реализованы 3500 онлайн-курсов.

Развитие цифрового образования в школе осуществляется в России по проекту «Цифровая школа». Согласно проекту до 2025 года на основе цифровых технологий будет обеспечено обновление содержания образования. При этом, с одной стороны, будет проводиться унификация содержания преподаваемых дисциплин, а с другой стороны будут максимально индивидуализированы траектории обучения школьников.

Развитие цифрового образования в вузах активно осуществляется уже более десяти лет. В вузах многих стран мира и в вузах России создаются дистанционные формы обучения, онлайн-курсы, разнообразные электронные формы взаимодействия преподавателей и студентов. Обучение и научно-исследовательская деятельность в вузах характеризуется применением разнообразных методов, основанных на цифровых технологиях. Цифровизация становится ведущей тенденцией развития высшего образования.

Развитие цифрового образования привело к появлению новых проблем, которых не было в доинформационную эпоху. Это проблемы, связанные с последствиями применения цифровых технологий для становления личности обучающегося, а также проблемы в деятельности учителей и преподавателей.

Развитие цифрового образования и в целом вовлеченность учащихся в интернет ведет к формированию новых ценностных ориентаций и форм самоидентификации, зависимых от интернет-сообществ, значимых потоков информации. Пересечение воздействий социальной реальности и виртуальной реальности создает обучающегося субъекта с новыми свойствами. Так, визуализация информации и ее потенциальная безграничность приводит к затруднениям в формировании интегрального смысла всего происходящего и процесса самоопределения личности на основе понимания смысла собственной жизни. Экзистенциализм и экзистенциально мыслящие психологи отмечают эту тенденцию, но вероятно, это начало еще более глубоких трансформаций личности.

Проявляет себя и проблема ложных компетенций, когда умение найти

информацию отождествляется с пониманием содержания этой информации. Для современного учащегося доступны электронные библиотеки и множество сайтов, содержащих научную информацию. Сама возможность доступа создает иллюзию причастности познающего и к самому содержанию научных знаний, хотя на самом деле для овладения этими знаниями порой требуются серьезные интеллектуальные усилия.

Информатизация порождает и проблемы трансляции через цифровые технологии мировоззренческих, нравственных, эстетических ценностей, т.к. информация, сама по себе являющаяся ценностью, в информационных потоках нивелирует ценностное содержание знаний.

Погруженность в информационные технологии и виртуальную реальность с раннего детства формирует особую технологическую субъективность, и по мере того, как в цифровом образовании экран и цифра будут вытеснять педагога, технологическая субъективность будет все более доминировать в сознании учащихся. И это компонент глубокого качественного преобразования человека в информационном обществе.

Развитие цифрового образования предъявляет все более существенные требования к педагогам. Для них встает вопрос о том, как постоянно совершенствовать свои навыки и компетенции в области информационных технологий. Для значительной части педагогов в школе и вузе это становится источником трудностей.

Эта проблема - часть более глобального процесса. В информационном обществе возник кризис возможностей человека соответствовать быстро растущим требованиям технических и социально-технических систем. То есть, это не только кризис компетентности в области требований цифрового образования.

Отставание возможностей человека соответствовать тенденциям усложнения техники и технологий ведет:

во-первых, к интенсификации форм непрерывного обучения и переподготовки;

во-вторых, к симбиотическим формам соединения человека и техники. Так, в 30-е годы начнется массовое имплантирование технических устройств в тело человека, включая информационно - коммуникативные имплантанты немедицинского назначения;

в-третьих, замена человека работами. Уже в современных программах цифрового образования очевидна тенденция резкого роста роли компьютера в обучении как в количественно-временном аспекте, так и в содержательном. Учитель, преподаватель условно говоря, вытесняется цифровым экраном.

Реализация проектов цифрового образования приведет к сокращению численности учителей и преподавателей, росту конкуренции между ними, глубокому изменению их функций в процессе обучения.

Итак, последовательность объективных процессов глобализации, необходимость развития цифровой экономики, как следствие и условие необходимости развития цифрового образования,- порождает принципиально новые, ранее не встречавшиеся проблемы учащихся, преподавателей, системы образования в целом.

Решать эти проблемы в рамках психологических и педагогических концепций прошлого вряд ли возможно, так как они построены на бинарных оппозициях субъект-объектного отношения и оппозиции объективной и субъективной реальности.

Сегодня в решении проблем цифрового образования востребован научный поиск, исследования с учетом роли виртуальной реальности и качественных изменений, охвативших общество и человека.

Список литературы:

1. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года.

Пономарев Александр Анатольевич
*коммерческий директор ООО «ТЕРРА-Механика»,
магистр Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В настоящее время в условиях экономической нестабильности предприятиям малого бизнеса особенно остро требуются новые рынки сбыта продукции. Решающим фактором является обеспечение стабильности объемов реализации выпускаемой продукции, оказываемых услуг. Одним из решений этой задачи может являться выход на рынок государственных и муниципальных закупок, что позволяет компаниям расширить клиентскую базу, и, как следствие, увеличить доходность. Рынок государственного заказа является стабильным и его объем неуклонно растет. По итогам 2017 года объем рынка государственных закупок достиг отметки в 36,5 трлн. рублей. Повсеместно декларируется повышение доступности рынка госзакупок для субъектов малого бизнеса. Казалось бы, перспективы весьма радужные. Но не все так просто.

На сегодняшний день далеко не все малые предприятия пользуются возможностью участия в процедурах, дающих возможность получить государственный и муниципальный заказ. Результаты опроса, проведенного «Опорой России» и Промсвязьбанком свидетельствуют о том, что доля компаний малого и среднего бизнеса, участвующих в государственных и муниципальных закупках, снижается. Причем, наибольшее снижение зафиксировано среди компаний малого и микро-бизнеса.

В своем докладе я хотел бы заострить внимание на тех барьерах, которые препятствуют входу на рынок государственного заказа для отечественных предприятий малого бизнеса.

Исследования, посвященные проблемам и перспективам участия малого предпринимательства в поставках товаров или услуг по государственным контрактам в нашей стране, проводятся регулярно начиная с 2006 года, когда вступил в силу первый Федеральный Закон о закупках - № 94-ФЗ, который уже утратил силу. На сегодняшний день рынок госзаказа контролируется двумя зако-

нодательными актами – 44-ФЗ и 223-ФЗ.

Если проанализировать результаты проведенных исследований, то можно выявить явный системный характер тех проблем, которые препятствуют входу малого бизнеса на рынок государственных закупок. В целом, их можно систематизировать по четырем группам.

В первую группу барьеров следует отнести проблемы самой системы государственных закупок. Основой здесь является низкий уровень конкуренции и монополизация целых отраслей. Одним из показателей конкуренции на рынке закупок является доля контрактов, заключенных с единственным поставщиком. Несмотря на то, что способ закупки у единственного поставщика на законодательном уровне используется вполне обоснованно, он не является конкурентным, так как предусматривает возможность прямого заключения контракта с одной конкретной компанией, минуя конкурсные процедуры. Согласно данным, опубликованным в Докладе о результатах мониторинга применения Федерального закона № 44-ФЗ по итогам I квартала 2018 года, общий объем закупок у единственного поставщика относительно показателя прошлого года хотя и снизился на 3,3 млрд. рублей, однако по-прежнему составляет довольно большой процент среди остальных способов закупки - 34% от общего объема заключенных контрактов.

Если говорить о закупках госкомпаний, проводимых в рамках 223-ФЗ, то только по официальным данным мониторинга закупок за 2017 год, опубликованных Минфином, следует, что в условиях конкуренции прошло лишь 3,6% от всех закупок госкомпаний. Все остальные закупочные процедуры проводились путем заключения договора напрямую с поставщиками, либо «иными методами».

В 2017 году объем заключенных договоров в рамках 223-ФЗ составил 16,5 трлн. рублей. По официальным данным более 96% из них были произведены посредством неконкурентных методов определения поставщика. По сравнению с 2016 годом показатели ухудшились. Тогда неконкурентными были признаны 93% закупок. Очевидно, что при таком уровне конкуренции назвать за-

купочную деятельность эффективной для госкомпаний нельзя.

Стоит отметить, что в направлении повышения конкуренции ведется непрерывная и весьма действенная работа. Серьезные изменения произошли с 1 июля 2018 года. Прежде всего, расширена минимальная доля товаров или услуг, которые заказчики обязаны приобретать у субъектов малого и среднего предпринимательства в течение года – она составляет 18%. И главное, законодательно установлено, что все закупки, проводимые среди субъектов малого и среднего предпринимательства, должны быть проведены исключительно на конкурентной основе одним из четырех способов: это может быть конкурс, аукцион, запрос предложений, либо запрос котировок.

Следующим барьером для малого бизнеса в сфере госзаказа является отсутствие централизованного государственного органа, который занимался бы контролем и аудитом в этой сфере. Проверками системы госзакупок занимаются различные ведомства, такие как Федеральная антимонопольная служба, Счетная палата РФ, Росфиннадзор, Минэкономразвития, а также правоохранительные органы. Полномочия данных структур в системе госзаказа весьма размыты, а разобщенность в их работе дает возможность злоупотреблять коррупционными схемами и многочисленными пробелами в законодательстве, что значительно снижает лояльность представителей малого бизнеса к участию в торгах.

Кроме того, высокие риски, связанные с попаданием в реестр недобросовестных поставщиков, и жесткие требования государства к качеству предоставляемых услуг также рассматриваются в качестве основных системных барьеров для малого бизнеса. Государство – достаточно требовательный партнер, поэтому любые форс-мажорные обстоятельства, включающие, к примеру, не предоставление вовремя суммы обеспечения контракта, сбои в цепочке поставок, могут являться основанием для внесения предприятия в реестр недобросовестных поставщиков, что означает запрет на участие в государственных и муниципальных закупках в течение двух лет.

Вторая группа проблем – это финансовые барьеры. Прежде всего, стоит отме-

тить, что в подавляющем большинстве случаев авансирование по госконтрактам отсутствует, оплата производится только по факту выполнения контракта. Работники предприятия могут обладать навыками, необходимыми для исполнения контракта, могут предложить высококонкурентные, инновационные товары или услуги, но при этом у предприятий малого бизнеса, как правило, отсутствуют необходимые ресурсы для работы с отсрочкой платежа. Срок оплаты в 30 или в 60 дней по факту выполнения контракта серьезно ограничивает участие в закупках таких предприятий.

Кроме того, заказчики в рамках закона устанавливают требование обеспечения исполнения контракта, заключенного по результатам закупки. Размер такого обеспечения исполнения составляет от 5 до 30% начальной (максимальной) цены контракта. Обеспечение должно быть предоставлено заказчику на весь период исполнения контракта и даже на гарантийный срок. Таким образом, значительный объем денежных средств, по сути, выпадает из оборота и «замораживается» на расчетных счетах заказчиков. В случае же не предоставления обеспечения контракта участник автоматически попадает в реестр недобросовестных поставщиков, о котором говорилось ранее.

Далее, существует необходимость несения затрат на получение электронно-цифровой подписи, необходимой для участия в закупках, а также для организации обучения персонала работе на электронных площадках. Далеко не все представители малого бизнеса могут позволить себе указанные финансовые вложения ввиду ограниченности средств.

Третья группа проблем связана непосредственно с организацией проведения торгов, присутствия в ней явной коррупционной составляющей и появления в этой связи искусственных барьеров для «нежелательных» поставщиков. В данную группу можно отнести следующие ситуации:

- участие в конкурсах лиц, аффилированных с организаторами, подставных лиц;
- организация аукционов с необоснованно завышенной начальной ценой контракта и, соответственно, завышенными требованиями к поставщи-

кам;

- ценовой демпинг – когда умышленно занижается цена одним участником, с целью вытеснения добросовестных конкурентов;
- наличие явно невыполнимых, по крайней мере, на бумаге условий тендера;
- недостоверность информации о закупке.

Конечно, предприятия имеют право обжаловать нарушения законодательства путем обращения в Федеральную антимонопольную службу, с заявлением в суд, однако, чаще всего, кроме морального удовлетворения, никакого финансового результата это не приносит, поскольку таким способом нельзя обязать организатора закупки отдать государственный заказ тому или иному субъекту или восстановить в правах незаконно отклоненного участника. В лучшем случае, закупка будет проведена заново. В целом, барьеры данной группы значительно снижают степень доверия бизнеса к системе государственных и муниципальных закупок.

Последняя, четвертая группа - это барьеры, определенные недостаточной квалификацией представителей малого бизнеса в сфере государственных и муниципальных закупок. В первую очередь, это неправильное оформление документации при подаче заявки на участие в тендере, что является препятствием для заключения контракта даже при условии предложения лучшей цены. Кроме этого, необходимо выделить неэффективную систему поиска извещений о закупках в Единой информационной системе, нестабильность ее работы на этапе выбора нужной закупочной процедуры, особенно при использовании поиска по ключевым словам. Тем самым, сужается круг извещений о закупках, которые может найти для себя предприниматель, используя официальные инструменты для поиска.

По личному опыту могу сказать, что моей компании на сегодняшний день в целом удается вполне успешно преодолевать описанные выше препятствия и быть активным участником рынка, однако следует понимать, что это стало результатом многолетнего опыта участия в закупках и непрерывной работы. На

текущий момент стабильная доля государственного заказа в объеме реализации как продукции, так и услуг составляет более 50%, что создает прочный фундамент для непрерывного и поступательного развития предприятия.

В заключение, хотелось бы отметить, что на сегодняшний день, несмотря на имеющиеся сложности, поддержка малого предпринимательства является элементом национальной политики, поскольку предприятия малого и среднего бизнеса являются важным источником обеспечения социально-экономического развития регионов России. На этих предприятиях задействована значительная часть трудоспособного и экономически активного населения. В этой связи, представляется весьма актуальной разработка программы преодоления этих системных барьеров, которые, как мы видим, все же ограничивают доступ к участию в госзакупках представителей малого бизнеса и сдерживают их устойчивый рост и развитие.

Луховская Ольга Константиновна
доктор экономических наук, профессор
заведующая кафедрой Ивановского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА

На сегодняшний день можно выделить несколько понятийно-методологических подходов к определению категории «потребительский рынок».

Первый – *маркетинговый* подход, который имеет социально-ориентированную направленность, т. е. с позиций взаимодействия потребителей, продавцов и посредников, которые формируются в зависимости от особенностей потребительских предпочтений и мотиваций.

Второй – *институциональный* подход, который позволяет рассматривать поведение множества институтов, способствующих его функционированию, позволяет оценить степень их влияния на состояние конкурентной среды потребительского рынка.

Третий – *воспроизводственный* подход, т.е. с позиции обеспечения взаимо-

связи регионального производства, распределения, обмена и потребления (классический, разработанный К. Марксом, подход).

Четвертый – *экономический подход*. В рамках данного подхода потребительский рынок характеризуется как «... система товарно-денежных и организационно-экономических отношений, которые формируются в процессе купли-продажи, для развития которых на данной территории имеются наиболее благоприятные природные и социально-экономические условия для ведения предпринимательской деятельности с целью удовлетворения конечных нужд и потребностей населения» [3, с. 25]. Не просто как отношения купли-продажи между производителем и потребителем, а как существенную часть экономики страны (региона).

Потребительский рынок – это одна из ведущих стратегических единиц в структуре экономики регионов и РФ, включающая сферу торговли и услуг, сбалансированное развитие которого обеспечивает рациональность в формировании взаимосвязи регионального производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг; максимальный результат удовлетворения конечных нужд и потребностей населения в товарах и услугах при минимальных затратах на их производство, обеспечивающих товарно-денежные отношения, для развития которых на данной территории имеются наиболее благоприятные природные и социально-экономические условия ведения предпринимательской деятельности.

Потребительский рынок региона следует характеризовать как важнейшую социально-экономическую сферу и основную составляющую современной рыночной экономики, где часть ВРП, материализованная в виде произведенных товаров и услуг, формируется под влиянием особенностей спроса и предложения каждого территориально-административного образования с учетом адекватных методов регулирования конъюнктуры рынка и принятия коммерческих решений.

Проведённый комплексный анализ потребительского рынка Ивановской области позволил сделать следующие выводы: индустриально развитая в совет-

ские времена Ивановская область в настоящее время переживает структурные преобразования в общественном производстве и изменения органического строения капитала в сторону увеличения оборотов сферы услуг, что явно демонстрирует диверсификацию экономического развития региона.

Спад объемов материального производства и оборота производственной инфраструктуры Ивановской области с 54,5% (2003 г.) до 25,9% (2017 г.) прямо повлиял на снижение доли отраслей, производящих товары, в структуре ВРП (рис. 1). Речь идет о структурных сдвигах, вызванных форсированным развитием потребительского рынка и ростом оборота.

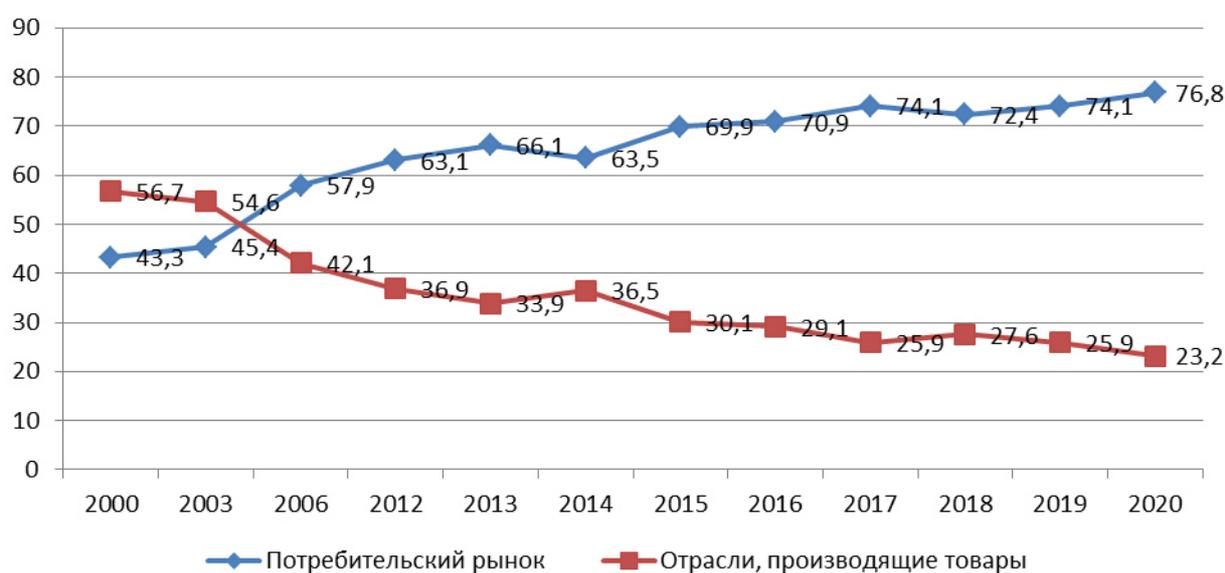


Рис. 1. Динамика и прогноз изменения оборота материального производства и потребительского рынка в структуре экономики Ивановской области, %

Прогнозируемый Стратегией социально-экономического развития Ивановской области рост доли материального производства в ВРП не подтвердился. Бренд «Ивановская область как текстильный кластер» в настоящее время является уже несовершенным. Мы выдвигаем новый бренд - «Иваново – торговый центр текстильного кластера России» [1]. Наблюдается рост оборотов потребительского рынка с 43,3 % в 2000 году до 70,9 % в 2016 году. Доминирующим фактором в структуре сферы услуг ВРП в Ивановской области выступает сфера торговли. Так, в 2017 году доля торговли составила 25,9 % в структуре потребительского рынка одного из ведущих текстильных кластеров России.

Анализ прогнозируемых показателей позволяет утверждать о сохранении

положительной динамики развития третичных отраслей Ивановской области и в прогнозируемом периоде (до 2020 г.) и снижении основных показателей экономической деятельности в сфере материального производства и производственной инфраструктуры Ивановской области. Важность прогнозирования вклада торговли в развитие региона обусловлена ее высокой долей в структуре валовой добавленной стоимости как в России, так и в регионах (примером в данной статье является Ивановская область) [1].

Таким образом, анализ результатов проводимых исследований позволил выявить проблемы развития потребительского рынка Ивановской области, связанных: *во-первых*, со структурными преобразованиями в общественном производстве и изменениями органического строения капитала в сторону увеличения оборотов сферы услуг (прежде всего торговли), что явно демонстрирует диверсификацию экономического развития региона; *во-вторых*, с недостаточным уровнем внедрения разработанных наукой современных моделей социально-экономического развития потребительского рынка и вовлечения ученых в практику стратегического планирования региона; *в-третьих*, отсутствием регулярного мониторинга, одним из важных областей которого является сфера услуг, и недостаточностью обеспечения, в связи с этим, достоверности исходных данных для формирования Стратегии развития Ивановской области.

Список литературы:

1. Луховская О.К., Шарова Л.И., Ананьев М.А., Грузинцева Н.А. Концептуальные основы развития текстильных кластеров в условиях сохранения и воспроизводства культурного потенциала монопрофильных регионов // Технология текстильной промышленности. 2017. №1 (367). С 5-9.
2. Концепция развития экономики и потребительского рынка региона: науч. изд./ науч. ред. А.И. Гретченко, Н.Т. Арефьева, О.К. Луховская, Д.В. Туртин, Т.С. Кочеткова... - кол. Монография. – Иваново: АО «Информатика», 2017.

3. Тахумова О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. 2006. № 4 (8). С. 23-29.

Владимирский Евгений Владимирович
*доктор медицинских наук, профессор,
директор института курортологии,
Пермский государственный медицинский университет
имени академика Е.А. Вагнера*
Оборин Матвей Сергеевич
*доктор экономических наук, профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

В современных условиях система здравоохранения неразрывно связана с профилактикой заболеваемости, восстановлением здоровья и трудоспособности (превентивная функция). В России данную функцию традиционно выполняли профильные предприятия санаторно-курортного комплекса.

Опыт нашей страны свидетельствует о том, что санаторно-курортный комплекс занимал традиционное сильное место в системе здравоохранения, его развитие связано с природно-ресурсным потенциалом нашей страны, с особенностями климатических условий в субъектах Федерации, накоплением культурно-исторического опыта, инфраструктурным развитием. Становление мощного санаторно-курортного комплекса в регионах шло параллельно с формированием исторических курортов, которые возникли в связи с открытием, разработкой и освоением природных лечебных ресурсов, составляющих важный элемент стратегической обеспеченности страны [1; 2; 5].

Можно констатировать, что в современных условиях санаторно-курортный комплекс как важная система обеспечения профилактики, лечения и оздоровления населения включена в рыночный механизм, тем не менее, следует отметить определённые сложности на современном этапе [3; 4]:

1. Убыточность предприятий санаторно-курортного комплекса в боль-

шинстве регионов России, за исключением отдельных субъектов.

2. Высокая доля затрат, которая способствует низкой рентабельности или убыточности основных видов услуг.

3. Отсутствие целенаправленной государственной поддержки и стратегии, направленных на повышение эффективности деятельности санаторно-курортного комплекса.

4. Накопившиеся структурные проблемы, связанные с изношенностью материальной базы, высоким уровнем долга перед банковским сектором, сезонным характером деятельности.

Улучшению качества здоровья населения и снижению риска возникновения болезней способствуют лечение, оздоровление, а также профилактика, что можно в полной мере получить в санаторно-курортных организациях [1].

Рассмотрим особенности и перспективы развития санаторно-курортного комплекса на примере регионов, входящих в Центральный федеральный округ. Все показатели смертности и заболеваемости говорят о том, что у населения нет ресурсов для лечения в санаторно-курортных организациях, что приводит государство к низкому уровню качества жизни населения. В таблице 1 рассмотрены доходы и расходы населения ЦФО за последние десять лет.

Таблица 1

Общие доходы и расходы населения ЦФО за 2005-2017 гг. [6; 7]

	Общий объем денежных доходов населения (млн. руб.)	Общий объем денежных расходов населения (млн. руб.)
2005	4981476,2	5137775
2006	6211735,2	6314744,4
2007	7623066,6	7666824,1
2008	8529984,9	8841023,2
2009	10079271,2	10285547,3
2010	11353385,9	11525563
2015	15561730,2	15944856,3
2016	16318089,5	16944110,2
2017	18160003,6	18966620,3

Рассматривая табл. 1 расходов и доходов населения, можно сделать вывод о том, что расходы населения Центрального федерального округа стабильно превышают их доходы. Но если сравнивать за последние пять лет, то в 2017 году примерно на 800000 руб. расходы превышают доходы, что является самым

высоким показателем за все время. Все это говорит о том, что в периоды экономического кризиса происходит резкий рост цен, благодаря которому расходы граждан увеличиваются, в то время, как их доходы остаются на постоянном уровне.

Рассмотрим природно-лечебные ресурсы Центрального федерального округа, которых достаточно много.

В Ивановской области основу курортных ресурсов наряду с климатом составляют минеральные воды – хлоридные натриевые и сульфатные магниевые-кальциево-натриевые. Их применяют с лечебными целями на курортах Зеленый городок и Оболсуново. Имеются значительные запасы торфяных грязей. Ступинское месторождение торфа используют для грязелечения на курорте Зеленый городок. В Ивановской области функционирует также климатический курорт Плес. В этих курортах лечат заболевания органов дыхания, в том числе туберкулез легких, и кровообращения.

В Калужской области основу курортных ресурсов наряду с климатом также составляют минеральные воды, главным образом хлоридно-сульфатные воды и содержащие бром хлоридные натриевые рассолы. В Калужской области имеют курортные местности Калуга-Бор и Таруса, в которых лечат неспецифические заболевания органов дыхания и кровообращения.

В Костромской области основу курортных ресурсов Костромской области составляют минеральные воды и лечебные грязи. Не более крупным многопрофильным курортом является бальнеогрязевой курорт Солигалич, здесь лечат заболевания органов движения и опоры, нервной системы и гинекологические болезни.

В Липецкой области основу курортных ресурсов составляют хлоридно-сульфатная натриевая вода и торфяная грязь. Здесь находится бальнеогрязевой курорт Липецк, в котором проходят лечение с заболеваниями органов пищеварения, движения и опоры, нервной системы и гинекологических болезней.

Живописная природа Московской области, разнообразный ландшафт, наличие больших лесных массивов, обилие водоемов благоприятны для проведе-

ния климатотерапии и отдыха. Основу курортных ресурсов Московской области наряду с климатом составляют минеральные воды: сульфатные, хлоридные натриевые (кальциево-натриевые). Рассольные воды применяют для ванн, сульфатные – также и для питьевого лечения. На территории Московской области имеется несколько месторождений лечебных торфяных грязей. Функционируют курорты Дорохово, Тишково, Михайловское; исключительно благоприятны природные условия курортной местности Звенигород. Все выше перечисленные курорты имеют климатопавильоны, фотарит, лечебные пляжи (газовые, радоновые, хвойные ванны и лечебные души). В этих климатических курортных местностях лечат сердечно-сосудистые заболевания (и после перенесенного инфаркта миокарда), заболевания желудочно-кишечного тракта, нервной системы, органов опоры и движения.

В Тверской области основу курортных ресурсов составляют минеральные воды и лечебные торфяные грязи. Наиболее распространены сульфатные натриево-магниевые-кальциевые, хлоридно-сульфатные магниевые-кальциевые и хлоридные натриевые рассольные воды. В этой области функционирует курорт Кашин, который располагает одной из самых крупных гидроминеральных и грязевых баз в Центральном федеральном округе.

В Тульской области природные курортные ресурсы представлены главным образом минеральными водами и лечебными торфами. Наиболее популярный курорт в Тульской области – Краинка, который занимается лечением таких заболеваний, как органов движения и опоры, нервной системы и гинекологических болезней, заболевания органов пищеварения, почек и мочевых путей [8].

По данным таблицы 2 можно сделать вывод, что по количеству мест в СКО первое место занимает Костромская область (26531мест – 3,25%), затем Тульская область (4764мест – 6,51%), а наименьший показатель в г. Москва (820 мест– 1,12%).

Таблица 2

Анализ динамики СКО по субъектам ЦФО за 2017 год [6; 7]

Субъект ЦФО	Число мест в СКО		Число размещенных в СКО		Число СКО		Число номеров в СКО	
	Количество, шт.	Удельный вес, %	Количество, шт.	Удельный вес, %	Количество, шт.	Удельный вес, %	Количество, шт.	Удельный вес, %
Белгородская область	1984	2,71	26110	2,63	11	3,32	680	2,13
Брянская область	2811	3,84	30550	3,08	14	4,23	1115	3,49
Владимирская область	1725	2,36	24241	2,44	9	2,72	850	2,66
Воронежская область	3255	4,45	59028	5,95	19	5,74	1585	4,96
Ивановская область	4764	6,51	64329	6,48	16	4,83	1572	4,92
Тверская область	2384	3,26	28565	2,88	10	3,02	2209	6,92
Калужская область	2022	2,76	34050	3,43	14	4,23	830	2,60
Курская область	1784	2,44	23437	2,36	12	3,63	790	2,47
Липецкая область	2948	4,03	19461	1,96	9	2,72	1071	3,35
Костромская область	26531	36,25	383290	38,64	103	31,12	854	2,67
г. Москва	820	1,12	7909	0,80	4	1,21	861	2,70
Московская область	2771	3,79	31281	3,15	13	3,93	12466	39,04
Орловская область	2079	2,84	25916	2,61	11	3,32	279	0,87
Тамбовская область	1485	2,03	17559	1,77	10	3,02	661	2,07
Рязанская область	4320	5,90	63237	6,37	17	5,14	1088	3,41
Смоленская область	4668	6,38	46908	4,73	22	6,65	1013	3,17
Тульская область	4195	5,73	68897	6,95	17	5,14	1984	6,21
Ярославская область	2635	3,60	37248	3,75	20	6,04	2020	6,33
Всего	73181	100,0	992016	100,0	331	100,0	31928	100,0

По количеству размещенных, то есть число пролеченных в СКО, также

больше всего в Костромской области (383290 пролеченных – 38,64%) и Тульской области (68897 пролеченных – 6,95%). Наименьший показатель преобладает тоже в г. Москва (7909 пролеченных – 0,80%).

На территории ЦФО зарегистрировано всего 331 СКО, при этом все также лидирует по количеству СКО Костромская область (103 организации – 31,12%), потом идет Смоленская область (22 организации – 6,65%). А меньше всего СКО расположено опять же в г. Москва (4 организации – 1,21%).

Большее число номеров в СКО находится в Московской области (12466 номеров – 39,04%), затем идет Тверская область (2209 номеров – 6,92%), а самое меньшее количество номеров в Орловской области (279 номеров – 0,87%).

По числу ночевков в СКО наибольший показатель в Московской области (4339674 ночевков – 33,78%), потом идет Тульская область (932995 ночевков – 7,26%). И самый наименьший показатель по числу ночевков в СКО тоже в Орловской области (103283 ночевков – 0,80%).

Таблица 3

Динамика доходов и расходов СКО по субъектам ДФО за 2017 год [6; 7]

Субъект ДФО	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Операционный результат (+/-), тыс. руб.
Белгородская область	552725,4	618643,2	-65917,8
Брянская область	351620,2	433071,8	-81451,6
Владимирская область	452707,1	493727,8	-41020,7
Воронежская область	850394,2	1189963,5	-339569,3
Ивановская область	906749,7	952034,7	-45285
Калужская область	394283,1	508721,8	-114438,7
Костромская область	472626,9	503811,3	-31184,4
Курская область	313096,7	714936,2	-401839,5
Липецкая область	258495,6	356428	-100932,4
Московская область	6362539,3	9849844,8	-3487305,5
Орловская область	126424,7	137527,6	-11102,9
Рязанская область	424577,5	803741,6	-379164,1
Смоленская область	279821,6	542278,9	-262457,3
Тамбовская область	264288,2	333997,1	-69708,9
Тверская область	801151,2	949891,1	-148739,9
Тульская область	873701,4	857154,8	16546,6
Ярославская область	1018823,8	1125122,1	-106298,3
г. Москва	310838,6	1190799,3	-879960,7
Всего	15014865,2	21561695,6	-6549830,4

По данным таблицы 3 видно, что прибыль СКО во всех субъектах ЦФО отрицательна, кроме Смоленской области. Ее прибыль составляет 16546,6 тыс.

руб. Самый большой убыток СКО присутствует в Костромской области – 3487305,5 тыс. руб. В сумме убыток всех СКО на территории ЦФО составляет 6549830,4 тыс. руб. Поэтому можно сказать, что деятельность санаторно-курортных организаций в Смоленской области развивается лучше и активнее, нежели в остальных субъектах ЦФО.

Теперь рассмотрим отдельно расходы и доходы субъектов ЦФО.

В таблице 4 представлена информация о среднемесячных потребительских ценах на санатории Центрального федерального округа за 1 день, за 2 недели на 1 человека.

Таблица 4

**Среднемесячные потребительские цены на санатории ЦФО
за 1 день и за 2 недели на 1 человека [6; 7]**

Месяц	Цена за 1 день, руб.	Цена за 2 недели, руб.
Январь 2015	2451,87	34326,18
Февраль 2015	2483,07	34762,98
Март 2015	2484,19	34778,66
Апрель 2015	2486,16	34806,24
Май 2015	2564,52	35903,28
Июнь 2015	2820,23	39483,22
Июль 2015	2897	40558
Август 2015	2903,54	40649,56
Сентябрь 2015	2760,34	38644,76
Октябрь 2015	2752,38	38533,32
Ноябрь 2015	2737,65	38327,1
Декабрь 2015	2790,87	39072,18
Средняя цена	2677,652	37487,12

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что средняя цена на санаторий за 1 день составляет 2677.652 рубля на 1 человека, а сроком в 2 недели будет стоить 37487.12 рубля на 1 человека.

В таблице 5 представлена динамика цен на санаторно-оздоровительные услуги в ЦФО на 2015 год.

Таблица 5

**Индексы цен на санаторно-курортные услуги в Центральном
федеральном округе (в % к декабрю предыдущего года) [6; 7]**

	2010	2011	2012	2015	2016	2017
Все товары и услуги	108,86	106	106,88	106,68	111,9	113,68
Санаторий, день	103,96	104,45	105,03	100,81	108,83	118,32
Санаторно-оздоровительные услуги	105,7	106,86	102,59	103,83	108,3	117,25

Исходя из полученных данных таблицы 5, можно сделать вывод, что именно с мая по август цена на санаторно-оздоровительные услуги резко увеличивается, что связано с сезонностью данного периода, а затем немного падает, так как сезон закончился, и до конца 2017 года остается стабильной.

Анализ санаторно-курортного комплекса выявил его влияние на уровень социально-экономического развития регионов, однако этот процесс является неравномерным, его темпы могут быть выше, а совокупный эффект значительнее. Отметим основные экономические проблемы функционирования санаторно-курортного комплекса в современных условиях:

- низкое качество обслуживания, связанное с высоким уровнем затрат и сезонностью спроса,
- неразвитость инфраструктуры, сопутствующей услугам – сфера развлечений,
- отсутствие стимулирования спроса со стороны государства, смещение акцентов предложения на проживание и отдых, снижение лечебной составляющей,
- отсутствие государственного механизма регулирования получения путевок уязвимых социальных групп населения,
- необходимость в повышении качества финансового менеджмента в области лечебных услуг,
- необходимо привлечение различных групп инвесторов для модернизации материально-технической и лечебной базы основных профильных предприятий комплекса.

Преимуществами санаторно-курортного комплекса в регионах являются:

1. Наличие уникального природно-ресурсного потенциала регионов.
2. Постоянное совершенствование управленческих, маркетинговых и лечебно-оздоровительных технологий.
3. Развитие стратегического управления в области лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса, отраженное в региональных программах поддержки.

Можно отметить несколько перспективных направлений развития санаторно-курортного комплекса в условиях цифровой экономики. Формирование системы данных о пролеченных, позволяющих осуществлять обмен в системе здравоохранения, в том числе на основе электронных медицинских карт, положительно зарекомендовавших себя за рубежом. Персональные данные позволят эффективно контролировать процесс лечения и реабилитации на основе объективных параметров о психофизиологическом состоянии организма.

Повышение качества диагностических и лечебно-оздоровительных процедур, связанных с системами оценки функциональных состояний органов и систем человека. Оборудование позволяет экономить время медицинских работников, получать объективную и достоверную информации, исследовать динамику и ход лечения за несколько периодов, особенно в том случае, когда пациент ежегодно обслуживается в здравнице.

Информационно-аналитическое обоснование системы управленческих решений позволяет детализировать цели объекта управления, связанные со стратегией и тактикой, связывать их с деятельностью сотрудников, вносящих основной вклад в реализацию. В совокупности достигается комплекс целей и задач курортной медицины, снижает зависимость от государственного финансирования, повышается качество основных услуг, повышаются доходы.

Применение цифровых технологий на предприятиях санаторно-курортного комплекса будет способствовать комплексному повышению качества лечебно-оздоровительных услуг, управления, рациональному применению современных коммунальных сервисов, который будет способствовать росту финансово-экономических показателей, привлечению стабильного спроса.

Список литературы:

1. Мингазинова Е.Р., Фролова Н.В., Оборин М.С. Анализ позиции Пермского края на рынке санаторно-курортных услуг Приволжского федерального округа // Фундаментальные исследования – Пенза: Изд-во «Академия Естествознания», №2-1, 2015 – С. 83-88

2. Оборин М.С. Динамика развития санаторно-курортного комплекса и лечебно-оздоровительного туризма в Пермском крае // Вестник Удмуртского ун-та. Биология. Науки о земле. – Ижевск: Изд-во УдГУ, Вып. 4, 2012 – С. 146-153
3. Оборин М.С. Теоретические основы изучения рекреации и туризма на различных иерархических уровнях // Вестник Нижневартовского государственного университета. - Нижневартовск: Изд-во «НВГУ», № 1, 2012 – С. 89-94
4. Рукомойникова В.П. Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Приволжском федеральном округе // «Социально-экономические аспекты качества жизни». Материалы I заочной международной научно-практической конференции. Пермский институт (филиал) Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова – Пермь: Изд-во «От и До», 2016. С. 18-24
5. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия в туризме и маркетинг партнерских отношений // Новая экономика и региональная наука (научный журнал). 2015. № 2. С. 25-27
6. Единая межведомственная информационно-статистическая система. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.fedstat.ru/indicator/data.do
7. Министерство здравоохранения Российской Федерации. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rosminzdrav.ru>
8. Ростуризм. Данные Мониторинга реализации «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda

Глодных Наталья Михайловна
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

СОВРЕМЕННАЯ ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В ТОРГОВЛЕ

Теневая экономика выступает повсеместно распространенным явлением, которое, как правило, считается антиподом официальной хозяйственной сферы. Между тем, в силу своей скрытной природы, множества видов нелегальной деятельности и невозможности прямого точного измерения, теневая экономика до сих пор не имеет общепринятого в науке сущностного определения и одинаково понимаемой специалистами внутренней структуры. Отсюда вытекает необходимость изложения авторской позиции по названным моментам.

Чтобы дать собственное определение теневой экономики, применим этимологию, науку о происхождении слов. Язык, как древнейшая форма общественных отношений, фиксирует информацию о сути вещей.

Из понятия «теневая экономика» следует, что имеет место не одиночный процесс, а совокупность процессов, которые не входят в официальное хозяйство. Значит, сохраняя экономическое начало, теневая сфера имеет отличительные особенности по сравнению с легальной производственной сферой. К таким характеристикам относятся отсутствие правового оформления, скрытность процессов, невозможность точной оценки масштабов, нацеленность на личное обогащение и рискованность, вследствие прекращения защиты со стороны государственных структур.

Всё вышеизложенное позволяет предложить следующее определение теневой экономики. Это совокупность видов экономической деятельности для получения материального дохода, которые: а) не регламентированы действующим в сфере экономики законодательством; б) нарушают его (экономические правонарушения и преступления); в) происходят вне всяких форм социального контроля. Определение не может считаться оптимальным из-за отсутствия краткости. Но оно обеспечивает полноту охвата видов теневого хозяйствования и даёт критерии, по которым они могут быть отнесены к разряду теневой дея-

тельности.

По поводу структуры теневой экономики, можно отметить, что большинство ученых понимают её, как наиболее широкое понятие, включающее в себя неформальную, фиктивную и криминальную сферы хозяйственной деятельности [4, с. 111]. Неформальная или неофициальная экономика охватывает не регламентируемую законодательством и не фиксируемую в отчетности деятельность, имеющую неправовые регуляторы или обычаи. Фиктивная экономика представляет собой деятельность, существующую только в отчетности и маскирующую действительные хозяйственные процессы. Криминальная экономика – это деятельность, нарушающая строгие запреты действующего законодательства, или преступления.

Данное выделение частей теневой сферы является наиболее распространенным, повторяется с небольшими изменениями во многих научных работах и полностью устраивает автора данной статьи. По нашему мнению, выделение разновидностей теневых хозяйственных процессов позволяет государству правильно расставлять приоритеты при осуществлении сдерживающего воздействия на теневую сферу. Если неформальную деятельность можно просто допускать к существованию или, юридически оформляя, легализировать, то фиктивную часть необходимо подавлять, а с криминальной экономикой – жестко бороться.

Масштабы теневой экономики, как и понимание её сути, определяются неоднозначно. Примером могут служить данные по размерам российской теневой экономики за различные интервалы времени, собранные из различных источников (табл. 1).

Таблица 1

**Масштабы теневой экономики в России
(средние значения, % к ВВП) [3]**

период (годы)	эксперты			
	Росстат (Госкомстат России)	Министерство внутренних дел РФ	Международный валютный фонд	Всемирный Банк
1991 - 2000	20-25	45-50	37,7	41,6
2001 - 2010	20	> 40	-	34,5
2011 - 2018	15-16	< 40	33,7	-

Такой явный разброс оценок объясняется следующими причинами. Во-первых, неодинаковое понимание экспертами сущности теневой экономики и включение или не включение в неё разных видов экономической деятельности. Во-вторых, теневая экономика, в силу её скрытного характера, может быть измерена только косвенными методами (уровень официальной занятости, количество наличных денег, нормативные технологические показатели и реальные затраты материальных ресурсов и др.), которые всегда приблизительны. В-третьих, в оценке размеров теневой экономики свою роль играют политические и идеологические факторы.

Кто из экспертов ближе к истине? Автор статьи полагает, что МВД РФ, поскольку именно эта государственная структура на практике имеет дело с криминальной составляющей теневой экономики и обладает оперативной информацией, как о ней, так и о других элементах данной сферы.

В любом случае можно констатировать наличие большого теневого сектора в современной экономике России. Что касается его распределения по хозяйственным отраслям, то статистическая информация по этому вопросу также разная. По распространенным в Интернете материалам, доля теневой деятельности в отраслях российской экономики следующая: торговля – 63%; сельское хозяйство – 46%; промышленность – 11%; транспорт и связь – 9%; строительство – 8%.

По самой свежей информации ЦБ РФ, теневые денежные потоки между отраслями распределяются несколько по-иному. За первое полугодие 2018 года теневые финансовые операции составили:

- в оптово-розничной торговле – 33%, из них:
- в торговле строительными и промышленными товарами – 20%;
- в торговле товарами народного потребления – 13%;
- в строительстве – 30%;
- в сфере услуг – 27 %, из них:
- услуги без логистики – 21%;
- логистика – 6%.

При некотором различии фактических данных с предыдущими цифрами общее состояние дел они подтверждают – торговая сфера занимает первое место в отечественной экономике по величине теневого сектора. Этот факт становится тем более понятным, если объединить рынок потребительских товаров и продажу услуг, как это обычно делают. Их общая доля составит 60%.

Торговля представляет собой область сосредоточения теневого хозяйствования потому, что процессы в ней осуществляются быстро, материальные ценности постоянно меняют собственников, это позволяет хозяйствующим субъектам реализовывать режим скрытности. Кроме того, в торговле применяются в значительном количестве наличные деньги, именно они могут анонимно обслуживать теневую сферу.

На теневую экономику в мире и в России оказывают влияние два фактора – научно-техническая революция (НТР) и глобализация. НТР представляет собой взрывоподобную стадию научно-технического прогресса (НТП), как совпадения во времени развития научного знания и его применения в практической деятельности людей. Глобализация – это процесс формирования общепланетарной цивилизации. Оба фактора имеют всеохватывающий характер и приводят к значительным изменениям в хозяйственной сфере (табл. 2).

Таблица 2

Основные последствия НТР и глобализации для экономической сферы

НТР	Глобализация
<ul style="list-style-type: none"> - формирование цифровой экономики; - комплексная автоматизация технологических процессов; - переход от естественных ресурсов к ресурсам искусственным 	<ul style="list-style-type: none"> - формирование всемирной экономики; - возрастание рыночной стихии; - ослабление государственного регулирования национальных экономик; - увеличение рискованности хозяйственной деятельности

Теневая экономика, в отличие от экономики легальной, имеет более мобильный характер и обладает ярко выраженной способностью к приспособлению, поэтому первой откликается на происходящие перемены. Они воздействуют на теневую сферу двояким образом. Цифровизация экономической деятельности предполагает широкое применение в ней информационно-коммуникативных технологий, при которых все производственные ресурсы

предварительно принимают форму цифровой информации в виртуальном мире. Считается, что данный факт приведёт к уменьшению теневой деятельности, поскольку она не сможет обеспечить себе режим секретности и станет обнаруживаться в кратчайшие сроки. Но усиление стихийного рыночного начала в масштабах мира в целом и уменьшение результативности воздействия государственных структур на экономические системы простимулируют значительное возрастание теневого поведения хозяйствующих субъектов.

Большинство специалистов прогнозируют увеличение теневого сектора в будущем периоде времени. Автор статьи присоединяется к их числу по следующим основаниям. Во-первых, теневая сфера на практике демонстрирует способность к быстрому изменению. Она в кратчайшие сроки приспособляется к внешнему воздействию государства (его правоохранительных, контрольных, фискальных и иных структур), видоизменяется в целях самосохранения. Совершенствование государственного воздействия на неё осуществляется не превентивно, а вслед за переменами теневого сектора.

Во-вторых, будучи рыночной по природе с момента зарождения, современная теневая экономика опережает по скорости эволюционных изменений экономику официальную. Она оперативно реагирует на перемены в социальных и экономических институтах. Поэтому, как национальные, так и выше охарактеризованные интернациональные факторы, воспринимаются данной сферой быстрее, что обеспечивает ей стартовые преимущества. Так, с одной стороны, новые цифровые технологии позволяют в перспективе устранить «тень» над экономической деятельностью, а с другой появление и распространение кибернетической преступности предоставляет возможность быстро восстановить её.

Чтобы сделать прогноз по поводу дальнейшей динамики теневой экономики более обоснованным, необходимо охарактеризовать перемены в ней в рамках торговой отрасли. Поскольку по масштабам коммерческое хозяйствование подразделяется на внутреннюю торговлю, внешнюю торговлю и мировой рынок, постольку именно в таком порядке рассмотрим современную российскую и международную теневую экономику в данной сфере.

Наиболее ярким проявлением теневого поведения во внутренней торговле выступает использование операций обналаживания и обезналичивания денег. Эти действия по российскому законодательству первоначально трактовались в качестве преступных процессов, а в настоящее время рассматриваются, как правонарушения в сфере экономики. Сами операции являются простыми по исполнению, и даже примитивными, что дает возможность их широкого использования в коммерческой практике [2, с. 80-82]. Часто в таких схемах действуют торговые фирмы, занимающиеся оптовой и розничной торговлей, и незаконные фирмы-однодневки.

В индустриальных экономиках последние участники действуют в особо рискованных условиях постоянного мониторинга и угрозы уголовной ответственности, поэтому их привлечение в теневую схему стоит дорого. Они берут 40-50% дохода. Особенности торгового бизнеса в российских условиях позволяли таким фирмам функционировать без значительного риска и за умеренную плату от 3% в 90-е годы до 15% в настоящее время [7, с. 120].

Между тем, в последнее время наблюдается активизация борьбы государства с подобными фиктивными фирмами. Федеральная налоговая служба (ФНС) начала массово закрывать определяемые по ряду признаков фирмы-однодневки, в 2016 г. к ним относилось 83% исключенных из реестра юридических лиц. МВД и прокуратура ввели уголовную ответственность за предоставление фальшивых документов при регистрации, усилили контроль процесса регистрации фирмы и стали осуществлять надзор за её хозяйственной деятельностью. Всё это стало возможным при использовании государственными органами IT-инструментов. Совокупные усилия силовых структур усложнили деятельность фирм-однодневок и позволили уменьшить количество операций по обналаживанию средств.

Но современные фирмы-однодневки переформируются. Чтобы замаскировать характерные черты, на которые обращают внимание контролирующие структуры, они более тщательно создают видимость реальной экономической деятельности и продолжают обналаживать средства. Некоторые из фирм соче-

тают хозяйствование, как не основную функцию, с обналачивающим процессом, купив ранее действующие предприятия. При этом формальные признаки правонарушения исчезают, и фиктивную фирму трудно обнаружить. Таким образом, фирмы-однодневки мимикрируют по законам эволюции. Этот факт свидетельствует о возможности сохранения высокой доли теневого сектора в торговле.

Отечественные финансово-кредитные организации, также как и торговые предприятия, превращают средства российских экономических субъектов в наличные деньги для осуществления ими теневой деятельности. Но ЦБ РФ сдерживает подобное поведение кредитных учреждений, в торговле подобный заградительный фактор отсутствует. По утверждению зампреда Банка России Д. Скобелкина, в 2018 году комиссия за незаконное обналичивание денег в банковском секторе колеблется в пределах 15-17%, и это нерентабельно для рискующих нарушением правовых норм банков. Большинство из них уже два года, как перестали активно заниматься этими операциями. Есть ещё одиозные структуры, которые главный банк страны тут же видит и проводит с ними соответствующую работу. Поэтому теневой сектор стал обналачивать средства, собирая выручку с рынков, где циркулирует свободная денежная масса. Это пояснение специалиста свидетельствует, что спрос на наличные деньги остался и теперь удовлетворяется их предложением из торговой сферы. Для неё обналичивание остаётся выгодным процессом. Следовательно, экономические и правовые условия приводят к закреплению незаконных процессов в сфере обмена, тогда как аналогичные условия вытесняют их из банковского сектора. В перспективе в торговле объёмы обналичивания из-за данного обстоятельства должны увеличиться.

Во внешней торговле, которая представляет собой совокупность экспорта и импорта любой страны, наиболее ярким примером теневой экономической деятельности выступает контрабанда. Это незаконное перемещение товаров через государственную границу. Является древнейшим процессом, в новейшее время он приобрёл вид таможенных правонарушений и преступлений, в совре-

менности осуществляется посредством применения различных каналов связи и цифровых технологий.

В действующем российском законодательстве ответственность за контрабанду предусмотрена нормами таможенного и налогового права, а также уголовного и административного кодексов. При этом, контрабанда потребительских товаров в любом количестве исключена из Уголовного кодекса РФ и рассматривается в качестве административного правонарушения. В тоже время контрабанда наркотиков, оружия, алкогольной и табачной продукции, наличных денег, культурных ценностей продолжает оставаться уголовно наказуемым преступлением. Таким образом, государство расставило приоритеты по борьбе с данным теневым явлением.

В реальной практике в России при импорте товаров на потребительский рынок доминирует контрабанда контрафактных изделий легкой промышленности, ввоз продовольствия и бытовой химии, меховой продукции. Контрабандный экспорт преобладает при перемещении наркотиков (их более всего обнаружила ФТС в 2017г.), характерен для товаров лесной промышленности, других сырьевых ресурсов [6]. При ввозе товара моментом совершения контрабанды является факт пересечения ими государственной границы, при вывозе – подача таможенной документации.

Современная контрабандная деятельность отличается масштабностью, организованностью, маркетинговой направленностью и изощрённой маскировкой, поскольку представляет собой криминальный бизнес. Контрабандисты используют продвинутые технологии для получения необходимой информации, создания фальсифицированных таможенных документов, а также применяют традиционные и новые каналы связи – почту и Интернет.

По некоторым данным, используемые виды перемещения, применяемые для контрабанды наркотиков, других запрещённых веществ и контрафактной продукции, по удельным весам распределяются следующим образом: железнодорожный транспорт – 10%, автомобильный транспорт – 20%, почта – 70%. Такой расклад типичен при увеличении торговли через Интернет, соответственно,

велика роль почты, как канала для контрабандных товарных потоков.

Государство предпринимает меры по пресечению контрабанды для обеспечения собственной экономической безопасности и стремится совершенствовать их. Но рыночный либерализм в торговой сфере не позволяет полностью реализовать систему полного и жесткого контроля перемещения товарных потоков, как на внутреннем хозяйственном пространстве, так и вне его. Кроме того, меры по вооружению таможенных служб информационными технологиями и спутниковой навигацией – системами ГЛОНАСС, GPS или Галилео, требуют значительных затрат. В 2014 году из 130 таможенно-пропускных пунктов в России только 74 имели достаточную техническую оснащённость только для использования электронной формы декларирования товаров [1]. Государственные органы вновь отстают от теневых структур по своей профессиональной вооружённости. Это означает, что у роста контрабанды имеется потенциальный ресурс.

Что касается мировой торговли, объединяющей торговую деятельность всех стран на международном уровне, то для неё характерно формирование глобальных криминальных торговых сетей. Возможность перемещения товаров от производителей к потребителям по всемирной сети Интернет и недостаточно контролируемая хозяйственная деятельность фирм в офшорных зонах позволяют теневым бизнесменам предпринимать совместные действия по извлечению доходов в масштабах мира. Инструменты процесса глобализации предоставили им возможности, которыми они ранее не располагали.

Кроме того, контрабандные торговые сети в настоящее время являются хозяйственными звеньями, обеспечивающими экономику целых стран: Боливия – наркотики, африканские государства – древесина и т.п. [5]. На этих территориях с ними не борются. А сами контрабандисты, дислоцируясь в отдельных странах, организуют деятельность в рамках планеты.

По сути, можно констатировать, что теневая экономика на мировом рынке представляет собой вариант международной организованной преступности. Для её результативного подавления необходимы совместные усилия всех госу-

дарств, борьбы отдельной страны с данным явлением недостаточно.

Если подытожить проведённое исследование, то можно прийти к такому выводу: современная теневая экономика в торговой сфере а) увеличивается в размерах, б) криминализируется посредством более быстрого роста криминального составляющего элемента, в) глобализируется в масштабах мира в целом.

Список литературы:

1. Геращенко В.А. Контрабанда как угроза национальной безопасности России // Молодой ученый – 2014. № 19. С. 478-481.
2. Глодных Н.М. Теневая экономика. Курс лекций. / Перм. фил. НА МВД России. – Пермь, 2008.
3. Коновалов А.А., Дубинин А.П. Сущность теневой экономики России в современных условиях
4. Корягина Т.И. Теневая экономика в СССР (анализ, оценки, прогнозы) // Вопросы экономики. 1990. № 3.
5. Мойзес Наим. Международная экономическая преступность – основные направления деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.samoupravlenie.ru/40-06.php>
6. Шумова Е.С. Контрабанда стратегически важных ресурсов // Молодой ученый.–2018.– №12– С. 101-103. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/198/48745/>
7. Яковлев А., Воронцова О. Методические подходы к оценке величины неучтенного наличного оборота: по данным обследования московских торговых фирм // Вопросы экономики. 1997. № 9.

Иванов Александр Иванович
кандидат философских наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

РАЗВИТИЕ ФУЛФИЛМЕНТА В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ТРУДНОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ

В настоящее время, несмотря на кризисную ситуацию в мире и разворачивающиеся «торговые войны», продолжает набирать обороты электронная

торговля. Россия в этом плане четко следует мировому тренду. Об этом говорят цифры, отражающие объемы продаж в этой сфере и количество сделанных заказов.

Так объем онлайн продаж в 2015 году достиг 650 млрд. рублей и увеличился в сравнении с 2014 годом на 16%. В следующем 2016 году этот подъем был еще более впечатляющим и приблизился к отметке 800 млрд. рублей. Рост составил 23% к предыдущему году. Эта тенденция продолжилась и в 2017 году, где продажи составили 945 млрд. рублей, хотя темпы роста и несколько сократились (18%). В 2017 году на 22% увеличилось и количество онлайн заказов. По имеющимся прогнозам, в 2018 году цифра онлайн продаж в денежном эквиваленте достигнет уровня 1115 млрд. рублей, и в дальнейшем будет расти с темпами в 18%. Рост количества онлайн заказов прогнозируется на уровне более 20% в год [4].

По мере того, как увеличивается количество интернет-магазинов, расширяется их ассортимент, растет количество заказов возникают проблемы, связанные с хранением товаров, комплектацией заказов и т.д. Для этого необходим либо иметь собственный склад со своим персоналом, либо отдать склад на аутсорсинг, воспользовавшись услугами фулфилмента.

В литературе встречаются несколько отличающиеся определения фулфилмента. Одни полагают, что это комплекс мер по обработке заказов для интернет-магазинов, который включает приемку, хранение, обработку, комплектацию и упаковку заказов [8].

Другие определяют его как комплексное логистическое обслуживание предприятий с электронными каналами продаж [3].

Третьи - как логистику для интернет-магазина дистанционной торговли [5].

Таким образом, в любом случае это комплексные логистические услуги для предприятий e-commerce, включающие многочисленные операции для качественного обслуживания их клиентов и оптимизации ресурсов.

Сегодня, во многих случаях, вариант с привлечением фулфилмент-

операторов может оказаться более предпочтительным, особенно для тех магазинов, которые только выходят на рынок или находятся на рынке не так давно.

По имеющимся данным рынок фулфилмента в мире в 2014 году достиг \$3,48 млрд. По некоторым прогнозам в 2018 году он достигнет уровня \$5,06 млрд., а в 2019 году - \$5,55 млрд. Те же прогнозы предвещают его ежегодный рост в среднем на 9,8 % [2].

Хотя, по мнению многих исследователей и практиков из этой отрасли, рынок фулфилмента в России еще до конца не сформировался, спрос на услуги в этом секторе экономики все же растет. Так объем данного рынка в России в 2016 году достиг 7 млрд. рублей и 23 миллиона отправок в год.

Растет и число компаний, которые пользуются услугами фулфилмент-провайдеров в среднем на 3-5% в год [7].

По прогнозам экспертов J'son & Partners Consulting, рынок фулфилмента в денежном эквиваленте достигнет 13,3 млрд. рублей уже в 2018 году [6].

Причинами дальнейшего роста могут, безусловно, стать, дальнейшее развитие e-commerce, стремление интернет-ритейлеров оптимизировать издержки в сложившейся кризисной экономической ситуации, передав процессы складирования на аутсорсинг. Особенно его доля растет у небольших компаний. Число их заказов уменьшается, и содержание собственной логистической инфраструктуры становится для них непосильной ношей. По данным Arvato около половины магазинов, а конкретнее 47%, отдают фулфилмент на сторону, именно в надежде сократить свои расходы [1].

Кроме того, в последнее время успешно реализуются проекты с использованием аутсорсинга фулфилмента, которые показывают всем свои преимущества и эффективность. На руку росу фулфилмента играет и рост популярности в стране аутсорсинга второстепенных бизнес-процессов, который создает благоприятную среду, формируя и укрепляя культуру использования аутсорсинга в бизнесе вообще. Еще одним важнейшим драйвером и двигателем для рынка могут стать зарубежные ритейлеры. Прогнозируется, что очередным этапом в развитии услуг фулфилмента на российском рынке станет работа распределитель-

ных фулфилмент-складов, ориентированных на иностранные интернет-магазины [7].

На российском рынке сегодня, по разным источникам, действует от 50 до 100 компаний, оказывающих услуги фулфилмента. Но среди них только 30 компаний, для которых данный вид деятельности является профильным. Для остальных компаний это лишь одно из направлений бизнеса. Среди них, 3PL-провайдеры, которых вынуждает выходить на данный рынок в связи с уменьшением объемов оказываемых услуг и освобождающимися складскими площадями, интернет-ритейлеры, имеющие собственный фулфилмент и приобретшие достаточный опыт работы в этой сфере, курьерские службы.

Проведенный анализ показывает, что большинство фулфилмент-операторов сегодня оказывают своим клиентам такие услуги как приемка товара, и его хранение, обработка заказов и их комплектация, упаковка, обработка недоставок и возвратов. Самые передовые из них оказывают дополнительные услуги, связанные с проверкой качества товара, профессиональной его съемкой для сайта, информированием покупателей с использованием телефона или e-mail, предоставлением услуг Call-центр, использующего многоканальные телефоны, предоставлением информации о месте нахождения и статусах заказов, перечислением денежных средств за заказ после его поступления клиенту, предоставлением IT-услуг и т.д.

Наряду с факторами роста, существуют и обстоятельства сдерживающие развитие этого рынка. Среди них экономический кризис, который может отрицательно повлиять и на объемы интернет-торговли, малое число крупных и средних интернет-магазинов, являющихся основными потребителями фулфилмент услуг, неразвитая транспортная инфраструктура.

Недостаточное количество специалистов, компаний, обладающих высоким уровнем компетенции в сфере логистики для электронной торговли. По опросам, проведенным специалистами Arvato Bertelsmann 18% компаний, осуществляющих торговлю по электронным каналам, воздерживаются от передачи фулфилмент на аутсорсинг, в силу отсутствия фулфилмент-провайдера с необ-

ходимыми компетенциями и соответствующей стоимостью услуг. Более того, около 30% компаний сегмента электронной коммерции, имея в прошлом негативный опыт сотрудничества с фулфилмент-операторами, отказались от аутсорсинга логистических услуг и занимаются логистикой самостоятельно [1].

Кроме того в стране не сформированы стандарты качества в этой сфере и потенциальные клиенты не имеют четких представлений об услугах, уровне их качества, и ценах, которые они могут требовать от фулфилмент-операторов. Более того, немало и таких, которые не знают возможностей фулфилмента, и не понимают его роли.

На сегодняшний день не существует эффективного программного обеспечения для организации фулфилмента для интернет-магазинов. Часто компании создают, соответствующие их потребностям CRM, чаще всего на платформе «1С: Торговля и склад». Однако такие кустарные продукты не в состоянии, в условиях постоянно меняющейся внешней среды, решить всех задач как интернет-торговли, так и фулфилмент-операторов [2].

Несмотря на это рынок фулфилмента в России имеет большой потенциал роста, как по числу игроков, так и по в количеству обрабатываемых отправок.

На сегодняшний день в Рунете насчитывается более 40 000 интернет-магазинов в России. И на них приходится, как было сказано выше, только 30 компаний фулфилмент-операторов. Их доля в онлайн-торговле составляет менее 3%. Для сравнения в развитых странах этот показатель превышает уровень в 10% [2].

По результатам исследований, проведенной компанией Arvato Bertelsmann около 40% компаний из сегмента электронной торговли, которые осуществляют фулфилмент сами, предполагают передать данную функцию на аутсорсинг [1].

Таким образом, у фулфилмента в России есть будущее.

Список литературы:

1. Аутсорсинг услуг фулфилмента для электронной коммерции в России/ Исследование компании Arvato Bertelsmann, 2018 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.arvato.com/ru-ru/industries/outsourcing-fulfillment-russia.html>
2. Бахарев Игорь, Fulfilment, исследование рынка e-commerce, 14.04.2016 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/fulfillment-market-in-russia-json-partners-consulting-research.html>
3. Богинская М.И., Виноградов А.Б. Роль логистики в интеграции каналов продаж сетевого розничного оператора // Логистика и управление цепями поставок. - №03 - 2015. - С.33-44.
4. Жуков Алексей, Логистика для интернет-магазина: 5 основных проблем фулфилмента // Электронный журнал Коммерческий директор [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/90-red-logistika-dlya-internet-magazin>
5. Краткие результаты исследования рынка фулфилмента в Российской Федерации компанией J'son & Partners Consulting [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://newcleverthings.com/6020-2/>
6. Рынок услуг фулфилмента в России: основные тренды и главные драйверы (Data Insight) // Tew ritail [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://new-retail.ru/business>
7. Фулфилмент для интернет-торговли / Исследование компании Data Insight, 2016 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: datainsight.ru/fulfillment
8. Вирин Федор, Интернет-торговля в России 2018: цифры и факты [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/metodichka/>

Мазунина Татьяна Александровна
*кандидат фармацевтических наук, доцент,
заведующая кафедрой
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Писарева Елена Витальевна
*кандидат технических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Розничная торговля и ее состояние в регионах Российской Федерации обуславливается особой спецификой, заключающейся в неравномерности темпов развития структурных элементов, входящих в состав страны. Этим определяется актуальность данного исследования.

Цель исследования – анализ показателей региональной розничной торговли на примере Пермского края, выявление основных проблем сферы, присущих данному региону и определение путей их решения.

Современное состояние розничной торговли в России, подверженное действиям экономических санкций, находится на достаточно неоднородном уровне, т.к. еще больше усилилась разница в межрегиональном и внутрирегиональном развитии структурных элементов [1]. По состоянию на конец 2017 года, согласно статистике Росстата, в России находилось 1736 тысяч единиц хозяйствующих субъектов. Такой показатель на 3,4 % меньше по сравнению с данными на конец 2016 года. Обусловить данное снижение можно, прежде всего, сложной макроэкономической ситуацией. Общий оборот розничной торговли в 2017 году в Российской Федерации составил 29813,3 млрд. рублей. В I квартале 2018 года данный показатель остановился на уровне 7047,2 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах к уровню за аналогичный период предыдущего года составило 102,2 % [3].

Потребительский рынок г. Перми состоит из 8,5 тыс. объектов предприятий торговли, общественного питания, предприятий бытового обслуживания населения.

Удельный вес предприятий розничной торговли г. Перми составляет

42,5% от общего числа объектов потребительского рынка.

Основная зона, в которой располагается большинство предприятий торговли и бытового обслуживания – районы, приближенные к центральной части города (Свердловский, Мотовилихинский, Индустриальный, Дзержинский районы). Это объясняется высоким уровнем плотности населения в данных районах, а также преобладанием жилой застройки. Самыми распространенными являются продовольственные и непродовольственные объекты сетевого формата розничной торговли и магазины формата «у дома». Отдаленные районы города (Орджоникидзевский, Кировский районы), имеют в своем составе значительно меньшее число торговых объектов, что обусловлено низкой плотностью населения, и, как следствие, меньшим спросом на услуги розничной торговли.

Для центральной части города (Ленинский район), особо выделяющейся числом объектов архитектурной и культурной деятельности, относительно низким уровнем плотности населения, преобладанием деловой зоны над жилой, услуги розничной торговли и бытового обслуживания нехарактерны. Однако именно в центральном районе располагаются самые крупные торговые объекты общегородского значения: торговые центры «Семья», «Семь пятниц», «Колизей», «Алмаз», «Столица», «Лента», «Карусель», «Ашан».

Общий оборот в сфере розничной торговли Пермского края за период январь-август 2018 года – 350 млрд. рублей, что на 5,4 % выше, чем за аналогичный период предыдущего года [2].

Объем продаж таких продовольственных изделий, как пищевые продукты, напитки и табак увеличился на 3,5%, а объем продаж непродовольственных изделий – на 7,2%. На ряду с этим оборот общественного питания снизился на 7,9% и составил 14,781 млрд. рублей по итогам прошедших восьми месяцев 2018 года.

Целых 95,4 % розничных продаж в регионе сформированы крупными и мелкими торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющие свою деятельность за пределами рынка. Остальную долю розничных продаж составил сбыт товаров на рынках и ярмарках.

Сетевой формат торговли характерен в различной степени для отдельных территорий региона. По данным за 2016 год, сетевой формат в г. Соликамск занимает 37,9% рынка, доля в Кунгуре – 35,5%, для Березников характерен показатель в 49,5%, в ЗАТО Звездный – 65,5%. Пермь на фоне остальных крупных населенных пунктов края не обладает столь высоким уровнем охвата сетевым форматом розничной торговли, и в период с 2015 по 2017 год общая доля сетевых компаний упала на 2% и составила 30,4%. Такое положение обуславливается более высоким уровнем конкуренции, сложившемся между компаниями-ритейлерами.

Согласно статистике, в январе-ноябре 2017 года, оборот розничной торговли в Пермском крае составил 453,6 млрд. рублей, увеличение по сравнению с прошлым годом составило 0,8%. На 95% данный оборот был сформирован организациями торговли и индивидуальными предпринимателями, действующими за пределами рынка, доля продаж товаров на ярмарках и розничных рынках составила 4,8%, что в свою очередь меньше, чем в январе-ноябре предыдущего года на 0,4%.

На сегодняшний день в Пермском крае зафиксировано увеличение доли федеральных торговых сетей. С наибольшей скоростью в регионе развивается «Магнит». Это отражается в том, что с 2016 года доля рынка «Магнита» увеличилась на 3,6% и в 2018 году составила 8,9%. Наглядное тому подтверждение, что более 70% всего объема реализованной сетевыми магазинами продукции на территории Пермского края приходится на «Магнит». Помимо того, данная сеть первой преодолела барьер в 30% по показателю «оборот розничной торговли одного района» (данные 2017 года). Такой рост можно также объяснить уходом с рынка крупнейшей региональной сети Пермского края «Виват-Трейд» в 2017 году в результате банкротства. Большую часть торговых площадей обанкротившейся компании выкупил именно «Магнит».

В результате банкротства сети «Виват-Трейд» единственной крупной региональной розничной сетью в Перми осталась «Семья». Данная сеть устойчиво закрепились на региональном потребительском рынке благодаря использо-

ванию многих инновационных технологий организации торговли, среди которых – наличие собственных торговых марок в ассортименте. Продукция, представленная торговой сетью, проходит самые тщательные проверки и в результате полностью отвечает всем требованиям по качеству и безопасности продовольственных и непродовольственных товаров.

Для решения проблемы продвижения товаров региональных производителей, в Пермском крае активно развивается проект «Покупай Пермское!». В рамках программы улучшаются условия деятельности для местных сельхозпроизводителей с целью увеличения доли продаж собственных товаров на территории Пермского края и других регионов.

Задачами проекта являются:

1. Содействие продвижению товаров и услуг местного производства на региональный, российский и зарубежный рынок.
2. Повышение узнаваемости и формирование положительного образа производителей товаров и организаций, оказывающих услуги, расположенных на территории Пермского края, повышение лояльности потребителей Пермского края к продукции и услугам местных организаций и предпринимателей.
3. Создание «моды на пермское», гордости за Пермский край.
4. Информирование жителей Пермского края об ассортименте и качестве продуктов и услуг, которые производятся на территории Пермского края.

Решению проблем региональной розничной торговли в значительной мере поспособствует развитие механизмов поддержки малого бизнеса, в том числе, нестационарной, мобильной и дистанционной торговли.

Для осуществления эффективного бизнеса в сфере розничной торговли в настоящее время необходимо знать свою целевую аудиторию, понимать специфику региона и иметь нацеленность на автоматизацию торговых процессов. Современные торговые сети представляют собой сложную систему складов, требующую оперативного учета продаж и перемещений товаров. Без автоматизации учета движения товаров и денег достигнуть успеха в этом бизнесе доста-

точно сложно. Темп современного бизнеса не позволяет откладывать процесс регистрации движения товаров. Более того, автоматизация в торговле важна не только как средство тотального учета товара в интересах владельцев бизнеса, но, прежде всего, в интересах покупателей как средство улучшения скорости и качества обслуживания.

Наблюдая за значительным превышением спроса на промышленную недвижимость над предложением на рынке Пермского края, можно утверждать, что в ближайшее время значительно увеличится доля функциональных складских помещений, а также будут сформированы необходимые для региона крупные логистические комплексы.

Невозможно недооценить, насколько сфера розничной торговли важна для экономики каждого региона и страны в целом. Однако вследствие переполненности рынка различными предприятиями малого и среднего бизнеса, осуществляющими торговую деятельность, в сфере возникает множество проблем, ведь порой предприятия не располагают важной информацией о правильном выборе места торговли и эффективном управлении персоналом.

Для решения имеющихся проблем региональной розничной торговли края необходимо развивать мобильные и дистанционные форматы торговли, внедрять специализированные ярмарки, повышать социальную ориентацию торговли (с учетом инклюзивного тренда), а в малочисленных небольших населенных пунктах края повышать привлекательность торговой деятельности, развивать сети региональных компаний, шире использовать фермерскую (экологически чистую) продукцию и усиливать поддержку малых форм торгового бизнеса.

Список литературы:

1. Антинескул Е.А., Аракелян А.М. Современное развитие розничной торговли в Пермском крае. Индустриальная цивилизация: прошлое или будущее России? // Мат. III Пермского конгресса ученых-экономистов (г. Пермь, ПГНИУ, 17 февраля 2017 г.) // ПГНИУ. - Пермь, 2017 - Т. 2

2. Коммерсант.ру. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3501588>
3. Официальный сайт Пермьстат. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://permstat.gks.ru/>
4. Информация о социально-экономическом положении России, 2017. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
5. Панасенко С.В., Мазунина Т.А. Тенденции развития современной торговли / Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Пермь, 01 ноября-15 декабря 2017 г. – С. 62-68.
6. Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.permkrai.ru>

Назипов Ильгиз Ильдарович
*кандидат исторических наук, заведующий кафедрой
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

МАРШРУТЫ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ И ЗОЛОТАЯ ОРДА

Великий шелковый путь – это первая в истории человечества трансконтинентальная торговая дорога, система караванных торговых путей, соединявших со II в. до н.э. до XV в. н.э. страны Евразии – от Китая до Западной Европы.

Во II веке до н. э. китайский посол Чжан Цянь посетил страны Центральной Азии с дипломатической миссией. Возвратившись в Китай, Чжан Цянь рассказал императору о породистых ахалтекинских конях. Император решил, что эти кони нужны Китаю в борьбе против кочевников. Вскоре в Среднюю Азию были отправлены посольства. Среди прочего они везли шелк. Так возник торговый «шелковый» путь из Китая в Среднюю Азию. Позже к Великому шелковому пути присоединились другие страны, продлив его маршрут.

Великий шелковый путь имел несколько основных трасс и множество относительно коротких ответвлений от них на всем пути. Через эти ответвления к торговле на этом пути присоединялись страны, находящиеся севернее и южнее основного пути – Индия, Южный Иран, Египет, Тибет, арабские племена и др.

В Европе Великий Шелковый путь в период Римской империи, (когда «все дороги вели в Рим») главной конечной целью имел Рим, после падения Римской империи эта роль перейдет Константинополю, а позже с этим городом роль главного конечного пункта разделят итальянские торговые республики – Генуя и Венеция. Европейские купцы через Средиземное море приплывали к левантийскому побережью, куда через Месопотамию, Северный Иран, Среднюю Азию, оазисы Восточного Туркестана шел этот путь из Китая. Далее дорога шла на восток вдоль Великой Китайской стены и подходила к столице Небесной империи. Морем можно было также прибыть не в Сирию, а к Юго-Восточному побережью Черного моря и оттуда, по территории восточной части современной Турции выйти в Месопотамию и далее двигаться на восток по основной ветке. Это было ответвление западной части сухопутного участка Великого шелкового пути.

Иногда основная трасса раздваивалась, например Великий Шелковый путь обходил с северной и южной сторон огромную пустыню Такла-Макан.

Другая основная трасса западной части Великого шелкового пути шла западнее Китая не через территорию оазисов современных Таджикистана, Узбекистана и Ирана, а через степи Казахстана и современные южнорусские степи в Крым и оттуда морем в европейские города. Условно, это Степной путь. Эта трасса была длиннее и опаснее, потому что путь проходил здесь по безводным и малонаселенным степям, не опираясь на города как стоянки для отдыха и пополнения припасов. Здесь караваны часто подвергались набегам кочевых племен, не признававших ничьей власти.

Поэтому этой трассой пользовались гораздо меньше. Основной она будет лишь в период существования Орды (Улуса Джучи).

Кроме основных трасс, существовали многочисленные ответвления, ко-

торые соединяли их между собой или вели к странам, находящимся несколько в стороне от основной трассы.

Сухопутные караваны использовали, в основном, верблюдов и ишаков. Количество верблюдов было от нескольких голов, до нескольких сотен. В целях безопасности было целесообразно двигаться большими караванами, но им труднее было прокормиться в пути покупкой продовольствия у местного населения, у которого излишки пищи были ограничены, особенно в районе гор, пустынь, степей. Поэтому большим караванам в некоторых местах могло не хватать еды.

Название «Великий Шелковый путь» связано с главным товаром – шелком. Но это был далеко не единственный товар на данном пути, многие караваны двигались с другими товарами и совсем без шелка. Все товары Евразии транспортировались по этому пути. Товарами тогда были предметы роскоши, везти годами на верблюдах имело смысл лишь товары, приносящие сверхприбыли. Это были драгоценные металлы, пряности, меха, сухофрукты, чай, индиго, драгоценные металлы и камни, фарфор, также перегоняли табуны лошадей. Через этот путь распространялись по Евразии религиозные и светские идеи, научные открытия, культурные ценности и достижения.

За время путешествия товары, особенно шёлк и специи (как уже отмечалось, на особенно дальние расстояния везли самые дорогие товары) переходили из рук в руки десятки раз. Поэтому уместно говорить о путешествиях скорее товаров чем людей. Например, китайцев интересовали почти исключительно боевые ахалтекинские кони, которых они не умели разводить. Далее Средней Азии китайцы не ходили и не интересовались даже существованием продолжения пути на запад. Свою же часть пути они тщательно защищали Великой китайской стеной, размещали по пути крепости и гарнизоны с запасами пищи для купцов. Иностранцев двигаться с караванами они на эту часть пути не пускали.

Из Средней Азии часть китайского шелка, специй из Индии и товары своих стран местные купцы везли на запад. Купцы Средней и Малой Азии, Палестины, Поволжья сменяли друг друга. Обычно они продавали товары купцам

соседнего государства, а не пересекали его. Тем более что страны в Азии на этом пути были обычно большие территориально (Парфянское царство, Хорезм и др.). Часто для торговли они создавали крупные купеческие сообщества (например, утгарки в современном Таджикистане) и пользовались поддержкой государств, которые вели активную внешнеторговую политику (например, Хазарский каганат).

В XIII веке основной ветвью Великого шелкового пути станет Северный путь. Причины временного упадка основного пути следующие – поражения крестоносцев в Палестине, постоянные войны в южном Азербайджане между иранскими Хулагуидами и Джучидами, а также в Палестине, между Хулагуидами и египетскими мамлюками.

Одновременно были и причины повышения привлекательности Северного пути, необходимые для превращения его в основной. Это создание огромного государства – Улус Джучи, включающего земли на всем протяжении Северной ветви от Китая до портов на черноморском побережье. Путь здесь стал спокойней, чем ранее, когда на нем находились враждующие и воюющие государства, кочевые племена. Также важную роль имеет размещение и развитие в XIII веке в Крыму торговых крепостей факторий Генуи и Венеции, контролировавших тогда внешнюю европейскую торговлю на западной части Великого шелкового пути.

Ханы строго следили за защитой интересов крупного купечества, так как значительную часть их доходов составляла выгода от транзитной торговли через территорию Орды.

В частности, ханы ограничивали права местных феодалов в подконтрольных землях по взиманию ими пошлин с купцов. В русских исторических документах содержится упоминание о выполнении распоряжения хана, которое, безусловно, было отражено в ярлыке, не сохранившемся до наших дней. Сообщается о предоставлении беспошлинной торговли рижским купцам: «Менгу Темерево слово кль Ярославу князю: даи путь немецкому гости на свою волюсть. От князя Ярослава ко рижаномъ, и к болшимъ и к молодымъ, и кто гос-

тить, и ко всѣмъ: путь вашъ чистъ есть по моеи волости; а кто мнѣ ратный, с тимъ ся самъ вѣдаю; а гостю чистъ путь по моеи волости» [1, с. 57]. Дословно, тот же текст представлен и в сборнике русско-ливонских актов [2, с. 13]. Сообщение подтверждается в договорной грамоте великого князя Ярослава Ярославича с Новгородом Великим: «А гости нашему гостити по Суждальской земли безъ рубежа, по цесаревѣ грамоте» [1, с. 13].

Также в местах переправ через широкие реки ханы организовали специальные поселки, в которых жители были обязаны помогать купцам в переправе. В частности, Рубрук пишет о таких поселках на берегу Дона и Волги: «В том месте, где мы пристали, Бату и Сартах приказали устроить на восточном берегу поселок (casale) Русских, которые перевозят на лодках послов и купцов. Они сперва перевезли нас, а потом повозки, помещая одно колесо на одной барке, а другое на другой; они переезжали, привязывая барки друг к другу и так гребя» [3, с. 109]; «поэтому ниже есть другой поселок, где послы переправляются в зимнее время» [Там же, с. 110]. «Итак, в том месте, где мы остановились на берегу Этилии, есть новый поселок, который Татары устроили вперемежку из Русских и Саррацинов, перевозящих послов, как направляющихся ко двору Бату, так и возвращающихся оттуда, потому что Бату находится на другом берегу в восточном направлении» [Там же, с. 118]. Ибн Батута сообщает про мост из судов через реку Урал [4, с. 144].

Возможно, изначально ханами Орды для привлечения торговцев применялась специальная демпинговая политика. Джувейни сообщает что при Бату «Торговцы с разных сторон привозили ему различные товары; все это, что бы ни было, он брал и за каждую вещь давал цену, в несколько раз превышавшую ее стоимость» [4, с. 258].

Ханы для упорядочивания сборов с купцов и торговли в целом, создали широкие штаты чиновников, чьей основной обязанностью был контроль за сбором дани. Федоров-Давыдов по анализу ярлыков ханов перечисляет должности: «мостовщики» и «ладейщики» (перевозчики через реки), «туткаулы» (чиновники, взимающие подорожную подать), «базардэ турханы» (контролирующие

торговлю на базарах) [5, с. 95-100].

Со второй половины XIV века наблюдается все нарастающий кризис в Улусе Джучи и вместе с ним торговли через его территорию в рамках транзита товаров по маршруту Великого шелкового пути. Все больше и больше путешественники станут предпочитать Северной ветви другие, и прежде всего основной путь через Среднюю Азию и Северный Иран, но затем с поворотом не на Ливант, а в восточную Анатолию к итальянским торговым факториям в Трапезунде (Северо-Восточное побережье современной Турции).

Первый удар по экономике Орды и ее транзитной торговле нанесла эпидемия чумы в середине сороковых годов XIV века. Затем - серия междоусобных войн «Великая замятня» в 60-70-х годах XIV века. Во время замятни не подчиняющиеся единому хану орды грабили население страны, других ее районов, подконтрольных другим правителям, и грабили купцов. В 1388 г. и 1395-1396 гг. Тимур подверг опустошению ордынские города, окончательно покончив с положением Улуса Джучи как основной магистрали транзитной торговли на Шелковом пути.

Современник тех событий Ибн Арапшах сообщает: «...обитатели Дешта дошли до оскудения и разорения, до разорения и безлюдства, до нищеты и совершенного извращения» [4, с. 213], «...в тех местностях, от Хорезма до Крыма, никто из тех народов и людей не движется и не живет, и нет там другого общества, кроме газелей и верблюдов» [Там же, с. 208].

Еще во время Великой Замятни в 1364 и 1367 гг. Венеция заключает торговые договоры с Трапезундской империей. По мере резкого снижения удобства и безопасности Северной ветви, торговые пути между Востоком и Западом будут смещаться со Степного пути вновь на Основной путь, но с небольшой поправкой в нем - в районе Западной Азии главным пунктом назначения временно будет не беспокойная Левант, а Трапезунд.

В XV-XVI вв. Османская империя взяла под контроль Крым, Трапезунд, Левант, Египет. Движение по нему караванов восточнее Междуречья прекратилось. Европоцентрическая историография называет это концом Великого шел-

кового пути, хотя это не так.

Но даже если это считать концом, то Великий шелковый путь «умер» не совсем, потому что это обстоятельство заставило европейцев активно искать ему альтернативу. Эта альтернатива, по сути, тот же Великий шелковый путь, его новая трасса, его «реинкарнация» - европейцы искали доступ к тем же азиатским товарам, но по другой дороге, не через Порту. На первое место из всех товаров вышли пряности, так как секрет изготовления шелка распространился из Китая на другие страны. В этом поиске нового Великого шелкового пути европейцы сделают Великие географические открытия – откроют Америку, путь в Индию, Индонезию и Китай вокруг Африки и др.

В наше время Китай и США стоят на пороге новой холодной войны. Китай стал мировой фабрикой и торгует со всем миром, в первую очередь, по морю. По морю закупает и стратегически важные товары, в том числе энергоносители. На морях же господствует американский флот, Китай с моря окружен американскими военными базами в Японии, Южной Корее, Филиппинах, Индонезии, Тайване. Для обеспечения потенциальной безопасности маршрутов своей торговли Китаю нужно их диверсифицировать, создав соответствующую сухопутную транспортную трубопроводную и железнодорожную инфраструктуру и перенести на нее часть своих поставок. Для этих проектов взято историческое название – Великий шелковый путь, хотя сегодня они представляют собой совершенно иное, иные должны быть маршруты и иные товары должны перемещаться на иных средствах передвижения.

Список литературы:

1. Грамоты Великого Новгорода и Пскова / под ред. С.Н. Валка. – М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1949.
2. Русско-ливонские акты. – СПб. : Изд-ие Археографической комиссии, 1868.
3. Де Рубрук, Г. Путешествие в восточные страны / Г. де Рубрук; пер. с фр. А.И. Малеина. – М. : Гос. изд-во геогр. лит., 1957.

4. Золотая Орда в источниках. Т. I. Арабские и персидские сочинения / в пер. В.Г. Тизенгаузена, под ред. Р.П. Храпачевского. – М., 2003.
5. Федоров-Давыдов, Г.А. Общественный строй Золотой Орды / Г.А. Федоров-Давыдов. – М.: МГУ, 1973.

Силин Александр Владимирович
*кандидат технических наук, декан
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ МАЛЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Главной проблемой торговли в Пермском регионе и городе Перми является обострение конкуренции между крупными торговыми сетями и малыми торговыми предприятиями, во главе которых стоят местные индивидуальные предприниматели. Особенностью такого противостояния является то, что, с одной стороны, местные региональные власти заинтересованы в поддержке и развитии регионального малого предпринимательства, а с другой стороны, имеет место их нежелание вкладывать материальные средства и участвовать в развитии этого направления. Кроме того, многие местные руководители, в силу своих убеждений считают, что данная проблема разрешится сама собой в рамках рыночных взаимоотношений, рассуждая так: «Рынок расставит все по своим местам, победит и выживет сильнейший». Однако на практике все обстоит не так просто.

Имеет место противоречие между необходимостью, с одной стороны, развития малого бизнеса, который бы обеспечил расширение количества рабочих мест и приток налоговых поступлений, а с другой стороны, нерешенность проблем, связанных с созданием необходимых условий для его развития. Среди таких проблем следует выделить как субъективные, так и объективные проблемы.

Субъективные проблемы зависят как от действий самих предпринимателей, так и от действий местных властей. Объективные проблемы обусловлены развитием рыночных отношений на региональном рынке, конкуренцией и сни-

жением доходов населения, на которые напрямую влиять не могут предприниматели и власти. Среди субъективных проблем следует выделить: отсутствие у предпринимателей возможности выбора, а у властей возможности предоставления мест для размещения малых торговых предприятий. Другой субъективной проблемой является нежелание части предпринимателей создавать и вступать в региональные структуры и объединения малого бизнеса (союз предпринимателей), с целью решения с властями организационных вопросов, например, по снижению налоговой нагрузки (налоговые каникулы), прямой или косвенной финансовой поддержки (кредитование и субсидирование) и других.

Для поиска путей решения поставленных проблем следует обратиться к истории развития коммерческой деятельности в регионе.

Еще недавно местом реализации товаров малых торговых предприятий являлись «колхозные» городские и районные мини-рынки, которые представляли собой торговые ряды, состоящие из торговых точек и мест, каждое из которых реализовало конкретную группу товаров местных предпринимателей. В совокупности эти торговые ряды явились приближенными аналогами и прообразами крупных супермаркетов и универмагов. Недостатками таких рядов являлись: плохая организованность, отсутствие взаимодействия между продавцами, несоблюдение правовых требований и санитарных норм, непрозрачность финансовых расчетов, отсутствие мест для хранения товаров и другие, которые, в конечном счете, приводили к возникновению «теневого» управления рыночными структурами со стороны криминальных структур. Существенным неудобством для муниципальных властей являлось то, что эти торговые ряды или мини-рынки возникали на муниципальных землях стихийно и в произвольных местах, что нарушало общую планировку и эстетику города и районов. Даже если мини-рынки располагались на согласованных с муниципалитетом площадях, арендную плату за эту землю не всегда было возможно получить, что приводило к потерям части муниципальных доходов.

В конце 90-х годов для упорядочения взаимодействия с предпринимателями, реализующих свою продукцию на рыночных и торговых рядах, были соз-

даны частные структурные организации, управляющие торговыми процессами на рынках, которые для юридического обоснования своих полномочий брали в аренду или выкупали земли под торговыми рядами и мини - рынками. Затем, для повышения благоустройства и поддержания эстетичного вида города организаторам торговых рынков было разрешено вместо торговых рядов возводить здания магазинов - аналогов торговых центров, внутри которых должны размещаться торговые места и точки. Таким образом, малые торговые предприятия законно и реально «загнали» под крышу.

Положительной стороной такого подхода для властей являлось повышение эстетичного вида архитектуры города, упрощение порядка взимания налогов, так как земельный налог должен был выплачивать арендатор земли, а налог на здание – его владелец. Слабой стороной являлось снижение объема арендных и налоговых поступлений в бюджет региона от малых предпринимателей, работающих в торговых центрах, из-за оседания их части в бюджете арендодателей. Кроме того, размещение торговых мест под «крышей» частных торговых центров снижало степень государственного влияния и взаимодействия с малыми предпринимателями, так как урегулирование этих отношений неформально делегировалось частным лицам-владельцам торговых центров. Это в большинстве случаев, например, связанных с инфляционными колебаниями рубля и цен на коммунальные услуги, приводило к взиманию владельцами торговых центров необоснованно завышенной арендной платы с предпринимателей – арендаторов торговых мест. Из-за этого часть предпринимателей были вынуждены или смириться со снижением доходности своего бизнеса, или вообще отказаться от аренды, уходя в «тень», на «дикие» торговые места. Также эффективность торговли арендаторов в частных торговых центрах снижалась из-за их часто неудачного расположения, в непроходных местах, так как владельцем торгового центра сначала покупался участок под застройку, где дешевле, а уже потом согласовывался проект и предназначение здания.

Если бы городские власти владели такими торговыми центрами или участвовали в их создании, например, как инвесторы или акционеры, то имелась

бы возможность контроля и регулирования деятельности малых коммерческих предприятий и, при необходимости, сдерживания роста арендных платежей, что являлось бы значительной поддержкой.

Что касается проблемы конкуренции между крупными и малыми торговыми предприятиями, следует учитывать объективные факторы, влияющие на условия функционирования торговых сетей в регионе. Так, в связи со снижением платежеспособности и покупательского спроса населения торговые сети вынуждены оптимизировать количество и менять расположение магазинов, изменять их формат и уменьшать численность персонала, оптимизировать состав поставщиков и ограничивать ассортимент. Все эти обстоятельства снижают конкурентные силы и преимущества сетевиков.

Например, торговые сети, проводя жесткую ассортиментную политику, стараются оптимизировать существующий перечень поставщиков. Это приводит к исключению из состава поставщиков, в первую очередь, местных предприятий малого бизнеса. Заказы размещаются у меньшего количества поставщиков – как правило, крупных производителей из круга тех, с которыми существуют длительные и проверенные хозяйственные связи.

Такие тенденции заставляют мелких местных производителей искать новые торговые точки для сбыта своих товаров, и в этом отношении принципиальное значение приобретает вопрос о выработке мер государственной политики, направленной на поддержку малых и средних предприятий розничной и оптовой торговли в долгосрочной перспективе. В частности, необходима поддержка различных форм кооперации малых и средних предприятий торговли, создание ассоциаций малых торговых компаний, которые продвигали бы на рынке коллективные брэнды, принадлежащие соответствующему объединению предпринимателей.

Также стоит обратить особое внимание на развитие Интернет-торговли, для которой существование крупных игроков с выставленным огромным ассортиментом товара является даже плюсом, так как покупатель перед приобретением товара в Интернете сначала внимательно изучит его в магазине, а лишь

затем купит в интернет-магазине по более низкой цене. В таком случае издержки ложатся на торговые центры, а выручка достаётся владельцам интернет-магазинов.

Также следует заметить, что конкурентные преимущества малых торговых предприятий зависят от правильного выбора ими стратегии поведения на рынке, которая должна затрагивать: выбор места размещения и формата торгового предприятия, определение ширины и глубины формируемого торгового ассортимента, а также уровня сервиса и ценовой политики. Так, в крупных городах, где площади торговых сегментов гипер- и супермаркетов пересекаются, заполняя все пространство «шаговой» и «транспортной» доступности, следует выбирать *стратегию «дополнительного эффекта»*, предполагающей размещение мини-маркета рядом с крупным сетевым магазином, как бы расширяющим его ассортимент по конкретной группе товаров. В этом случае, наиболее эффективным будет являться специализированный магазин, торгующий одной, максимум двумя товарными группами (например, мясная или рыбная продукция, колбасные изделия, молочные продукты, хлебобулочные изделия, виноводочные напитки и т.п.), ассортимент которого будет полностью или хотя бы частично отличным от ассортимента, расположенного рядом супермаркета. Для того, чтобы заострить внимание потребителя к магазину, следует присвоить ему оригинальное «броское» название, которое бы ассоциировалось с реализуемой группой товаров и вызывало некую интригу, любопытство местного покупателя, например, «Мясные деликатесы», «Элитные вина Кубани» и т.п.

В этом случае, расположенный рядом специализированный магазин ассоциируется у покупателя с дополнительным отделом супермаркета, который он должен обязательно посетить. Для того, чтобы привязать покупателя к малому магазину, следует на аналогичных товарах установить чуть меньшую цену (как предлагают эксперты [1], меньше на 4-5%), чем в большом магазине (например, в мясном магазине на котлеты или пельмени).

Если малое торговое предприятие расположено за пределами пересечения активных сегментов торговых сетей, то следует выбирать более крупный фор-

мат магазина, например, универмаг в конкретном населенном пункте, который может реализовать несколько товарных групп, пусть даже с нешироким ассортиментом каждая. В этом случае, предпринимателям следует более внимательно подходить к формированию широты ассортимента и расчету объемов поставок товаров.

Таким образом, регулирование взаимодействия и поддержка малого торгового предпринимательства может заключаться:

- в создании под эгидой местных властей санкционированных торговых рядов, мини-рынков или торговых центров, расположенных в наиболее выигрышных местах города и района, в состав которых должны привлекаться местные индивидуальные предприниматели и производители;
- в предоставлении преференции по аренде (должна быть меньше, чем у частных арендодателей или вообще отменена) и оказанию дополнительных услуг (например, на транспортные и складские услуги);
- в поддержании заданного уровня сервиса в торговых центрах и мини-рынках, в том числе: удлинение графика работы и оборудование магазина терминалом для приема пластиковых карт, подключение канала Wi-Fi, создание собственного блога в интернете с возможностью предварительного заказа товаров, организация доставки товаров;
- в выборе выгодного расположения и нужного формата магазина;
- в благоустройстве и озеленении территории вокруг торгового заведения, установка освещения, урн и лавочек, оборудование автопарковок;
- в формировании соответствующему выбранному формату магазина расширенного и углубленного ассортимента конкретных групп (одной или нескольких) товаров, ориентированных на местного потребителя и отличных от ассортимента сетевых магазинов и конкурентов;
- в установлении взаимовыгодных договорных отношений с поставщиками в части установлении невысоких, например, крупнооптовых, цен на поставки товара.

В целом, по уровню возможностей торговые сети всегда будут иметь пре-

восходство над малыми торговыми предприятиями, однако для них всегда будут существовать свои рыночные ниши. Прежде всего, это магазины «шаговой или транспортной доступности» на товары повседневного или эксклюзивного ассортимента, которых нет в соседних гипермаркетах или сетевых магазинах. Немаловажное значение также имеет прямая и косвенная юридическая и финансовая поддержка со стороны местных властей.

Список литературы:

1. Ключкова Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Ключкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. - М.: Юрайт, 2014.

Марина Наилевна
кандидат экономических наук, доцент
заведующая кафедрой
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Возрастающая роль знаний в постиндустриальном обществе заставляет образование развиваться опережающими темпами. За счет влияния международных экономических и политических факторов сфера образования приобретает все более глобальный характер.

Интеграционный процесс – это совокупность последовательных системных действий, направленных на объединение отдельных информационно-образовательных сред в единое проблемное поле с целью подготовки специалистов высокого уровня компетентности в различных сферах профессиональной деятельности [1].

В интеграционном процессе можно выделить следующие элементы:

1. уровни образования, характеризующие взаимосвязь субъектов развития, форм образования и видов деятельности;
2. межпредметные связи, используемые для дополнения и подтверждения знаний;
3. некоммерческие образовательные ассоциации, деятельность которых по-

зволит повышать качество образования и мобильность студентов;

4. связь науки и бизнеса, позволяющая разработать системный подход к интеграции образовательных и профессиональных стандартов.

В формате современного образования первый элемент позволит вузам проводить изучение потребительской емкости услуг высшего образования (например, вести профориентационную работу среди учреждений СПО), что обеспечит дальнейшую успешную реализацию образовательных программ.

Внедрение межпредметных связей позволит более четко систематизировать знания, развивать творческий подход к обучению и усиливать познавательные интересы обучающихся.

Деятельность образовательных ассоциаций направлена на подготовку профессиональных кадров для различных отраслей и позволит координировать деятельность по подготовке высококвалифицированных специалистов (проведение совместных научно - практических мероприятий, мастер-классов, конкурсов профессионального мастерства).

При реализации профессиональных стандартов в системе высшего образования необходимо тесное сотрудничество вузов и организаций. Это позволит обеспечить запросы работодателей и снижение их издержек на переобучение выпускников.

Конечно же, интеграционные процессы позволят повысить качество образования и удовлетворить запросы рынка труда, но существует ряд проблем, которые необходимо решать.

На рис. 1 представлены проблемы интеграции высшего образования. Среди проблем вузов можно определить следующие:

1. финансовая поддержка образовательных учреждений требует особого внимания, т.к. нужны постоянные вложения в развитие материально-технической базы, необходимой для разработки научных исследований, внедрения инновационных технологий;
2. кадровое обеспечение, включающее в себя обучение ППС и привлечение компетентных специалистов;

3. интенсификация труда преподавательского состава вузов за счет реформирования системы образования;
4. продолжается расслоение общества по материальному благополучию, что отражается на количестве обучаемого контингента на контрактной основе.



Рис. 1. Проблемы интеграции высшего образования

Проблемы предприятий связаны, в основном, с финансовыми затратами, вызываемыми:

1. необходимостью внедрения инновационных и информационных технологий требующих, дополнительных затрат;
2. привлечением новых специалистов и повышением квалификации имеющих работников, способных внедрить прогрессивные разработки;
3. перевооружением производства и разработкой новых продуктов в соответствии с реалиями рынка.

Для решения этих проблем необходимо искать новые формы сотрудничества бизнес-сообщества и вузов. На сегодняшний день среди наиболее распространенных можно выделить следующие:

- организация мастер-классов и проведение семинаров ведущими специалистами различных отраслей;
- участие предприятий и организаций в образовательном процессе при создании базовых кафедр внутри вузов;
- привлечение ППС и студентов к участию в различных проектах организаций;
- прохождение различных видов практик на предприятиях работодателей;
- участие практиков в образовательном процессе (преподавание профильных дисциплин, участие в итоговой аттестации студентов, руководство выпускными квалификационными работами).

Для успешного развития образования и бизнеса, а также решения проблем интеграции необходимо расширение проектного обучения студентов, создание научно-образовательных структур (бизнес-инкубаторов, научно-исследовательских ассоциаций, учебно-производственных комплексов) с привлечением специалистов - практиков, внедрение отраслевых стипендий для студентов, разработка системы интеграции образовательных и профессиональных стандартов.

При тесном и плодотворном сотрудничестве бизнеса и образования, студенты после окончания вуза станут квалифицированными и компетентными специалистами, готовыми создать творческий коллектив, способные к самореализации и саморазвитию, эффективной деятельности и успешной реализации своих проектов.

Список литературы:

1. Скибицкий Э.Г., Егоров В.В. Интеграционные процессы в системе высшего профессионального образования [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.misbfm.ru/sites/all/files/str284_294.pdf

Шушарин Валерий Федорович
кандидат экономических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

ОСОБЕННОСТИ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

В настоящее время агропромышленный комплекс Российской Федерации находится в состоянии роста. Так, в период с 2013 г. по 2017 г. объем производства сельскохозяйственной продукции увеличился более чем на 20%, а доля сельского хозяйства в валовой добавленной стоимости составила 4,4% [1, с. 4]. Достигнутый уровень развития сельскохозяйственного производства позволяет обеспечить продовольственную безопасность населения страны по таким видам продукции, как зерно, мясо птицы, свинина, яйца. Отметим, что продовольственная безопасность - это такое состояние экономики государства, при котором обеспечивается продовольственная независимость и, что важно, гарантируется физическая и экономическая доступность для каждого гражданина пищевых продуктов согласно рациональным нормам потребления.

По данным Росстата, объем производства сельскохозяйственной продукции в 2015 – 2017 гг. в стоимостном выражении, согласно нашему расчету, вырос на 9,5%, валовой сбор зерна увеличился почти на треть, производство скота и птицы на убой в живом весе возросло на 8,5%, а яиц – на 5,2%. Вместе с тем, производство молока фактически осталось на прежнем уровне [2, с. 20]. В 2017 г. объем производства пшеницы достиг максимальных значений – 85,7 млн. т. Существенное увеличение производства отмечалось также по подсолнечному маслу – до 4,7 млн. т. (рост к 2013 г. на 40%). Согласно предварительным данным Минсельхоза, в 2018 году урожай зерна в России составит примерно 105 млн. т., а на экспорт его будет направлено в размере 30 млн. т. В связи с высокими урожаями зерновых культур в последние годы, необходимо наращивать инвестиции в сооружение новых зернохранилищ.

Среди факторов, положительно повлиявших на подъем сельскохозяйственного производства, выделим, прежде всего, значительные меры поддержки

АПК со стороны государства, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Так, финансирование предприятий агропромышленного комплекса из федерального бюджета в 2017 г. и в 2018 г. осуществляется ежегодно в размере 242 млрд. руб. [3].

Наблюдаются позитивные сдвиги в экспорте продукции сельского хозяйства. Если в 2013 г. объем экспорта пшеницы составлял 13,8 млн. т., то в 2017 г. он увеличился в 2,4 раза и достиг 33 млн. т. Объем экспорта подсолнечного масла увеличился с 1,4 млн. т. в 2013 г. до 2,3 млн. т. в 2017 г. Доля экспорта в объеме производства в 2017 г. по пшенице увеличилась до 38,5%, а по подсолнечному маслу – до 49,8%. Согласно отчету Правительства России, в период с 2011 по 2017 гг. объем импорта продовольствия и сельскохозяйственного сырья сократился на 29,1%, а экспорта продукции увеличился на 23,5% [3]. Отметим, что в 2014 г. доходы от экспорта продовольствия превысили доходы от экспорта вооружения. Одним из важнейших условий развития экспорта является выход страны на новые международные рынки. Так, благодаря устранению барьеров на пути российского экспорта в 2017 г. стал возможным экспорт животноводческой продукции в третьи страны.

Правительством подготовлены и утверждены программы продвижения и увеличения объемов экспорта отдельных видов продукции свеклосахарной, зерноперерабатывающей, масложировой, кондитерской отраслей промышленности; пищевой продукции агропромышленного комплекса с высокой добавленной стоимостью, а также зерновой и птицеводческой продукции [3]. Предполагается, что в связи с повышением уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции в долгосрочной перспективе доля российских экспортеров увеличится.

Почти половину продовольственного экспорта занимает зерно, кроме того, увеличивается экспорт подсолнечного масла и шоколада, причем качество последнего выше, чем зарубежного. В то же время, что положительно, сокращается импорт мяса и мясопродуктов за счет роста отечественного производства мяса птицы и свинины. Однако темпы роста экспорта, как отмечает В. Гон-

чаров, сдерживаются из-за высоких производственных и логистических издержек в АПК и медленной модернизации материально-технической базы. Что касается системы отечественного семеноводства, то для ее восстановления необходимы дополнительные меры поддержки со стороны государства [4, с. 55]. Вместе с тем, по поводу экспорта зерна в периодической литературе выражается справедливое мнение о том, что России выгоднее продавать за рубежом не зерно, а продукты его переработки, например, муку. К тому же, часть экспортного зерна предлагается использовать внутри страны на корм скоту, что положительно скажется на производстве, например, говядины, потребности в которой удовлетворяются частично.

С момента ввода Россией в 2014 г. ответного запрета на ввоз сельскохозяйственной продукции и продовольствия из ряда стран наблюдается рост конкурентоспособности отечественной продукции. Эта положительная тенденция обусловлена снижением курса рубля относительно доллара США, а также благоприятной рыночной конъюнктурой. Кроме того, в АПК имеет место сокращение убыточных предприятий, повышается качество сельскохозяйственной продукции, что связано с внедрением более эффективных технологий в производстве продукции, соответственно, увеличивается урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность скота. Вместе с тем, как отмечают И. Ушаев, В. Маслова и В. Чекалин [1, с. 5], существенно уменьшаются доходы товаропроизводителей, что обусловлено снижением цен реализации сельскохозяйственной продукции. Так, если в период 2014-го – 2016 гг. наблюдалась относительная паритетность ценовых отношений между сферами АПК, то в 2017 г. вновь увеличились «ножницы цен» - в 2017 г. по сравнению с 2016 г. цены товаропроизводителей снизились на 2,3%, а цены на промышленную продукцию выросли на 7,6%. В связи с этим предприятия испытывают недостаток собственных оборотных средств, что негативно сказывается на функционировании сельского хозяйства и привлечении дополнительных инвестиционных ресурсов в отрасль.

Среди факторов, в основном отрицательно влияющих на состояние на-

циональной экономики в целом, и, в том числе, на функционирование АПК, выделим напряженность макроэкономической обстановки в нашей стране и в мире. Так, в настоящее время в глобальном мире наблюдаются кризисные явления, а со стороны ряда экономически развитых государств усиливается давление на Россию, что повышает уровень неопределенности и степень риска, с точки зрения динамики развития предприятий агропромышленного комплекса.

Правительством России в ближайшие четыре года планируется поставлять на мировые рынки больше продовольствия, чем ввозить в страну. Для этого необходимо нарастить экспорт мясной продукции, а также повысить самообеспеченность страны говядиной, молоком, овощами. Поставки продовольствия за рубеж станут такой же значимой статьей дохода, как экспорт вооружений и углеводов [5, с. 3]. Кстати, согласно прогнозам экспертов, потребность в продовольствии к 2050 году из-за динамичного роста населения планеты возрастет в 1,5 – 1,7 раза.

В настоящее время, к примеру, уровень производства овощей в нашей стране пока недостаточен для удовлетворения потребностей населения, однако год от года урожайность и валовой сбор овощей увеличиваются при уменьшении площадей, занятых овощными культурами. Овощи выращиваются как в хозяйствах населения, так и в сельскохозяйственных предприятиях. Так, в последних производится более половины всех овощей закрытого грунта. Доля импорта овощей – 14,2%. Основные страны – поставщики овощей: Китай, Турция, Израиль, Марокко, Белоруссия и Египет [6, с. 16]. Вместе с тем предполагается, что уже к 2020 г. потребности населения страны в овощах собственного производства будут полностью удовлетворены.

По нашему мнению, представляет интерес исследование состояния продовольственного рынка страны, проведенное Романюк М.А., Мухаметзяновым Р.Р. и Гузий С.В., которое выявило тенденцию изменения качественной структуры потребления продуктов питания населением в положительную сторону, то есть увеличивается потребление мяса, яиц, овощей, фруктов и ягод. Однако объем и доля традиционных видов продукции, таких, как хлебные продукты,

картофель, сахар, не сокращаются и существенно превышают рациональные нормы потребления, что связано, в том числе, с уменьшением реальных доходов населения [7, с. 22].

Анализируя данные за 2016 г., приведенные в названном исследовании, отметим, что в этом году фактическое потребление мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) соответствовало рациональным нормам потребления; потребление молока и молокопродуктов (в пересчете на молоко) составляло 72,6% от рациональных норм; потребление яиц и яйцопродуктов превышало рациональные нормы на 5,0%; потребление картофеля превышало рациональные нормы на 25,5%; потребление овощей и продовольственных бахчевых культур отставало от рациональных норм на 20,0%; потребление фруктов и ягод составляло 62,0% от рациональных норм; потребление сахара превышало рациональные нормы на 62,5%; потребление подсолнечного масла фактически соответствовало рациональным нормам, а превышение рациональных норм потребления по хлебным продуктам было значительным – 21,9% [7, с. 22]. Нуралиев С.У. обращает внимание на то, что основной спрос на продовольствие формируется во всех крупных городах страны, где каналы сбыта монополизированы крупными зарубежными компаниями и торговыми сетями, поэтому продовольственная безопасность во многом зависит от их торгово-сбытовой политики [8, с. 4].

Важнейшим фактором производства в сельском хозяйстве является земля. В связи с этим В. Хлыстун, отмечая определенные положительные результаты земельной реформы, а именно, развитие многообразных форм собственности и хозяйствования, распространение прогрессивных технологий использования земельных ресурсов в сфере сельского хозяйства, поступательное развитие инфраструктуры земельного рынка, полагает, что в России отсутствует внятная, должным образом формализованная земельная политика. Государство не дает ответов на ряд принципиальных вопросов, таких, как: намерено ли оно продолжить приватизацию земли и остановить процессы деградации земель; каковы приоритеты государства в развитии различных форм землевладения и земле-

пользования [9, с. 40].

В. Маслова и М. Авдеев предлагают активнее внедрять современные цифровые технологии в АПК, которые позволят увеличить производительность труда, ускорить технико-экономическое обновление отрасли, повысить конкурентоспособность предприятий агропромышленного комплекса. Развитие цифровизации в сельском хозяйстве, по их мнению, снизит производственные и транзакционные издержки, сократит потери продукции, увеличит эффективность и устойчивость производства. Они справедливо обращают внимание на то, что в АПК сохраняется чрезмерно высокая зависимость от поставок зарубежной техники и технологий, в то время как значительная часть применяемой техники и технологий физически и морально устарела, вот почему необходимо развитие отечественного сельскохозяйственного машиностроения на инновационной основе. С целью дальнейшего повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции важно последовательное снижение издержек производства и логистических издержек, сокращение потерь по всей продуктовой цепочке и увеличение инвестиций на основе внедрения инновационных технологий. В мире около трети агропродовольственной продукции теряется по цепочке товародвижения, а в России - еще больше [10, с. 4]. Потери картофеля в сельском хозяйстве, к примеру, составляют около 30%, а зерна – около 45%.

Для планомерного, сбалансированного развития всех сфер агропромышленного комплекса необходимо: обеспечение благоприятных условий для льготного кредитования не только крупных, но средних и мелких предприятий, а также условий для притока в АПК высококвалифицированных кадров; более активное внедрение в сельскохозяйственное производство инновационных технологий, в том числе информационных и цифровых; создание и внедрение в производство современной сельскохозяйственной техники, обеспеченность которой в нашей стране в разы меньше, чем в европейских странах, а нагрузка на технику больше. В то же время, к важнейшей проблеме, тормозящей развитие АПК России, можно отнести по-прежнему недостаточное финансирование всех сфер агропромышленного комплекса, которое связано, в том числе с тем, что

банки нашей страны не готовы предоставлять сельскому хозяйству долгосрочные кредиты в связи со значительными, свыше 10 лет, сроками окупаемости инвестиций.

Итак, введение санкций со стороны ряда экономически развитых стран послужило мощным стимулом для развития предприятий отечественного агропромышленного комплекса, прежде всего, благодаря более значительной финансовой поддержке государства, как на федеральном, так и на региональном уровнях. В результате, увеличивается производство сельскохозяйственной продукции и ее конкурентоспособность; возрастает объем экспорта продукции; по таким видам продукции, как зерно, мясо птицы, свинина, яйца обеспечивается продовольственная безопасность населения страны. Вместе с тем, состояние материально-технической базы сельского хозяйства не соответствует современным требованиям, а именно: из-за недостатка оборотных средств на предприятиях слабо внедряются прогрессивные технологии; своевременно не обновляется сельскохозяйственная техника; по-прежнему существенны потери продукции; высоки издержки производства и логистики; наблюдается диспаритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию – все это отрицательно сказывается на рентабельности предприятий сельского хозяйства. Для преодоления диспропорций в развитии агропромышленного комплекса России, как мы полагаем, необходимы, в первую очередь, дополнительные меры поддержки предприятий АПК со стороны государства.

Список литературы:

1. Ушачев И., Маслова В., Чекалин В. Государственная поддержка сельского хозяйства в России: проблемы, пути их решения // АПК: экономика, управление. 2018. № 3. С. 4 -12.
2. Кузнецова О., Мельгуй А., Дворецкая Ю. Стимулирование социально-экономического развития сельского хозяйства России // АПК: экономика, управление. 2018. №8. С. 19 – 26.
3. Экспорт продукции АПК: некоторые факты и показатели за 6 лет. <http://>

//government.ruinfo32194

4. Гончаров В. Экспорт продовольствия: анализ и проблемы развития // Экономист. 2018. №4. С. 47 – 55.
5. Чем подстегнуть рост экономики // АиФ. 2018. № 10. С. 3.
6. Минаков И.А. Пути решения проблемы обеспечения населения страны овощной продукцией // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2018. №2. С. 16 - 21.
7. Романюк М.А., Мухаметзянов Р.Р., Гузий С.В. Современное состояние и проблемы развития сельскохозяйственного производства и агропродовольственного рынка России // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2018. №6. С. 18 – 23.
8. Нуралиев С.У. Торгово-экономическая политика и проблемы импортозамещения на продовольственном рынке // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2018. №1.
9. Хлыстун В. Управление земельными ресурсами: состояние и приоритеты развития // Экономист. 2018. №4. С. 40 – 46.
10. Маслова В., Авдеев М. Повышение конкурентоспособности отечественной агропродовольственной продукции и развитие цифровой экономики в АПК // АПК: экономика, управление. 2018. №8. С. 4 - 11.

РЕКОМЕНДАЦИИ
VIII ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ
«СОВРЕМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ: ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА ИННОВАЦИИ»

Участники VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Современная торговля: теория, практика инновации» рассмотрели теоретические и методологические аспекты изучения эволюционных изменений в сфере мировой и национальной торговли, актуальных проблем функционирования потребительского рынка, инноваций в современной торговле, проблем экономической безопасности страны, интеграционных процессов в сфере образования, развития курортно-рекреационного комплекса страны, требований работодателей к уровню профессиональной подготовки специалистов среднего звена, инновационных технологий управления торгово-сервисными предприятиями региона, инноваций в сфере услуг и технологий общественного питания.

На пленарном заседании конференции выступили: глава администрации Мотовилихинского района г. Перми А.А. Хаткевич, ректор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, доктор экономических наук профессор С.Н. Лебедева, заведующая кафедрой менеджмента и технологии бизнеса Ивановского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, доктор экономических наук, профессор О.К. Луговская, президент международного молодежного клуба (Нигерия) Клинтон Нвокпоку, директора учебных заведений, входящих в ассоциацию «Торговое образование», преподаватели Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

В ходе конференции ее участники пришли к следующим выводам:

- на экономические процессы, включая торговлю, в современных условиях все большее воздействие оказывает государство и международные организации, решающие свои геополитические задачи. Поэтому политика протекционизма и санкций - это долговременная тенденция в сфере торговли;
- в сферу торговли интенсивно внедряются информационные технологии,

- обеспечивающие ускорение бизнес-процессов, повышение качества обслуживания клиентов, оптимизирующие продажи и закупки товаров, складские запасы, увеличивающие объем товарооборота и прибыли;
- быстро развивается виртуальная сфера обращения, электронная коммерция, сетевые и мобильные технологии в торговле;
 - модернизация производственных отраслей и отраслей услуг, организация торгово-закупочных процедур, смежных финансовых и логистических операций, изменение структуры потребления на фоне сквозного проникновения информационных технологий и цифровизации экономических процессов изменяет условия функционирования традиционных рынков и создает основу для формирования новых рынков.
 - формируемые в результате модернизации экономики «большие данные», наряду с технологиями их анализа, становятся одним из ведущих активов государства, бизнеса и гражданского общества. При этом отсутствие физических границ в цифровом пространстве открывает доступ к существенному массиву таких данных многочисленным участникам глобального экономического пространства.

Участники конференции одобряют и считают своевременным принятие национальной программы развития цифровой экономики и полагают, что научное сообщество должно проводить исследования, которые способствовали бы развитию национальных институтов цифровой экономики.

Участники конференции выработали следующие рекомендации:

1. Рекомендовать Государственной Думе Российской Федерации:
 - ускорить рассмотрение проекта Федерального закона РФ «Об электронной торговле» и включить в него следующие положения:
 - Требование предоставления покупателям интернет – магазинов полной и достоверной информации о приобретаемых товарах в соответствии с действующими законодательными и нормативными документами Российской Федерации, законом РФ от 08.02.1992 № 2300-1 (ред. От 28.07.2018) «О защите прав потребителей», техническими регламентами Таможенно-

го союза, ГОСТ Р 51074, с обеспечением технической возможности детального рассмотрения маркировки товаров, а также документов, подтверждающих их соответствие.

- При рассмотрении новой редакции закона «О защите прав потребителей» включить в статью 26.1 «Дистанционный способ продажи товаров» положение о возможности возврата некачественного товара, приобретенного в интернет - магазине, за счет продавца, включая требования к срокам, способам возврата потраченных средств, видам и размерам санкций за просрочку возврата денежных средств.
 - разработать «Программу противодействия теневой экономике» на основе международного опыта, например программы «Чистые руки» в Италии;
 - разработать единые законодательные акты, определяющие систему взаимодействия субъектов франчайзинга, определение в правовом пространстве понятия и определения франчайзинга в нашей стране, систему государственного стимулирования такой эффективной формы ведения малого и среднего бизнеса, и мер по льготной финансовой поддержке начинающих франчайзинг.
2. Правительству РФ сохранить и усилить режим ограниченного доступа на внутренний рынок иностранной сельскохозяйственной продукции, в рамках протекционистской политики развития национального сельского хозяйства.
 3. Министерству сельского хозяйства и продовольствия РФ разработать новую стратегию развития АПК России, в том числе в региональном разрезе с учетом реализации национальной программы развития цифровой экономики.
 4. Министерству иностранных дел России активизировать усилия по направленно-сти современного «Шелкового пути» через территорию России в целях получения доходов от транзитной торговли Китая и стран Юго-Восточной Азии с Европой.
 5. Правительству Пермского края разработать и утвердить программу раз-

вития курортно-рекреационного комплекса региона, в целях увеличения объемов валового регионального продукта.

6. Министерству образования и науки Пермского края разработать план информирования населения о правилах и преимуществах рационального питания, формирования культуры питания и воспитания ответственного отношения к здоровью.
7. Для дальнейшего развития логистики в сфере электронной торговли соответствующим государственным структурам совместно с бизнес – сообществом и учеными сформировать стандарты качества фулфилмента, определив четкие представления об услугах в этой сфере, их уровне и качестве, ценах, которые клиенты могут требовать от операторов. Направить усилия на разработку эффективного программного обеспечения для организации фулфилмента.
8. Рекомендовать Пермской торгово-промышленной палате рассмотреть вопрос о создании Центра оценки профессиональных компетенций специалистов коммерческого профиля с участием Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова.
9. Торговым сетям и предприятиям акцентировать внимание на создание многоканальных систем продаж продукции, обеспечить максимальную интеграцию различных каналов товародвижения с целью удовлетворения потребностей клиентов в качественном обслуживании.
10. Организациям торговли, осуществляющим реализацию товаров посредством сети Интернет, активизировать работу по созданию электронных площадок для организации омниканальной торговли, при этом особое внимание обратить на разработку приложений для мобильных устройств.
11. Руководителям организаций и предприятий торговли усилить контроль качества и своевременного обновления информации сайтов организаций с целью выполнения ими информационной, рекламной, имиджевой, коммерческой и коммуникативной функций, а для развития коммерческих отношений с зарубежными компаниями и фирмами внедрить англоязыч-

ные версии сайтов.

- 12.Руководителям предприятий торговли использовать многолетний опыт взаимодействия Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В, Плеханова с торговой сетью «Семья» по вопросам проведения совместных мероприятий для выработки единой политики обеспечения качества профессиональной подготовки кадров.
- 13.Руководителям высших учебных заведений торгово-экономического профиля особое внимание уделять теории и методологии исследования сферы обращения, анализу инноваций и инновационного потенциала предприятий, а также способов продвижения товаров и услуг на потребительском рынке.
- 14.РЭУ им. Г.В. Плеханова успешно реализовать стратегическую цель построения эффективной многоуровневой системы непрерывного образования в сфере экономики и торговли, отвечающей запросам государства, общества и личности.
- 15.Пермскому институту (филиалу) РЭУ им. Г.В. Плеханова продолжить работу по развитию Ассоциации «Торговое образование» и расширению масштабов ее деятельности в целях обеспечения региона высококвалифицированными кадрами, направить усилия по организации плодотворного сотрудничества учебных заведений, государственных органов и хозяйствующих субъектов в сфере торгово-экономического образования.

Научное издание

***СОВРЕМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ:
ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ИННОВАЦИИ***

*Материалы докладов пленарного заседания
VIII Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием, посвященной 15-летию
Пермского торгово-экономического образовательного комплекса
(ассоциации) «Торговое образование»*

Компьютерная верстка – А.А. Игнатьева

Формат 60x90 1/16. Бумага для ВХИ
Усл. печ. л. 5,8

Пермский институт (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова
г. Пермь, бульвар Гагарина, 57, <http://rea.perm.ru>