

**T.V. Kirillova**

## **STATE REGULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRADE IN RUSSIAN FEDERATION**

**Tatyana Kirillova** – senior lecturer, Higher School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, PhD in Economics, St. Petersburg; e-mail: kirillova\_tan@rambler.ru.

*The problems connected with the state regulation of the innovative development of trade in the Russian Federation have become especially acute due to the coronavirus pandemic. The analysis of the economists' researches showed the absence of studies concerning the state regulation of the innovative development of trade.*

*We outline the directions of innovative activity of trade companies characterized by their own specific features. The suggested algorithms of innovative activity will help trading companies not only to maintain their positions but also to improve the quality of service.*

**Keywords:** state regulation; trade; innovative development; innovative activity; federal legislation; e-commerce market; investment.

**Т.В. Кириллова**

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Татьяна Викторовна Кириллова** – доцент Высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; e-mail: kirillova\_tan@rambler.ru.

*Вопросы, связанные с государственным регулированием инновационного развития торговли в России, особенно обострились в связи с пандемией коронавируса. Проведенный анализ работ экономистов показал отсутствие исследований в области государственного регулирования инновационного развития торговли.*

*В статье определены направления инновационной активности торговых предприятий, каждое из которых имеет свою специфику. Представленные алгоритмы реализации инновационной активности позволят предприятиям торговли не только сохранить свои позиции, но и увеличить результативность хозяйственной деятельности, а также повысить качество обслуживания населения.*

**Ключевые слова:** государственное регулирование; торговля; инновационное развитие; инновационная активность; федеральное законодательство; рынок электронной коммерции; инвестиции.

Вопросы государственного регулирования торговой отрасли представлены в ряде работ ученых-экономистов. Значительное количество исследований посвящено вопросам государственного регулирования как внутренней [6; 9], так и внешней торговли России [7]. Экономисты изучали проблемы формирования конкурентной среды в сфере региональ-

ной торговли [5; 16], анализировали особенности функционирования торговых предприятий в условиях действия российского продовольственного эмбарго [15]. Отдельные исследователи [19] оценивали влияние государственного регулирования сферы торговли на деятельность розничных торговых сетей и оптовой торговли. В работах [14; 17] существенное внимание

уделено анализу государственной политики в области регулирования рынка электронной коммерции и продвижению товаров в интернет-пространстве. Авторами [4] изучена специфика торговли высокотехнологичной продукцией.

Таким образом, экономистами исследованы различные аспекты государственного регулирования торговой отрасли, однако вопросам государственного регулирования инновационного развития торговли должного внимания не уделено. Существует ряд публикаций, направленных на исследование инновационных аспектов развития экономики и сферы торговли в частности [11; 13; 18]. Гипотеза исследования основывается на предположении, что государственное регулирование инновационного развития торговли благодаря стратегии и целенаправленным инвестициям позволит дать стимул к прорывному развитию сферы торговли и сопряженных с ней отраслей народного хозяйства, что повлечет повышение не только качества торгового обслуживания, но и уровня жизни населения.

Государственное регулирование инновационного развития торговли – это воздействие государства на деятельность хозяйствующих субъектов и рыночную инфраструктуру в целях обеспечения инновационного развития торговой отрасли [8]. Разработка единой стратегии развития обеспечит сбалансированное развитие торговой отрасли с учетом внедрения инноваций в деятельность торговых предприятий. Процедура разработки государственной политики регулирования инновационного развития торговой отрасли включает обоснование ее целей и задач, выработку основных направлений, выбор инструментов и методов ее проведения.

Основные направления государственного регулирования торговой отрасли в Российской Федерации включают:

- ограничение монополистической деятельности и защиту конкуренции;
- формирование правовой и законодательной базы;
- регулирование цен на отдельные виды товаров;
- защиту прав потребителей;

- поддержку малого предпринимательства;
- регулирование трудовых отношений.

Законодательная база государственного регулирования в торговле представлена следующими документами:

- Национальным стандартом РФ ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения»[2];
- Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. [1].

В опубликованном проекте «Стратегия развития торговли в Российской Федерации до 2025 года» основной упор делается на обеспечение:

- устойчивости развития торговых предприятий;
- сбалансированности обеспечения населения торговыми предприятиями различных форматов;
- создания благоприятной среды для развития предприятий малого и среднего бизнеса, доля которых в торговле составляет около 60%;
- дебиюрократизации и непрерывного улучшения всех процессов управления торговлей [3].

Анализ вышеперечисленных документов позволил сделать вывод, что в Национальном стандарте и Федеральном законе отсутствует упоминание, а в проекте стратегии не уделено должного внимания инновационному развитию торговой отрасли. Однако торговля характеризуется высокой долей внедренных в хозяйственную деятельность инноваций [12], и отсутствие государственного регулирования этой сферы негативно сказывается на эффективности деятельности торговых предприятий и качестве торгового обслуживания населения.

Государственное регулирование инновационного развития торговли должно учитывать особенности развития отраслевых инновационных процессов, которые подчиняются общим закономерностям экономического развития, но имеют специфические особенности; они связаны с различными направлениями деятельности:

с торговыми, технологическими и организационными процессами, маркетинговыми коммуникациями и появлением новых продуктов для продажи.

Стимулируют инновационные процессы в торговой отрасли разнообразные факторы:

- появление новых технологий;
- разработка новых форм, видов и форматов торговли;
- внедрение нововведений в деятельность производственных и обслуживающих (транспортных, логистических и оказывающих информационные услуги) предприятий;
- конкуренция;
- непредвиденные обстоятельства (эпидемии, техногенные катастрофы и др.);
- мода, социальная и демографическая ситуация в стране.

Инновационная предпринимательская среда торговли представляет собой сформировавшуюся социально-экономическую, правовую и политическую среду, которая обеспечивает инновационную деятельность, определяемую инновационной активностью, т.е. интенсивностью осуществления торговыми предприятиями деятельности по разработке новых или внедрению существующих технологий, продуктов в их хозяйственную деятельность. Анализ инновационной активности можно проводить с использованием экономических критериев, которые подразделяются

в зависимости от характера инновационной деятельности торгового предприятия (см. таблицу).

В зависимости от стратегических задач торгового предприятия выделяют несколько направлений инновационной активности, алгоритмы реализации которой будут различаться:

1. Инновационная активность, направленная на географическую экспансию (рис. 1).

2. Инновационная активность, направленная на освоение новых форм и методов торговли (рис. 2).

Государственное регулирование инновационного развития торговли приобрело особенную актуальность. Отсутствие разработанных и утвержденных на уровне государства инструментов не позволяет предприятиям торговли сохранить свои позиции, на которые негативно повлияла пандемия коронавируса. В зависимости от стратегических задач торгового предприятия определены направления инновационной активности торговых предприятий, связанные с географической экспансией, освоением новых форм и методов торговли и с повышением квалификации персонала. Разработанные алгоритмы реализации инновационной активности торговых предприятий позволяют повысить эффективность и результативность их хозяйственной деятельности.

3. Инновационная активность в сфере квалификации персонала (рис. 3).

**Показатели, характеризующие инновационную активность торгового предприятия**

<b>Аспекты</b>	<b>Показатели</b>
В стратегическом плане	- Уровень инновационного потенциала; - уровень привлеченных инвестиций.
В тактическом плане	- Увеличение оборота в расчете на каждый привлеченный рубль инвестиций; - скорость (темп) внедрения инноваций или скорость проведения инновационных изменений; - коэффициент обновления основных фондов.

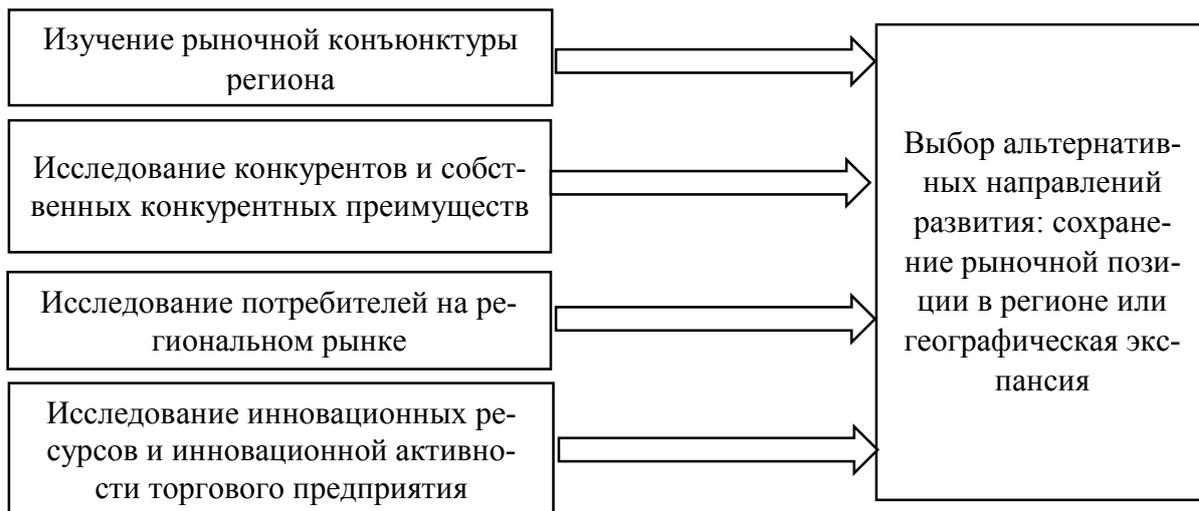


Рис. 1. Алгоритм реализации инновационной активности, направленной на географическую экспансию торгового предприятия

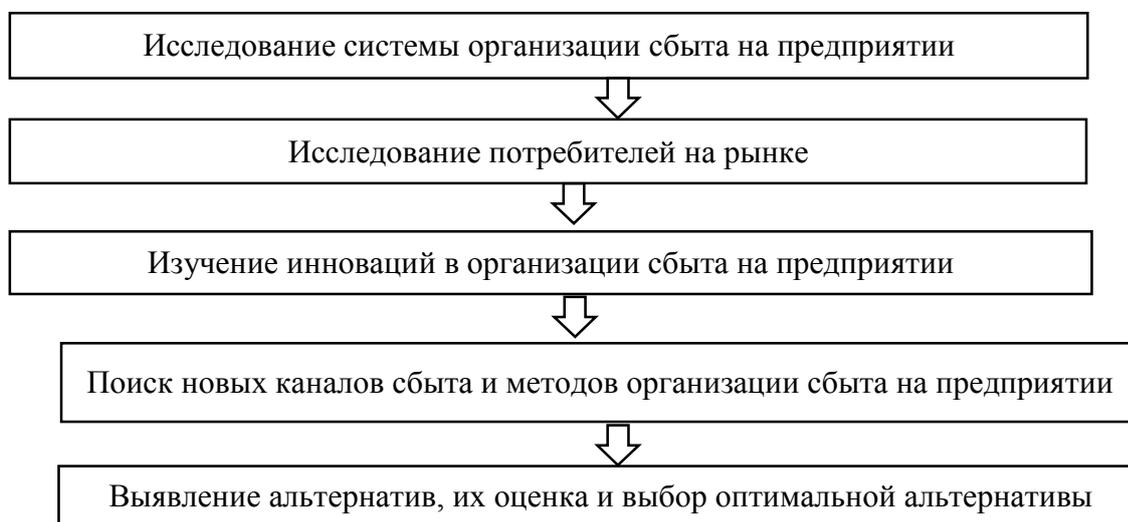


Рис. 2. Алгоритм реализации инновационной активности, направленной на внедрение новых форм и методов торговли

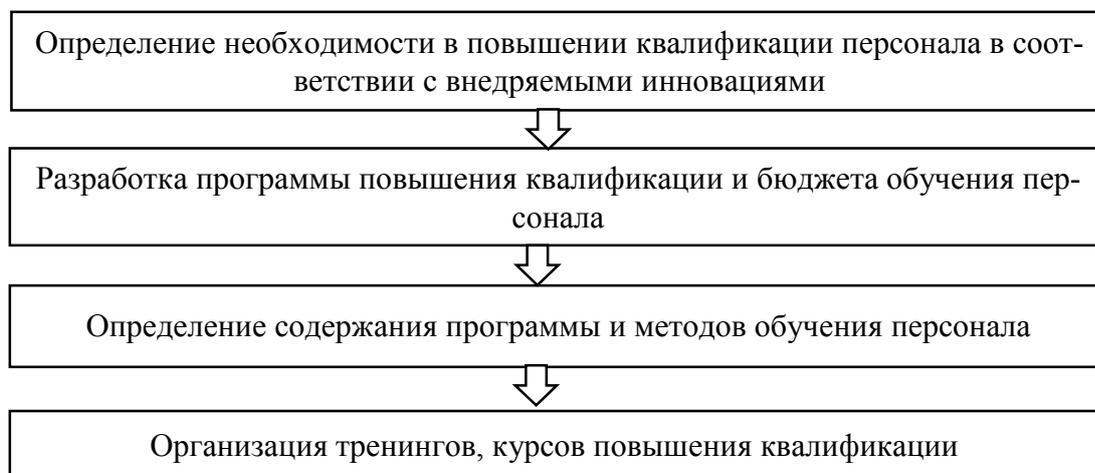


Рис. 3. Алгоритм реализации инновационной активности в сфере квалификации персонала

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Проект «Стратегия развития торговли в Российской Федерации до 2025 года» // Министерство промышленности и торговли Самарской области: [сайт]. URL: <https://minprom.samregion.ru/wp-content/uploads/sites/9/2019/10/proekt-Strategii-razvitiya-torgovli-v-RF.pdf> (дата обращения: 12.06.2020).
4. Аркин П.А., Богданова Е.Л., Ленцов А.А. Управление и государственное регулирование торговлей высокими технологиями. СПб., 2007.
5. Ахмадова П.И. Формирование конкурентной среды как приоритетное направление совершенствования сферы торговли в регионе // Инженерный вестник Дона. 2011. Т. 15. № 1. С. 226–236.
6. Бакушова В.В., Дмитриева И.Е. Государственное регулирование деятельности предприятий в сфере торговли // Научный журнал. 2018. № 1 (24). С. 27–32.
7. Боброва В.В. Новый таможенный кодекс ЕАЭС как эффективный инструмент государственного регулирования внешней торговли // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2017. № 1-3 (49). С. 499–511.
8. Валеева Е.О. Государственное регулирование инновационного развития экономической отрасли. СПб.: Книжный дом, 2013. 82 с.
9. Дружникова Е.П., Медведева А.С. Анализ формирования и развития системы государственного регулирования в сфере торговли // Вестник науки и образования. 2017. Т. 2. № 12 (36). С. 51–55.
10. Капустина И.В. Методическое обеспечение разработки региональных программ развития торговли // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. 2013. № 12. С. 12–16.
11. Красюк И.А., Кириллова Т.В. Формирование институциональной среды инновационного развития торговли // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. № 2. С. 39–44.
12. Красюк И.А., Медведева Ю.Ю. Стратегические инструментальные решения маркетингового управления инновационным развитием торговых розничных структур // Практический маркетинг. 2020. № 3 (277). С. 27–36.
13. Мишулин Г.М., Дегтярева Е.Д. Национальная инновационная система РФ: методологические противоречия, правовые пробелы и пути их преодоления // Экономика и предпринимательство. 2019. № 10 (111). С. 84–91.
14. Мурар В.И. Государственная политика в области регулирования рынка интернет-торговли // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. № 4. С. 54–59.
15. Оболенский В.П. Эффекты продовольственного эмбарго // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 2. С. 49–58.
16. Родионов А.В., Круть А.А. Государственное регулирование деятельности предпринимательских структур в сфере торговли: тактические предпосылки и стратегические направления регионального развития // Вестник СевКавГТИ. 2018. № 1 (32). С. 38–41.
17. Розова Н.К. Влияние мер государственного регулирования на трансграничную розничную интернет-торговлю в Российской Федерации // Modern Economy Success. 2019. № 2. С. 127–131.
18. Чеглов В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии: монография. М.: ИНФРА-М, 2014. 272 с.
19. Чеглов В.П., Мхитарян С.В. О влиянии государственного регулирования на розничные торговые сети и оптовую торговлю // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. № 1. С. 78–90.