

РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
Том 19 • Номер 8 • август 2018
ISSN 1994-6937
Russian Journal of Entrepreneurship
издательство Креативная экономика

Инновационные технологии в торговле

Скруг В.С.[1]
[1] Государственная дума Федерального собрания Российской Федерации, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ:

В статье рассматриваются инновации, применяемые в сфере розничной торговли. В настоящее время в секторе розничной торговли заметны кардинальные преобразования, которые происходят благодаря инновационным технологиями, обеспечивающим беспрецедентно широкие возможности. Автором проанализированы основные показатели развития торговли в динамике, а также проведен сравнительной анализ данных, собранных в Белгородской области, с показателями в целом по стране. Отмечается важность розничной торговли для развития экономики региона. Определяется роль малого бизнеса в развитии торговли. Аргументируется целесообразность внедрения в торговлю элементов цифровой экономики. Представлены основные тренды в сфере информатизации в торговле. Предлагается комплекс мер по стимулированию внедрения инноваций в торговле. Также автор останавливается на одной из важнейших проблем развития информационных технологий – обеспечении информационной безопасности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: торговля, инновации, информационные технологии, региональный рынок.

Innovative technologies in retail

Skrug V.S.[1]
[1] The State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation, Russia

Введение

Торговля является одним из ключевых сегментов российской экономики. По данным Федеральной службы государственной статистики, удельный вес торговли в общем объеме валового внутреннего продукта в 2017 г. составил 15%. В торговле занято 13,6 млн человек или 19% всех трудовых ресурсов [11].

Торговля стала одним из самых важных драйверов экономического роста с момента начала реформ в отечественной экономике в конце 1980-х годов. В 1990-х. торговля прошла стадию формирования и с 2000-х годов перешла в стадию быстрого роста.

Ориентир – малый бизнес

Начавшийся в 2014 г. экономический кризис ударил по всей российской экономике, но наибольший урон понесла розничная торговля. Темпы роста оборота розничной торговли резко замедлились (*табл. 1*). Длительное снижение потребительского спроса, вызванное падением

реальных доходов населения, затормозило развитие отрасли. Негативное влияние оказали также макроэкономические факторы: сокращение инвестиций, высокая экономическая неопределенность, падение курса рубля, снижения доступности кредитов и т. п. Аналогичная ситуация наблюдалась и на региональном уровне. Так, в Белгородской области темпы роста оборота розничной торговли с 2014 г. остаются намного ниже, чем в предыдущие годы (*табл. 1*).

В 2017 г. потребительская активность населения в РФ увеличилась. В результате оборот розничной торговли в прошлом году повысился на 5,3% (*табл. 1*). В первом квартале 2018 г. рост составил 2,2% [13].

В Белгородской оборот розничной торговли по итогам 2017 г. вырос на 5,3%. (*табл. 1*). В первые два месяца текущего года рост составил 7% [12].

Таблица 1

Оборот розничной торговли, млрд руб.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Российская Федерация	10869	13944	14599	16512	19104	21395	23686	26356	27527	28306	29813
ЦФО	3742	4662	4939	5645	6594	7288	8036	9017	9278	9532	10140
Белгородская область	84	114	126	143	167	200	224	254	276	299	315

Источник: составлено автором по данным Росстата

Необходимо обратить внимание на то, что рост потребительской активности в прошлом году произошел на фоне продолжающегося четвертый год подряд снижения

ABSTRACT:

The article considers the innovations applied in the sphere of retail trade. The retail sector is now undergoing a major transformation, due to innovative technologies that provide unprecedented opportunities. The author analyzes the main indicators of trade development in the dynamics, and a comparative analysis of the data collected in the Belgorod region, with indicators in the whole country. The importance of retail trade for the development of the region's economy is noted. The role of small business in the development of trade is determined. The expediency of introducing elements of the digital economy into trade is argued. The main trends in the field of information in trade are presented. A set of measures to stimulate innovation in trade is proposed. The author also dwells on one of the most important problems of information technology development – information security.

KEYWORDS: trade, innovation, information technology, regional market

JEL Classification: L81, O31, O32, L86 **Received: 13.07.2018 / Published: 31.08.2018**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Skrug V.S. (vskrug@duma.gov.ru)

CITATION:

Skrug V.S. (2018) Innovatsionnye tekhnologii v torgovle [Innovative technologies in retail]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 19. (8). – 2291-2300. doi: 10.18334/rp.19.8.39262

реальных доходов. Увеличение номинальных доходов населения на 2,4% за 2017 год не смогло опередить прирост потребительских цен. Потребление повысилось за счет роста кредитования и уменьшения нормы сбережений.

Чтобы изменить ситуацию, необходим настоящий прорыв в экономике и социальной сфере. Однако единой программы развития экономики, и в том числе программы развития торговой сферы, в настоящее время не существует.

При разработке такой программы следует принять во внимание зарубежный опыт. В частности, опыт Китая, который продемонстрировал внушительный экономический рост и увеличение эффективности деятельности народного хозяйства. Этого удалось добиться за счет комплексного развития бизнеса, в том числе малого. Малые предприятия составляют экспортную основу производимой в Китае продукции, поставляя свои товары на мировой рынок. Именно малые предприятия обеспечивают львиную долю инноваций. Многие из них расположены в технопарках, в которых власти создали необходимую инфраструктуру.

В марте 2018 г. президент РФ Владимир Путин в послании Федеральному собранию заявил, что доля малого бизнеса в объеме ВВП России в последующие шесть лет должна составить не менее 40%. Сейчас она равна 22%. Львиная доля (80%) всех субъектов малого и среднего предпринимательства приходится на розничную торговлю.

Субъекты малого и среднего предпринимательства обеспечивают около половины общероссийского розничного оборота (*рис. 1*).

В Белгородской области оборот розничной торговли более чем наполовину формируется субъектами малого и среднего предпринимательства (*рис. 2*) [12].

Поскольку значительная доля в обороте розничной торговли в Белгородской области принадлежит индивидуальным предпринимателям и малым предприятиям, следует особо отметить вклад торговли в общее развитие предпринимательства в регионе. Зачастую именно торговая деятельность является первым видом бизнеса для многих предпринимателей. Кроме того, обычно именно индивидуальные предприниматели и малые предприятия начинают продажи новых товаров, производство которых еще не достигло масштабов, необходимых для создания широкой дистрибуции. Зачастую они являются единственным каналом сбыта для мелких производителей, прежде всего сельхозпроизводителей и производителей продуктов питания.

Поэтому розничная торговля играет важную роль в социально-экономической жизни региона. Она формирует большой потенциал для развития экономики, созда-

ОБ АВТОРЕ:

Скруг Валерий Степанович, кандидат экономических наук, доцент, депутат Государственной думы седьмого созыва, член Комитета ГД по бюджету и налогам (vskrug@duma.gov.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Скруг В.С. Инновационные технологии в торговле // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 8. – С. 2291-2300. doi: 10.18334/rp.19.8.39262



Рисунок 1. Структура формирования оборота розничной торговли в РФ в 2017 г. (в%)
Источник: составлено автором по данным Росстата



Рисунок 2. Структура формирования оборота розничной торговли в Белгородской области в 2017 г. (в%)
Источник: составлено автором по данным Росстата

вая новые рабочие места и объекты инвестиций, являясь источником поступления денежных средств в бюджеты разных уровней, стимулируя внутреннее производство и внедрение новых технологий.

Однако неэффективная государственная стратегия по развитию малого бизнеса и отсутствие истинной поддержки выливаются в недостаточно успешное развитие данной сферы и сдерживают развитие всей экономики в целом [2] *(Gretchenko, Garnov, 2016)*.

Розничные торговые сети продолжают наращивать свое присутствие на региональных рынках. Сейчас на их долю приходится около трети общероссийского оборота (*табл. 2*).

Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли в Белгородской области заметно ниже, чем в среднем по России, и намного ниже, чем в среднем в ЦФО (*табл. 2*).

Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов в Белгородской области улучшается, хотя и более медленными темпами, чем в среднем в РФ. Под магазином современного формата понимаются магазины самообслуживания, предлагающие широкий ассортимент, площадью более 400 кв. м, имеющие один или более прилавков свежей продукции и предлагающие дополнительные услуги для покупателей. К ним относятся, например, гипермаркеты и супермаркеты. К 2016 г. обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов достигла 105,3 кв. м на 1000 человек населения Белгородской области, что на 37% больше, чем пятью годами ранее. Средний показатель по РФ за этот период вырос на 71% – до 219,5 км. м на 1000 человек населения [9].

По результатам выборочного обследования конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле, проведенного в I квартале 2018 г., большинство (80,4%) руководителей обследованных торговых организаций рассматриваемого региона оценивают экономическую ситуацию как «удовлетворительную».

Развитие организаций розничной торговли сдерживается, главным, образом высокой конкуренцией. Так считают 78,4% руководителей организаций розничной торговли. В число факторов, ограничивающих развитие, также входят: недостаточный платежеспособный спрос населения (43,1%); высокий уровень налогов (35,3%); недостаток финансовых средств (23,5%); высокая арендная плата (23,5%); высокие транспортные расходы (17,6%); недостаточный ассортимент товаров (6,8%); высокий процент коммерческого кредита (5,9%).

В I квартале 2018 г. средний сложившийся уровень торговой наценки составил 27,1%, средний сложившийся уровень торговой наценки на социально значимые продовольственные товары – 17,1%. Однако для возмещения затрат и получения прибыли, как считают руководители торговых организаций, средний уровень торговой наценки должен быть выше – 39,7%, а на социально значимые продовольственные товары – 27,1% [12].

Таблица 2

Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли в фактически действовавших ценах (в%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Российская Федерация	20,5	21,9	22,9	25,0	27,4	29,9
Центральный федеральный округ	21,2	23,2	23,8	26,3	27,3	31,7
Белгородская область	22,2	22,6	22,3	23,2	23,0	23,6

Источник: составлено автором по данным Росстата

Помимо непростой экономической ситуации, торговые предприятия сталкиваются и с другими вызовами: уход торговли в онлайн, развитие мобильных сервисов и появление международных торговых площадок. Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли в РФ к 2017 г. выросла до 1,3% с 0,7% в 2014 г. В Белгородской области – с 0,1% до 0,3% [14].

Интернет-торговля развивается как благодаря малому торговому бизнесу, так и благодаря розничным сетям, которые запускают новые интернет-площадки и сервисы, например, доставку.

Тем не менее, доля интернет-торговли в общем объеме остается очень низкой как по сравнению с развитыми странами, где она находится на уровне 12%, так и по сравнению с общероссийским уровнем.

Будущее наступает сейчас

Как показывает мировой и отечественный опыт, резко увеличить качество и эффективность процессов в торговле возможно за счет внедрения в этот сегмент элементов цифровой экономики. Мировые тенденции, определяющие будущее сферы торговли, тесно связаны с информационными технологиями, которые предоставляют широкие возможности для развития (*рис. 3*).

Торговля уже сейчас является одним из крупных потребителей информационных технологий, поскольку они позволяют решать важнейшие для торговых предприятий



Рисунок 3. Мировые тенденции, определяющие будущее сферы торговли
Источник: составлено автором

задачи: прогнозирование спроса, планирование закупок, управление запасами, анализ эффективности и т. п.

Более того, торговля сегодня – одна из немногих отраслей российской экономики, способных инвестировать в новейшие разработки в сфере IT, которые находят оперативное применение в самых разных направлениях работы торговых компаний: для обработки данных и прогнозирования, в омниканальных решениях, различных сервисах и так далее [8] *(Ratina, 2017)*.

Современные информационные системы позволяют оптимизировать внутренние и внешние бизнес-процессы: оптимизировать управление запасами и ассортиментом товаров, создать механизмы гибкого ценообразования, автоматизировать взаимоотношения с клиентами. В конечном итоге вложения в инновации позволяют более четко контролировать торговые процессы и повысить финансовый результат [4, 10] *(Kafiatulova, 2010; Trofimova, Tsaregorodtseva, 2015)*.

Все крупные розничные торговые сети уже достаточно давно автоматизировали свои основные бизнес-процессы [3] *(Zueva, 2013)*.

Согласно прогнозам консалтинговой компании Deloitte, в секторе розничной торговли наступило время радикальных преобразований. Благодаря инновационным технологиями, позволяющим всегда оставаться на связи и обеспечивающим беспрецедентно широкие возможности, потребители формируют новые тенденции в покупательском поведении [6].

Основными трендами в сфере информатизации в торговле в РФ являются:

- управление данными;
- программы лояльности;
- системы товарно-финансового планирования;
- технологии omni-channel;
- автоматизация транспортной логистики;
- борьба с мошенничеством;
- маркетинг в социальных сетях;
- онлайн-инкассация;
- системы виртуальной и дополненной реальности [8].

Повысить качество обслуживания покупателей и оптимизировать процессы продажи возможно за счет использования современного оборудования, такого как «умные» тележки, кассовая система самообслуживания, «умные» весы и др. [1] *(Avagyan, Diyanova, Avagyan, 2016)*.

Многие торговые предприятия, в частности, в Белгородской области, пока не занимаются внедрением инновационных технологий или делают это недостаточно активно. Основными причинами являются низкая осведомленность, недостаток необходимых навыков и отсутствие ресурсов. Часто внедрение инноваций не является приоритетной целью для руководства предприятия, поскольку имеющиеся знания о возможностях современных технологий ограничены. Кроме того, у руководства могут отсутствовать практические навыки по запуску инноваций.

Решение этих проблем должно идти по нескольким направлениям. Во-первых, подготовка и переподготовка специалистов, которые используют инновационные технологии в своей профессиональной деятельности. Во-вторых, создание инфраструктуры. Сейчас в России имеется дефицит вычислительных мощностей, услуг по облачным вычислениям, каналов связи. Без этой инфраструктуры невозможно применять цифровые технологии. Большую работу необходимо проделать для развития широкополосного доступа в интернет в регионах, обеспечения цифрового равенства.

Необходимо учесть, что современные технологии несут не только преимущества, но и угрозы. Важной задачей для торговых предприятий является защита инфраструктуры и информации. Согласно Глобальному опросу инвесторов за 2018г., проведенному компанией PricewaterhouseCoopers, 41% инвесторов считают кибератаки самой серьезной угрозой для мирового бизнеса. По итогам 2017 г. доля расходов российских компаний на информационную безопасность выросла на два процентных пункта, до 17%, говорится в исследовании «Лаборатории Касперского» под названием «Информационная безопасность бизнеса». Средние траты крупных компаний на защиту от киберрисков составили около 400 млн руб. в год, средних и малых – 4,6 млн [5].

В настоящее время руководство многих торговых предприятий склонно считать затраты на обеспечение кибербезопасности излишними. Это говорит о необходимости повышения информированности о существующих рисках и решения проблемы нехватки специалистов по кибербезопасности.

Одним из главных гарантов обеспечения надежной и защищенной инфраструктуры цифрового рынка должно стать государство. Система информационной безопасности должна обеспечивать сохранение персональных данных граждан, защищать информационно-телекоммуникационную инфраструктуру, информационные ресурсы от воздействия кибероружия, угроз, информационного терроризм и криминала.

Однако роль государства не должно ограничиваться одними лишь запретами. Оно должно также создавать стимулы к переходу на цифровую экономику и оказывать соответствующие меры поддержки. Без участия государства внедрение элементов цифровой экономики будет малоэффективно. Поэтому автором предлагается установить налоговые и иные льготы для торговых предприятий, осуществляющих продажи через интернет для стимулирования развития электронной торговли.

Кроме того, необходимо сформировать инструменты информационной поддержки организаций розничной торговли. Яркий пример такой поддержки – китайская государственная информационная служба CSMEO, на сайте которой предприниматели могут получить информацию о состоянии делового климата и последних изменениях законодательства.

Заключение

В соответствии с изложенным, можно сделать вывод, что продолжающееся снижение реальных доходов населения повышает требования к эффективности бизнеса торговой отрасли. В то же время существуют значительные возможности для дальней-

шего роста и развития торговой отрасли, связанные, в первую очередь, с развитием малого и среднего бизнеса. Эффективная реализации этих возможностей имеет прямую зависимость от государственной политики в области организации благоприятной институциональной среды. Опыт отдельных стран, в частности Китая, демонстрирует вероятные методы создания такой среды.

Сфера торговли стоит на пороге серьезных изменений, которые произойдут под влиянием цифровизации. Цифровизация предоставляет большие преимущества как для торговых предприятий, так и для потребителей. Данные тенденции способствуют повышению эффективности торговли и развитию национальной экономики в целом.

Необходимо также учесть, что современные информационные технологии несут не только преимущества, но и угрозы. Поэтому важной задачей для торговых предприятий представляется защита инфраструктуры и информации.

ИСТОЧНИКИ:

1. Авагян Ю.Г., Диянова С.Н., Авагян Э.Ю. Применение новой техники и технологий в торговле // Вестник ИМСИТ, 2016. – № 1.
2. Гретченко А.И., Гарнов А.П. Тенденции развития малого бизнеса в России // Перспективы развития регионального потребительского рынка: Сборник материалов научно-практической конференции. Москва, 2016.
3. Зуева Е.М. Тенденции применения информационных технологий на российских предприятиях розничной торговли // Современные наукоемкие технологии, 2013. – № 10-1.
4. Кафиатулова Э.М. Растущая роль использования информационных технологий в розничной торговле // Альманах современной науки и образования, 2010. – № 9.
5. Мировой бизнес: главная угроза // Эксперт, 2018. – № 10(1066).
6. Мировой сектор розничной торговли в 2018 году. Deloitte. [Электронный ресурс]. URL: https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html#.
7. Макаренко В.И. Использование инновационных технологий в сфере торговли // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки, 2016. – № 3.
8. Ратина И. С аналитики всё только начинается // Retail Week, 2017. – № 6.
9. Россия в цифрах. 2017: Краткий статистический сборник. – М.: Росстат, 2017.
10. Трофимова Л.И., Царегородцева С.Р. Применение инновационных технологий в торговле // Управленец, 2015. – № 1(53).
11. Национальные счета. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts.
12. Официальные статистические публикации ТОГС. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/publications/official_publications/electronic_versions.

13. Предпринимательство. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail.
14. Технологическое развитие отраслей экономики. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/economydevelopmen.
15. Щур Д.Л., Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля: настольная книга руководителя, главного бухгалтера и юриста. – М.: Дело и сервис, 2010.

REFERENCES:

Mirovoy biznes: glavnaya ugroza [Global business: the main threat]. (2018). Expert. (10(1066)). (in Russian).

Rossiya v tsifrakh. 2017 [Russia in numbers. 2017.] (2017). M.: Rosstat. (in Russian).

Avagyan Yu.G., Diyanova S.N., Avagyan E.Yu. (2016). Primenenie novoy tekhniki i tekhnologiy v torgovle [The use of new techniques and technologies in the trade]. Vestnik of Academy of Marketing and Social Information Technologies. (1). (in Russian).

Gretchenko A.I., Garnov A.P. (2016). Tendentsii razvitiya malogo biznesa v Rossii [Small business development trends in Russia] Prospects of development of the regional consumer market. (in Russian).

Kafiatulova E.M. (2010). Rastuschaya rol ispolzovaniya informatsionnyh tekhnologiy v roznichnoy torgovle[The growing role of information technologies in retail trade]. Almanac of modern science and education. (9). (in Russian).

Makarenko V.I. (2016). Ispolzovanie innovatsionnyh tekhnologiy v sfere torgovli [Sensory marketing as an effective tool of successful sales]. Education and Science Without Borders: Social and humanities. (3). (in Russian).

Ratina I. (2017). S analitiki vsyo tolko nachinaetsya [With analytics it all just begins]. Retail Week. (6). (in Russian).

Schur D.L., Trukhanovich L.V. (2010). Osnovy torgovli. Roznichnaya torgovlya: nastolnaya kniga rukovoditelya, glavnogo bukhgaltera i yurista [The basics of retail. Retail trade: Handbook of the head, chief accountant and lawyer.] M.: Delo i servis. (in Russian).

Trofimova L.I., Tsaregorodtseva S.R. (2015). Primenenie innovatsionnyh tekhnologiy v torgovle [Application of Innovative Technologies in Trade]. The Manager. (1(53)). (in Russian).

Zueva E.M. (2013). Tendentsii primeneniya informatsionnyh tekhnologiy na rossiyskikh predpriyatiyakh roznichnoy torgovli [Trends in the use of information technologies in Russian retail trade]. Modern high technologies. (10-1). (in Russian).