

## ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

И.А. Красюк<sup>1</sup>, Т.В. Кириллова<sup>2</sup>

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

<sup>1</sup>e-mail: iri-krasjuk@yandex.ru

<sup>2</sup>e-mail: kirillova\_tan@rambler.ru

**Аннотация.** Состояние торговли, уровень ее развития во многом определяются формированием институциональной среды, что позволяет обеспечить товарную безопасность, ускорить процессы, связанные с цифровизацией бизнес-процессов. В этой связи считаем, что оценка состояния институциональной среды торговли в России является актуальной задачей, требующей теоретического осмысления и практического изучения.

**Цель** проведения исследования заключается в ретроспективной оценке состояния институциональной среды в торговле. Для достижения поставленной цели были использованы такие **методы**, как анализ и синтез, табличный и графический, SWOT-анализ. В качестве основных **результатов** проведенного исследования можно назвать следующие: во-первых, выполнена систематизация основных институтов торговли; во-вторых, определено, что сильной стороной инновационной деятельности в торговле в соответствии с проведенным SWOT-анализом является интенсивное развитие современных информационных технологий; в-третьих, причинами развития информационных технологий являются повышение эффективности торговой деятельности и законодательные инициативы государства. Полученные **выводы** будут полезны исследователям в области экономики и управления торговыми предприятиями, а также для служащих и специалистов государственных учреждений и ведомств при разработке стратегии цифровизации торговли, формировании новой институциональной среды торговой отрасли

**Ключевые слова:** торговля, инновации, цифровая экономика, информационные технологии.

**Для цитирования:** Красюк И. А., Кириллова Т. В. Формирование институциональной среды инновационного развития торговли // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – № 2. – С. 39-44.

## THE FORMATION OF THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT FOR TRADE INNOVATIVE DEVELOPMENT

I.A. Krasjuk<sup>1</sup>, T.V. Kirillova<sup>2</sup>

St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great, St. Petersburg,

<sup>1</sup>e-mail: iri-krasjuk@yandex.ru

<sup>2</sup>e-mail: kirillova\_tan@rambler.ru

**Abstract.** The state of trade and the level of its development are largely determined by the formation of the institutional environment, which allows to ensure commodity security, accelerate the processes associated with the digitalization of business processes. In this regard, we believe that the assessment of the state of the institutional environment of trade in Russia is an urgent task that requires theoretical understanding and practical study.

The purpose of the study is a retrospective assessment of the institutional environment in trade. To achieve this goal, such methods as analysis and synthesis, tabular and graphical, SWOT analysis were used. The main results of the study are as follows: firstly, the systematization of the main institutions of trade; secondly, it is determined that the strength of innovation in trade in accordance with the SWOT analysis is the intensive development of modern information technologies; third, the reasons for the development of information technologies are the increase in the efficiency of trade activities and legislative initiatives of the state. The findings will be useful for researchers in the field of Economics and management of commercial enterprises, as well as for employees and specialists of state institutions and agencies in the development of a strategy for digitalization of trade, the formation of a new institutional environment of the trade industry

**Keywords:** trade, innovations, digital economy, information technologies.

**Cite as:** Krasjuk, I.A., Kirillova, T.V. (2019) [The formation of the institutional environment for trade innovation development]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii* [Intellect. Innovation. Investments]. Vol. 2, p. 39-44.

Институциональная теория содержит разные определения категории «институтов», трактующего их как, формальные, так и неформальные экономические, социальные и политические взаимодействия.

Нобелевский лауреат Дуглас Норт [14] определяет институт как «созданные человеком ограничения», которые организуют взаимоотношения между людьми, выделяя при этом координирующую и ограничивающую функции института.

Известный российский ученый Клейнер Г.М. [5] рассматривает институт в экономике как относительно устойчивые по отношению к изменению поведения или интересов отдельных субъектов или их групп, а также продолжающие действовать в течение значимого периода времени формальные и неформальные нормы либо системы норм, регулирующие принятие решений, деятельность или взаимодействие социально-экономических субъектов (физических и юридических лиц, организаций)

и их групп. Таким образом, под институтом понимается самостоятельная структура или норма, выполняющая регулирующую функцию.

Российский экономист Шаститко А.Е. [16] приравнивает институты к наборам «правил, выполняющих функцию ограничений, и соответствующих им механизмов обеспечения».

Рассматривая институты в более узком понимании, можно сказать, что институты – это отдельные организации или определенные регулирующие механизмы и инструменты. Таким образом, институты могут выступать одновременно в роли объектов регулирования и являться инструментами государственной политики.

В монографии Переверзевой Т.А. выделены наиболее значимые институты торгового предприятия [15, с. 31]. Для предприятий сферы торговли представляют интерес десять институтов, приведенных в таблице 1.

Таблица 1. Наиболее значимые институты торгового предприятия [15]

№	Наименование института
1	Институт отношений собственности
2	Институт контракции
3	Институт ценообразования
4	Институт формирования затрат, в том числе трансакционных издержек
5	Институт налогообложения
6	Институт ресурсо-использования, в том числе использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов
7	Институт формирования доходов
8	Институт материальной ответственности
9	Институт сохранности материальных ценностей
10	Институт торговой политики

По нашему мнению, в современных условиях одним из важнейших институтов торгового предприятия является институт инновационной деятельности, представляющий собой элемент торговой политики, а также являющийся объектом регулирования в сфере торговли. Важность развития данного института обусловлена происходящими динамичными преобразованиями в сфере торговли [7]. На функционирование торговых предприятий, на активность инновационной деятельности в торговле воздействуют различные факторы внешней среды (таблица 2).

Американский экономист Алчиян А. [1] рассматривал экзогенную среду не как пассивное окружение, а как активно действующую среду, осуществляющую «естественный отбор» хозяйствующих субъектов, избравших такие модели поведения, которые позволили им закрепиться на рынке, а также «естественный отбор» экономических институтов,

способствующих внедрению инноваций и эффективных хозяйственных практик в деятельность предприятия.

Американские экономисты Ричард Нельсон и Сидни Грэм Уинтер [13], утверждают, что в ответ на воздействие экзогенной среды хозяйствующие субъекты формируют наиболее подходящие модели поведения, которые могут затем распространиться на других предприятиях отрасли. Сильной стороной предприятий торговли является активное проникновение инноваций в деятельность торговых предприятий, в том числе на международном рынке [3]. Так инновации возникают на уровне отдельного предприятия страны, т.е. на микроуровне, а затем успешные инновации распространятся на предприятия всей отрасли, в том числе в других странах мира, это приводит к качественному изменению самой отрасли и создает предпосылки для дальнейших трансформаций в поведении организаций.

Таблица 2. SWOT-анализ инновационной деятельности в торговле

<p><b>Сильные стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие продукции многоотраслевого промышленного производства и сельского хозяйства</li> <li>– активное проникновение инноваций в деятельность торговых предприятий, в том числе на международном уровне</li> <li>– наличие внутренней мотивации для внедрения инноваций на торговых предприятиях</li> <li>– развитие информационных технологий</li> </ul>	<p><b>Слабые стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– недостаточное финансирование исследований и разработок</li> <li>– отсутствие государственной инновационной политики в сфере торговли</li> <li>– отсутствие отечественных организаций, занимающихся разработкой инноваций в сфере торговли</li> </ul>
<p><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выход на российский рынок международных розничных торговых сетей</li> <li>– адаптация к новым условиям и законодательным требованиям</li> <li>– создание инновационных кластеров и технопарков</li> </ul>	<p><b>Угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– снижение покупательной способности населения</li> <li>– рост издержек обращения торгового предприятия, и, как следствие, недостаток финансовых ресурсов на внедрение инноваций</li> <li>– устаревание основных фондов торговых предприятий</li> </ul>

Управление инновационной деятельностью в малом бизнесе [2], модернизация предприятий на основе стратегических изменений [8], которые создают объективные предпосылки для информатизации предприятий не только в торговле, были подробно рассмотрены в работах, выполненных под научным руководством и в соавторстве с профессором Крымским С.М.; что позволяет выполнить систематизацию и ранжирование факторов и условий информационного сопровождения деятельности предприятий [6, 9, 10, 12]

Другой сильной стороной инновационной деятельности в торговле в соответствии с проведенным SWOT-анализом является интенсивное развитие современных информационных технологий, внедряемых в деятельность торговых предприятий. Причинами такого развития информационных технологий выступают, во-первых, внутренняя мотивация, связанная с возможностью повысить эффективность хозяйственной деятельности предприятия за счет установки современного программного обеспечения [4]. Во-вторых, законодательные инициативы, способствующие контролю бизнеса и повышению прозрачности рынка торговли. Для этих целей на торговых предприятиях внедряются государственные информационные системы (ГИС), такие как ЕГАИС, «Меркурий», онлайн-кассы и маркировка. Торговое предприятие обязано передавать определенные сведения о ежедневных операциях, за счет этого государство осуществляет более полный и оперативный контроль финансовых и товарных потоков.

В настоящее время торговому предприятию вменено в обязанность подавать следующие сведения в контрольные органы [11]:

1) *ЕГАИС – учет объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.* Действие ЕГАИС осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 21.07.2005 г. № 102-ФЗ. Оператором и контроли-

рующим органом является Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование). Первоначально передача информации в ЕГАИС осуществлялась только производителями алкоголя. На втором этапе, начавшемся с 1 февраля 2018 года, была внедрена система помарочного (побутылочного) учета и переход на акцизные и федеральные марки нового образца (ЕГАИС 3.0). Таким образом, в настоящее время участники алкогольного рынка отчитываются не по партии товара, а по каждой бутылке алкоголя, а торговые предприятия вынуждены сверять каждую бутылку с накладной, полученной через ЕГАИС.

2) *АСК НДС – контроль уплаты НДС.* Сервис автоматизации налогового контроля позволяет отследить путь товара и расчетов от производителя к конечному потребителю и определить, уплачен ли НДС от проведенной сделки. Целью запуска такого сервиса является повышение собираемости налогов и снижение количества проверок, а также контроль серых и черных схем ухода от налогов и сокращения налоговой нагрузки.

3) *Передача данных о расчетах в налоговый орган в электронном виде через оператора фискальных данных – контроль применения контрольно-кассовой техники (ККТ), полноты учета выручки.* В 2017 году вступили в силу поправки к закону № 54-ФЗ об онлайн-кассах, и произведен ввод в промышленную эксплуатацию автоматизированной системы контроля применения контрольно-кассовой техники (АСК ККТ) для контроля учета выручки. Оператором и контролирующим органом базы фискальных данных является Федеральная налоговая служба (ФНС). В перспективе онлайн-кассы обязаны использовать организации и предприниматели в сфере торговли или общепита, не имеющие работников с трудовым договором, например, ИП на ПСН и ЕНВД без наемных работников.

4) *ФГИС «Меркурий» – движение товаров животного происхождения и электронных ветери-*

нарных сертификатов. С 1 июля 2018 года участникам рынка, работающим с продукцией животного происхождения, вменено в обязанность оформлять электронные ветеринарные сопроводительные документы (ЭВСД) в ФГИС «Меркурий». Задачей системы является создание единой информационной среды для ветеринарии, а также повышение пищевой безопасности. ЭВСД оформляются на каждом этапе движения товара – производство, оборот и перемещение. Администратором и контролирующим органом является Россельхознадзор.

5) *Маркировка товаров контрольными (идентификационными) кодами* (ФГИС МДЛП – мониторинг движения лекарственных препаратов; ИС МОТП – маркировка и мониторинг оборота табачной продукции). В результате запущенного сервиса ГИС «Маркировка» возрос легальный оборот меховых изделий, сократилось количество подделок, созданы равные условия для предпринимателей. Администрирование ГИСМ осуществляет ФНС, контролирующими органами являются также Федеральная таможенная служба (ФТС), Роспотребнадзор и Министерство внутренних дел РФ (МВД).

Началась добровольная маркировка отдельных видов лекарственных препаратов двухмерным штрих-кодом Data Matrix; производители, импортеры, оптовые и розничные продавцы, медицинские организации передают информацию о маркированных ЛП в ФГИС МДЛП. Оператором ФГИС МДЛП является ФНС России, контролирующим органом – Росздравнадзор. Обязательная маркировка всех лекарств начнется с 2020 года.

В перспективе обязательную маркировку будут проходить табачная продукция, обувь, духи, туалетная вода, пальто, шины, постельное белье и др.

В ближайшее время начнет свою работу информационная система прослеживаемости ввезенных товаров, создаваемая для контроля операций по реализации и иному выбытию товаров, ввезенных на территорию РФ и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией. Сведения о прослеживаемых товарах должны будут отражаться в формах счетов-фактур, книгах покупок и продаж, журналах выставленных и полученных счетов-фактур. В дальнейшем по прослеживаемым товарам будет введен обязательный юридически значимый электронный документооборот.

Проведенное исследование состояния институциональной среды торговли позволяет сделать ряд выводов:

1. Внедрение ГИС оказывает положительное влияние на развитие торговой отрасли. Цифровизация создает дополнительные конкурентные преимущества для предприятий, работающих легитимно, что положительно отражается на деловой репутации.

2. Внедрение информационных технологий сопровождается дополнительными издержками, связанными с изменениями в автоматизированных системах управления процессами и закупкой нового программного обеспечения; что в последствие приведет к оптимизации бизнес-процессов.

3. Формирование институциональной среды инновационного развития торговли связано с развитием института инновационной деятельности. Интенсивное внедрение современных информационных технологий, способствует: усилению контролю бизнеса со стороны государства, повышению прозрачности рынка торговли, обеспечению товарной безопасности.

## Литература

1. Alchian A. A. Uncertainty, Evolution, and Economic Theory // Journal of Political Economy. – 1950. – Vol. 58. – № 3. – pp. 211-221.
2. Гладкова Ю. В., Крымов С. М. Управление производственной деятельностью предприятий малого бизнеса на основе инновационного развития: монография / Ю. В. Гладкова, С. М. Крымов – Ростов-н/Д: Изд-во ДГТУ, 2013. – 158 с.
3. Кириллова Т. В. Демпинг и конкуренция на внешнеторговом рынке / Т. В. Кириллова // Проблемы экономики и управления в торговле и промышленности. – 2015. – № 1. – С. 21-27.
4. Кириллова Т. В. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия на основе использования интегрированной ERP-системы / Т. В. Кириллова // Наука Красноярья. – 2016. – № 5 (38). – С. 132-145.
5. Клейнер Г. М. Эволюция институциональных систем / Г.М. Клейнер – М.: Наука, 2004. – 240 с.
6. Кольган М. В., Крымов С. М. Управление изменениями организационных структур на основе учета принципа версионности в информационных системах производственных предприятий / М. В. Кольган, С. М. Крымов // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6-2(59). – С. 480-485.
7. Красюк И. А. Место инноваций в развитии страны и торговли / И. А. Красюк // Практический маркетинг. – 2016. – № 12-1 (238-1). – С. 56-62.
8. Крымов С. М., Рогачева Ж. С. Модернизация предприятий на основе реализации стратегических изменений / С. М. Крымов, Ж. С. Рогачева // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 5-1. – С. 356-360.
9. Крымов С. М. Развитие предприятий в кластерных образованиях / С. М. Крымов // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 10-2 (63). – С. 832-835.

10. Крымов С. М. Стратегии управления производственными предприятиями: эволюция, тенденции, перспективы (информационная модель) / С. М. Крымов // В сборнике: ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ Материалы 13-й Международной научно-практической конференции. Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова, 2015. – С. 10-14.
11. Маркировка товаров в 2019 году: предпринимателей ждут новые расходы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retailprof.ru/news/> (дата обращения: 04.02.2019).
12. Месхи Б. Ч., Крымов С. М., Чернецова О. А. Модели развития промышленного предприятия как процесса взаимодействия производства и природной среды / Б. Ч. Месхи, С. М. Крымов, О. А. Чернецова // Вестник Донского государственного технического университета. – 2010. – Т. 10. – № 6 (49). – С. 926-936.
13. Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений. – М.: Дело, 2002. – 536 с.
14. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
15. Переверзева Т. А. Совершенствование механизма формирования институциональной среды в торговле: Научное издание / Т. А. Переверзева. – СПб: Изд-во СПбГЭИ, 2009. – 142 с.
16. Шаститко А. Е. Неинституциональная экономическая теория / А. Е. Шаститко; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Экон. фак. – 2. изд. – М.: ТЕИС, 1999. – 464 с.

### References

1. Alchian, A.A. (1950) Uncertainty, Evolution and Economic. *Theory Journal of Political Economy*. Vol. 58. No. 3, pp. 211-221. (In Russ.)
2. Gladkov, V., Krymov, S.M. (2013) *Upravleniye proizvodstvennoy deyatelnosti predpriyatiy malogo biznesa na osnove innovatsionnogo razvitiya* [Management of industrial activity of the enterprises of small business on the basis of innovative development]. Rostov: DSTU, 158 p.
3. Kirillova, T.V. (2015) [Dumping and competition in the foreign trade market]. *Problemy ekonomiki i upravleniya v torgovle i promyshlennosti* [Problems of economy and management in trade and industry]. Vol. 1, pp. 21-27. (In Russ.)
4. Kirillova, T.V. (2016) [Improving the competitiveness of a trading enterprise through the use of an integrated ERP-system]. *Nauka Krasnoyarskaya* [Science of Krasnoyarsk]. Vol. 5 (38), 132-145. (In Russ.)
5. Kleiner, G.M. (2004) *Evolutsiya institutsional'nykh sistem* [Evolution of institutional systems]. Moscow: Science, 240 p.
6. Kolgan, M.V., Krymov, S.M. (2015) [Management of changes in organizational structures based on the principle of versioning in the information systems of industrial enterprises]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and entrepreneurship]. Vol. 6-2 (59), pp. 480-485. (In Russ.)
7. Krasnyuk, I. (2016) [The place of innovation in the development of the country and trade]. *Prakticheskiy marketing* [Practical marketing]. Vol. 12-1 (238-1), pp. 56-62. (In Russ.)
8. Krymov, S.M., Rogacheva, S.J. (2014) [The Modernization of enterprises through the implementation of strategic change]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and entrepreneurship]. Vol. 5-1, pp. 356-360. (In Russ.)
9. Krymov, S.M. (2015) [Development of enterprises in cluster formations]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and entrepreneurship]. Vol. 10-2 (63), pp. 832-835. (In Russ.)
10. Krymov, S.M. (2015) [The management strategy of industrial enterprises: the evolution, trends, prospects (information model)]. *V sbornike: GLOBALIZATSIYA EKONOMIKI I ROSSIYSKIYE PROIZVODSTVENNYE PREDPRIYATIYA* [In the book: GLOBALIZATION of ECONOMY AND RUSSIAN INDUSTRIAL companies]. South-Russian state Polytechnic University (NPI) named after M. I. Platov, pp. 10-14. (In Russ.)
11. *Markirovka tovarov v 2019 godu: predprinimateley zhдут novyye raskhody* [Marking of goods in 2019: entrepreneurs are waiting for new costs]. Available: <https://retailprof.ru/news/> (accessed: 04.02.2019) (In Russ.)
12. Meskhi, B.CH., Krymov, S.M., Chernetsov, O.A. (2010) [Model of development of industrial enterprise as a process of interaction between production and the natural environment] *Vestnik Donskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [Bulletin of Don state technical University]. Vol. 10. № 6 (49), pp. 926-936. (In Russ.)
13. Nelson, R.R., Winter, S.J. (2002) *Evolutsionnaya teoriya ekonomicheskikh izmeneniy* [Evolutionary Theory of Economic Change]. Moscow: Business, 536 p.
14. North, D. (1997) *Instituty, institutsional'nyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki* [Institutions, institutional change and economic performance]. Moscow: Foundation of economic book «nachala», 180 p.

15. Pereverzeva, T.A. (2009) *Sovershenstvovaniye mekhanizma formirovaniya institutsional'noy sredy v torgovle: Nauchnoye izdaniye* [Improvement of the mechanism of formation of institutional environment for trade: the Scientific edition]. Saint Petersburg: Publishing house Spbtei, 142 p. (In Russ.)

16. Shastitko, A.E. (1999) *Neoinstitutsional'naya ekonomicheskaya teoriya* [New institutional economic theory]. Moscow State University named after M.V. Lomonosov. Econ.fac. Moscow: Thesis, 64 p.

**Информация об авторах:**

**Ирина Анатольевна Красюк**, доктор экономических наук, профессор высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия  
e-mail: iri-krasjuk@yandex.ru

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

Статья поступила в редакцию 11.02.2019; принята в печать 04.03.2019.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

**Information about the author:**

**Irina Anatolievna Krasjuk**, Doctor of Economics, Professor of the Higher School of Service and Trade, St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great, St. Petersburg, Russia  
e-mail: iri-krasjuk@yandex.ru

**Tatyana Viktorovna Kirillova**, Candidate of Economical Sciences, Associate Professor at the Higher School of Service and Commerce, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia  
e-mail: kirillova\_tan@rambler.ru

The paper was submitted: 11.02.2019

Accepted for publication: 04.03.2019.

The authors have read and approved the final manuscript.