

## АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ К РАЗВИТИЮ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СИСТЕМЕ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

**И.А. Красюк, Т.В. Кириллова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,  
Санкт-Петербург, Российская Федерация

Рассмотрено сетевое взаимодействие в системе товарного обращения. Обосновано, что кооперирование производственных связей приводит к континууму структур управления межфирменного взаимодействия. Сетевые предприятия обладают высоким уровнем инновационной активности. Выполненная систематизация научных исследований позволила обосновать следующее: результативность сетевого взаимодействия оказывает влияние на инновационную активность предприятий. Сетевое взаимодействие в системе товарного обращения предполагает осуществление сервисной деятельности, в частности оказание торговых услуг, позволяющих улучшить качество сервисного взаимодействия. На результативность сетевого взаимодействия оказывают влияние осуществляемые логистические процессы. Реализация инноваций зависит, с одной стороны, от адаптации предприятия к инновациям, а с другой – от корректировки самой инновации в зависимости от внутренней среды предприятия. Для повышения качества принимаемых инновационных решений необходимо создание инновационного центра, отвечающего за повышение инновационного потенциала. Базисом устойчивого развития сетевой торговли является системно-адаптивное институциональное регулирование процессов товарообращения, которое позволяет увеличивать инновационный потенциал предприятия. Внедрение инноваций в торговле происходит перманентно, по мере их появления в сферах информационных и компьютерных технологий, производства холодильной техники, торгово-технологического оборудования, формированием новых подходов в логистике, новых маркетинговых концепций и др. Сетевая торговля является лидером по внедрению инноваций. Она обладает мощным ресурсным потенциалом, позволяющим синтезировать сетевое взаимодействие системы производства и потребления. Результативность функционирования системы товарного обращения определяется синергетикой взаимодействия производства и потребления, в основе которой – адаптивный механизм инновационного развития хозяйствующих субъектов рынка. Для определения эффективности инновационных процессов, реализуемых в системе товарного обращения, нами разработаны индикаторы инновационного развития. Предлагаемая методика оценки инновационной активности сетевой торговли на основе определения эффективности торговой организации до и после внедрения инноваций позволяет определить и обосновать результативность инновационной деятельности предприятий торговли.

**Ключевые слова:** сетевое взаимодействие, инновации, система товарного обращения, инновационные процессы, сетевая торговля, интегральная оценка инновационной активности

**Ссылка при цитировании:** Красюк И.А., Кириллова Т.В. Анализ инновационных подходов к развитию сетевого взаимодействия в системе товарного обращения // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 3. С. 45–58. DOI: 10.18721/JE.11304

## ANALYSIS OF INNOVATIVE APPROACHES TO DEVELOPING NETWORK INTERACTION IN THE SYSTEM OF COMMODITY CIRCULATION

**I.A. Krasyyuk, T.V. Kirillova**

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation

The paper considers the network interaction in the system of commodity circulation. We have proved that the cooperation of production links leads to a continuum of management structures of inter-firm interaction. Network enterprises have a high level of innovation

activity. The systematization of scientific studies made it possible to substantiate our hypothesis that the effectiveness of network interaction has an impact on the innovative activity of enterprises. Network interaction in the system of commodity circulation involves service activities, in particular, providing trade services that improve the quality of service interaction. The effectiveness of networking is influenced by the ongoing logistics processes. Implementation of innovations depends on the one hand on the adaptation of the enterprise to innovations, and on correction of the innovation depending on internal environment of the enterprise on the other hand. To improve the quality of innovative decisions, it is necessary to create an innovation center responsible for improving the innovation potential. The basis of sustainable development of network trade is system-adaptive institutional regulation of commodity turnover, which allows to increase the innovative potential of the enterprise. Implementation of trade innovations occurs permanently, as they appear in the fields of information and computer technology, manufacturing refrigeration equipment, commercial and technological equipment, formation of new approaches in logistics, new marketing concepts, etc. Network trade is the leader in innovation. It has a powerful resource potential that allows to synthesize the network interaction of the production and consumption system. The effectiveness of the system of commodity circulation is determined by the synergetic interaction of production and consumption, which is based on the adaptive mechanism of innovative development of economic subjects of the market. To determine the effectiveness of innovative processes implemented in the system of commodity circulation, we have developed the indicators of innovative development. The proposed methodology for assessing the innovative activity of network trade based on determining the effectiveness of the trade organization before and after introducing innovations allows to determine and justify the effectiveness of innovative activity of trade enterprises.

**Keywords:** networking, innovation, system of commodity circulation, innovative processes, manufacturing network, integrated estimation of innovative activity

**Citation:** I.A. Krasnyuk, T.V. Kirillova, Analysis of innovative approaches to developing network interaction in the system of commodity circulation, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics, 11 (3) (2018) 45–58. DOI: 10.18721/JE.11304

*Введение.* Для современного этапа развития экономики характерно сетевое взаимодействие предприятий, в основе которого лежит кооперирование производственных связей, что впоследствии приводит к континууму структур управления межфирменного взаимодействия. Сетевое взаимодействие представлено в различных сферах экономики: промышленности, сельском хозяйстве, индустрии гостеприимства, торговле и др. Сетевые предприятия обладают высоким уровнем инновационной активности, что способствует дальнейшей диффузии инноваций, укреплению рыночных позиций, реализации открытой инновационной экономики. Решение проблемы коммерческой реализуемости инноваций направлено на расширение сетевого взаимодействия, развитие долгосрочных партнерских отношений и обеспечение эквивалентного обмена в рамках производства, товарного обращения и потребления. Товарное обращение представляет собой форму товарного обмена, в основе которой лежит взаимное соглашение участников и эквивалентность обмена. Важной составляющей системы товарного обращения является тор-

говля, которая представляет собой деятельность по осуществлению товарного обмена и актов купли-продажи.

В России торговля формирует около 16 % ВВП страны, а доля экономически активного населения, занятого в оптовой и розничной торговле, составляет 16,5 %, что является самым высоким показателем относительно других отраслей народного хозяйства. Роль розничной торговли в удовлетворении потребностей покупателей и обеспечении посредством оптовой торговли производственных предприятий сырьем, комплектующими и материалами обуславливает необходимость дальнейшего развития торговой отрасли. В современных условиях рост может быть обеспечен на основе инновационных процессов, связанных с интенсивным развитием, прежде всего, сетевой розничной торговли [1–5].

Требуется глубокое теоретическое осмысление вопросов, связанных с инновационным развитием сетевого взаимодействия различных отраслей экономики, в том числе и сетевой розничной торговли. Вместе с тем в настоящее время недостаточно изучены про-

блемы, посвященные анализу инновационных подходов к развитию сетевого взаимодействия, не проведены комплексные исследования инновационных процессов в торговле. Для систематизации состояния инновационных процессов в розничной торговле был проведен анализ трудов ученых, систематизация результатов которого позволила определить три основных направления исследования:

- оценка современных методов развития предприятий в системе товарного обращения на основе поиска новых концепций, новых инструментов, механизмов организации торговли, обеспечивающих повышение эффективности;
- оценка современных подходов к управлению инновациями в области торговли, а также в других отраслях, специфику которых целесообразно адаптировать к исследуемой проблеме;
- оценка вклада ученых высшей школы сервиса и торговли (ВШСТ) Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого в развитии теории и методологии системы товарного обращения.

Научно-практический интерес представляет логика формирования общего подхода к инновационным процессам в системе товарного обращения, в том числе розничной торговле, которая позволила сформировать авторский подход к инновационному развитию предприятий на основе индикаторов инновационной активности сетевой торговли.

Цель работы – проанализировать инновационные подходы к развитию сетевого взаимодействия в системе товарного обращения на примере розничной торговли.

*Методика исследования.*

**1. Обзор современных научно-практических исследований, посвященных общим вопросам сетевого взаимодействия в системе товарного обращения.** Обзор исследований проведен, в основном, по результатам докторских диссертаций, научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством [3–6]. Результаты систематизации теоретико-методологических исследований представлены в табл. 1.

Сетевое взаимодействие с позиции развития теории и методологии системной конкуренции торгового предпринимательства было рассмотрено Е.С. Юдниковой. Она разрабо-

тала методику диагностики процесса концентрации капитала в торговле и определения критериев и границ бизнеса в торговом предпринимательстве. В качестве инновационного решения в сфере торговли рассмотрен процесс формирования стратегических партнерских отношений на основе клиентоориентированного маркетинга. Предложен научно-методический подход к оценке процессов концентрации в торговом предпринимательстве, предполагающий формирование кластеров в сфере торговли [6].

Сетевое взаимодействие в системе товарного обращения предполагает осуществление сервисной деятельности, в частности оказание торговых услуг. Д.А. Карх исследует торговую услугу как экономическую категорию, отмечает ее социальную направленность, дает критериальную оценку эффективности услуг на мезо-, макро- и микроуровнях. Он рассматривает различные варианты комплекса торговых услуг, исследует эволюционное развитие услуг розничной торговли в результате происходящих интеграционных процессов. Основными направлениями повышения эффективности торговых услуг для сетевой торговли, по мнению Д.А. Карха, выступают стратегии горизонтальной диверсификации, интегрированного роста или инновации, затрагивающие торговые, технологические и маркетинговые процессы торгового предприятия, нацеленные на продвижение товаров и повышение качества торгового обслуживания [7].

Результативность сетевого взаимодействия во многом определяется системностью осуществляемых логистических процессов. Е.Р. Храмова изучает логистические процессы в сфере торговли на мезоуровне, обосновывает основополагающую роль торгово-розничной сети в логистической системе региона, но не акцентирует внимание на технологии сетевого взаимодействия. В качестве одного из ключевых элементов многофакторной структурно-процессной модели развития региональной торговли она выделяет инновации, называя их ускоряющим фактором и движущей силой развития ритейла. Необходимость в постоянной актуализации инноваций обусловлена их устареванием, появлением новых технологий, развитием научно-технического прогресса, совершенствованием и возникновением новых форм торговли [8].

Таблица 1

**Систематизация научных исследований по материалам докторских диссертаций, посвященных общим вопросам развития теории и методологии торговли**

**Systematization of scientific research on the materials of doctoral dissertations on general issues of development of theory and methodology of trade**

Автор, дата и место защиты; научная специальность	Тема докторской диссертации	Аннотация, комментарий
Юдникова Е.С., 2008 г., г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (предпринимательство) [6]	Теория и методология обеспечения системной конкурентоспособности торговых предпринимательских структур	Развитие теоретических и методологических положений по обеспечению <i>системной конкурентоспособности</i> торговых предпринимательских структур, разработка научно-практических рекомендаций по их внедрению на предприятиях торговли. Исследованы вопросы конкурентоспособности торговых предпринимательских структур, выбора оптимального месторасположения торгового предприятия, формирования стратегического партнерства в торговле
Карх Д.А., 2010 г., г. Екатеринбург, Уральский государственный экономический университет; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (сфера услуг) [7]	Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли	Разработка теоретико-методологических и методических основ развития услуг розничной торговли, <i>оценка их экономической и социальной эффективности</i> на макро-, мезо- и микроуровнях. Дополнено понятие «торговая услуга», сформировано понятие «ценность торговой услуги». Разработана методика комплексной оценки эффективности торговых услуг по экономическому, потребительскому и маркетинговому критериям
Храмцова Е.Р., 2011 г., г. Самара, Самарский государственный экономический университет; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (логистика) [8]	Теория и методология формирования мезологистических систем региональной розничной торговли	Развитие теории и методологии <i>формирования мезологистической системы</i> региональной розничной торговли, научных и методических подходов к оценке и регулированию пространственной организации розничной товаропроводящей сети территориального образования. Предложена методика построения и пространственного совершенствования торгово-розничной сети региона на основе логистического подхода. Синтезировано понятие «региональная торговая логистика»
Петренко Е.С., 2014 г., г. Екатеринбург, Институт экономики Уральского отделения РАН; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика) [9]	Теоретико-методологическая концепция развития потребительских сетей на региональных рынках	Разработка теоретико-методологической концепции и методического <i>инструментария маркетинговых взаимодействий потребительских сетей с производителями</i> товаров и услуг на региональных рынках. Предложена концепция маркетинга потребительских сетей, интегрирующая элементы событийного маркетинга и сетевого подхода. Разработана методика интегральной оценки маркетингового потенциала потребительских сетей

Е.С. Петренко в рамках регионального рынка исследовала вопросы маркетингового взаимодействия сетей с производителями товаров и услуг. Предлагаемые ею маркетинговые инновации основываются на совокупности управленческих, организационных и маркетинговых процессов и решений, предполагающих создание цепочек сетевых цен-

ностей и обеспечивающих устойчивое сетевое развитие с учетом принципа генерирования «потребительских впечатлений». Основной акцент Е.С. Петренко делает на сетевые предприятия общественного питания, которые так же, как и торговые предприятия, характеризуются высоким потенциалом внедрения различного рода инноваций [9].

Таким образом, несмотря на значительные научные и практические исследования в области теории и практики развития торговли, проблемы инновационного развития сетевой торговли освещены не в полной мере.

**2. Обзор современных научно-практических исследований процессов товарообращения, посвященных управлению инновациями.** Как и в предыдущем обзоре, предмет исследова-

ния послужили диссертации, представленные на соискание ученой степени доктора экономических наук. Но теперь в центре внимания – инновационные процессы, связанные с различными предприятиями, рынками, социально-экономическими системами. Попытка нашего обобщения представлена в табл. 2 (использованы материалы указанных докторских диссертаций [10–16]).

Таблица 2

**Систематизация исследований по материалам докторских диссертаций, посвященных управлению инновациями в смежных областях исследований**

**Systematization of research on the materials of doctoral dissertations on the management of innovations in related fields of research**

Автор, дата и место защиты, научная специальность	Тема докторской диссертации	Аннотация, комментарий
Смолянова Е.Л., 2009 г., г. Воронеж, Воронежская государственная технологическая академия; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (промышленность; управление инновациями и инновационной деятельностью) [10]	Гармонизация торговой и промышленной политики на основе развития инновационной деятельности	Обеспечение роста эффективности производственно-торговой деятельности и повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности на основе научно-обоснованной гармонизированной промышленно-торговой политики <i>в условиях развития инновационной деятельности</i> . Предложен механизм интрапренерства на пищевых предприятиях в условиях инновационной экономики. Разработаны теоретические и методические подходы к формированию инновационного маркетинга, характеризующегося возможностью определения наилучшей цены реализации нового продукта на основе вероятностных моделей принятия решений с учетом состояния рынка и реакции конкурентов. Выявлены направления снижения риска инновационных проектов посредством учета их характера и условий реализации
Гомелько Т.В., 2011 г., г. Брянск, Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями) [11]	Регулирование продовольственного рынка в условиях инновационного развития (теория, методология, практика)	Развитие теоретических и методологических положений, разработка научно-практических рекомендаций по <i>регулированию продовольственного рынка в условиях инновационного развития</i> . Предложена методика определения уровня инновационной активности участников продовольственного рынка. Исследовано влияние инновационных стратегий на функционирование продовольственного рынка. Разработаны инновационные модели, обосновывающие связь инновационной деятельности с конкурентностью среды
Шамина Л.К. 2012 г., г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет; 08.00.05 экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями) [12]	Методология и методы управления адаптацией инновационных процессов на промышленном предприятии	Развитие методологии и <i>методов управления адаптацией инновационных процессов</i> на промышленном предприятии. Предложен механизм снижения неопределенности и риска инновационной деятельности в условиях адаптации инновационных процессов. Инновационный потенциал предприятия рассматривается как сочетание научного потенциала, восприимчивости предприятия к инновациям извне и потенциала коммерциализации

Окончание табл. 2

Автор, дата и место защиты, научная специальность	Тема докторской диссертации	Аннотация, комментарий
Федюнин Д.В., 2014 г., г. Москва, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (сфера услуг) [13]	Инновационная модель устойчивого развития розничной торговли на основе рационального ресурсообмена	Разработка инновационной модели устойчивого развития розничной торговли, базирующейся на <i>методологии рационального ресурсообмена</i> между хозяйствующими субъектами, входящими в состав розничных торговых сетей. Предложена инновационная модель устойчивого развития розничных торговых сетей на основе выбора оптимального варианта управления ресурсами его участников. Разработаны показатели оценки уровня устойчивости сетевого торгового предприятия
Кошелева Т.Н., 2014 г., г. Санкт-Петербург, Институт проблем региональной экономики Российской академии наук; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями) [14]	Управление формированием инновационной среды малого предпринимательства	Обоснование теоретических и методологических положений процесса <i>управления инновационной средой малого предпринимательства</i> на основе хозяйственного взаимодействия предпринимательских структур. Разработана система показателей для оценки эффективности формирования новых элементов инновационной среды малого предпринимательства, основанная на определении синергетического эффекта от организационно-экономического инновационного взаимодействия
Фраймович Д.Ю. 2016 г., г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный экономический университет; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика) [15]	Методологические основы диагностики инновационного развития региональных социально-экономических систем	Научная разработка методологических основ <i>диагностики инновационного развития социально-экономических систем</i> в условиях значительной межрегиональной дифференциации. Оценена эффективность влияния инвестиций на масштабы инновационного воспроизводства в регионах. Произведена диагностика модернизационного потенциала федеральных округов на основе оценки эффективности, вариативности и динамики результатов инновационного развития регионов. Обоснована возможность оптимизации воспроизводственного развития региональных инновационных подсистем на основе проведения Парето-анализа и применения усовершенствованных критериев для выявления «точек роста»
Слепак К.Б., 2016 г., г. Санкт-Петербург, Институт проблем региональной экономики РАН; 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями) [16]	Управление процессом формирования и развития инновационной экономики региона в условиях экономического кризиса	Развитие методологии <i>управления процессом формирования инновационной экономики региона</i> , обеспечивающей стабильное социально-экономическое развитие региона. Формирование и развитие инновационной экономики региона тесно взаимосвязано с процессами развития образовательного и научного потенциала региона, инновационного и научно-образовательного потенциала региона

В труде Е.Л. Смольяновой, посвященном совершенствованию деятельности предприятий пищевой промышленности на основе инновационных решений, предлагаются к внедрению инновации как организационного (интрапренерство), так и маркетингового (установление цены реализации новой продукции) характера. Кроме того, осуществлена попытка минимизи-

ровать возможные негативные последствия после внедрения инноваций на предприятиях пищевой промышленности [10].

Исследование Т.В. Гомелько посвящено продовольственному рынку, в том числе определению уровня инновационной активности его участников. Проведен анализ влияния различных инновационных стратегий на функ-

ционирование продовольственного рынка. Т.В. Гомелько предложена математическая модель, выражающая зависимость инновационной деятельности от конкурентности среды [11].

Л.К. Шамина исследовала проблему управления адаптацией инновационных процессов на промышленном предприятии, отметив, с одной стороны, возможность адаптации конкретного предприятия к инновациям, а с другой – корректировки самой инновации в зависимости от внутренней среды предприятия. Изучена возможность перераспределения ресурсов промышленного предприятия между процессом внедрения инноваций и его текущей деятельностью для достижения поставленной цели и повышения инновационной активности. Доказано, что инновационный процесс представляет собой последовательность стадий, адаптированных к хозяйственной деятельности предприятия путем применения аутсорсинговых схем и методов открытых инноваций [12].

Д.В. Федюнин разработал инновационную модель устойчивого развития розничных торговых сетей, базирующуюся на методологии управления в розничной торговле на основе административных, экономических, социальных и адаптивных методов ресурсообмена. Обоснованы способы оценки инновационности производственно-технологических, организационных, экономических, маркетинговых и инфраструктурных составляющих деятельности участников розничных торговых сетей. В качестве основного элемента инновационной модели устойчивого развития розничной торговой сети ученый выделяет инновационный центр, отвечающий за повышение инновационного потенциала. Следует отметить, что основное внимание он уделяет внутренним процессам, протекающим на торговом предприятии и связанным с инновациями. Однако на практике торговое предприятие, как правило, не располагает в полном объеме не только финансовыми, но и интеллектуальными ресурсами, ограничено во времени для внедрения различных видов инноваций, что влечет снижение уровня его конкурентоспособности. Следовательно, недопустима недооценка внешней среды предприятия, в которой зарождаются организационные, технологические и технические инновации, внедряемые в хозяйственную деятельность предприятий торговли [13].

Т.Н. Кошелева в своем труде исследует вопросы формирования и развития иннова-

ционной среды малого предпринимательства. Разработаны направления защиты и снижения рисков инновационного развития малого предпринимательства [14].

Д.Ю. Фраймович рассмотрел вопросы функционирования региональной инновационной системы, предложил методику анализа динамики инновационной эффективности территории, разработал диагностический инструментарий для анализа и моделирования динамики территориальных инновационных процессов [15].

К.Б. Слепак разработал новый подход к управлению процессом формирования и развития инновационной экономики региона в условиях экономического кризиса и стагнации, предложил методику оценки показателя развития инновационной экономики региона, установил взаимосвязь между развитием инновационной экономики региона и основными социально-экономическими показателями [16].

Анализ данных табл. 2 позволил сделать вывод, что в трудах ученых-экономистов исследовались вопросы инновационного развития как на макроуровне, так и на уровне отдельных предприятий. Однако проблематика проведенных исследований посвящена внедрению инноваций в деятельность производственных предприятий различного масштаба, в том числе инновационной среде малого предпринимательства. В отдельных научных трудах были рассмотрены вопросы инновационной активности продовольственного рынка и устойчивого развития розничных торговых сетей на основе обмена ресурсами между структурными подразделениями. В то же время инновационное развитие торговой отрасли в научных исследованиях ведущих отечественных ученых отражены не в полной мере.

**3. Оценка вклада ученых высшей школы сервиса и торговли (ВШСТ) Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого в развитии теории и методологии системы товарного обращения.** Рассмотрим приоритетные направления научной деятельности, связанные с развитием теории и методологии системы товарного обращения, инновационным развитием сетевой розничной торговли, ведущих ученых ВШСТ СПбПУ Петра Великого. Информация представлена в табл. 3 [17–22].

**Систематизация научных исследований ППС ВШСТ СПбПУ**  
**Systematization of scientific researches of PPS VSTT SPbPU**

Профессор школы	Направление исследования	Ключевые элементы и результаты исследования
Божук С.Г. [17]	Теория и методология и маркетинговых исследований и маркетинговых коммуникаций	Осуществлена разработка методологии, принципов, концепции и новых методов интеграции информации <i>маркетинговых исследований</i> . Увеличение частоты и расширение масштабов маркетинговых исследований на российских предприятиях, а также возникновения новых <i>инновационных концепций управления предприятием</i> , таких как «зеленый» маркетинг, маркетинг-менеджмент и др., что потребовало единого теоретического представления маркетинговых исследований, определения их роли и многообразия практической реализации в системе управления предприятием в условиях глобализации и усиления конкуренции
Засенко В.Е. [18]	Системно-эволюционный анализ генезиса и современных тенденций развития торговли	Предложено новое направление исследования торговли через такие системные характеристики, как саморегулирование, равновесие, устойчивость, хаос, бифуркации, аттракторы и др. В рамках <i>эволюционного подхода</i> к исследованию деятельности торговых предприятий происходит поиск баланса рутинных и инновационных процессов в торговых циклах развития торговых систем под воздействием конкурентного отбора. Проведено исследование путей развития отечественного ритейла с учетом особенностей работы российской промышленности и торговли. Торговые организации могут выбрать одну из стратегий: интегрированного развития – создания торговых сетей для получения максимальной прибыли или неинтегрированной торговли, функционирующей при ограниченном ресурсном потенциале
Красюк (Дудакова) И.А. [19]	Маркетинг формирования и развития региональной инфраструктуры розничной торговли на примере городов (теория, методология, практика)	Введены в научный оборот термины « <i>поликредитность торговых сетей</i> » и « <i>пертигентность торговой информации</i> ». Указанные категории позволяют верифицировать территориальное развитие инфраструктуры продуктового ритейла. Современные торговые сети работают на принципах <i>мультиформатности</i> , в основе которой лежит поликредитность, учитывающая уровень социально-экономического развития территории и предлагающая многовариантный сценарий экономического развития. Учет пертигентности, как соотношение объема полезной информации (субъективной оценки покупателя) при покупке товара к общему объему полученной информации, позволяет учитывать потребности широкого круга потенциальных клиентов. При анализе маркетинговых процессов торговых сетей важны не только торговые, но и технологические процессы, представляющие собой важнейший элемент организации торговли. <i>Технологические инновации</i> являются мощным импульсом развития торгового предприятия и повышения его доходности
Крымов С.М. [20]	Формирование стратегии развития торговых предприятий	Предложены <i>методы формирования, стратегические альтернативы планирования</i> производственной деятельности. <i>Формирование реляционных стратегий</i> , стратегических альянсов как инструмента развития торговых предприятий. Расширены взгляды на сферу традиционных методов стратегического планирования. Исследуются альтернативы, связанные с новыми аспектами разработки стратегий: ловкий маневр; новые ориентиры формирования функциональных стратегий; слияние процессов разработки и реализации стратегий; появление творческой компоненты планирования. Особый научно-практический интерес представляет исследование реляционных стратегий с позиции конкретных методик формирования и коррекции системы показателей эффективности



Окончание табл. 3

Профессор школы	Направление исследования	Ключевые элементы и результаты исследования
	Инновационная деятельность предприятий торговли на основе информатизации процессов товарообращения	Методы <i>информатизации процессов товарообращения</i> . Формирование <i>интегрированной информационной системы</i> торгового предприятия. Повышение конкурентоспособности торговых предприятий связывается с информатизацией производственных процессов. Это перспективное направление в настоящее время занимает приоритетное место в деятельности торговых организаций. В центре внимания – информационная модель развития предприятия. Ключевое место отводится принципу версионности, который используется для управления изменениями оргструктур
Переверзева Т.А. [21]	Институциональное регулирование процессов развития торговли	Исследование и разработка теоретических, методологических и практических основ обеспечения функционирования <i>системно-адаптивного</i> институционального <i>регулирования в торговле</i> . Предложены институциональный подход к управлению торговыми сетями и статистико-информационный подход к регулированию конкурентной деятельности торговых сетей. Исследованы стратегии формирования инновационных конкурентных преимуществ торговых систем. Разработана концепция измерения синергетического эффекта от реализации диверсификационных интеграционных процессов в торговле. Предложена методика выбора типа предприятия торговли при критериальном подходе его соответствия повышению качества жизни населения
Яненко М.Б. [22]	Инновационные инструменты маркетинга	Исследование <i>инновационных информационных стратегий</i> развития бизнеса и <i>маркетинговых инноваций в торговле</i> . Продвижение «интернета вещей» – инновационного направления в товарной политике торгового предприятия. Исследование проблем внедрения «индивидуально адаптированного маркетинга» и инновационной трансформации маркетинговой деятельности торговых предприятий. Изучение проблематики управления брендами в торговле

Таким образом, исследования ведущих ученых ВШСТ отражают следующие ключевые аспекты инновационной деятельности в сетевой торговле:

- маркетинговые процессы представляют собой мощный многофункциональный инструмент для активизации инновационной деятельности в розничной торговой сети, позволяющий осуществить инновационную трансформацию маркетинговой деятельности на торговых предприятиях;
- расширение масштабов проведения маркетинговых исследований на основе единого подхода дает возможность получить внешние и внутренние конкурентные преимущества предприятия за счет интеграции результатов маркетинговых исследований и управленческих решений, что особенно актуально для сетевых торговых предприятий, характеризующихся централизацией управления и децентрализованными торговыми и технологическими процессами;
- системно-адаптивное институциональное регулирование процессов на потребитель-

ском рынке является базисом устойчивого развития торговли, предпосылкой эффективного функционирования и возможностью наращивания инновационного потенциала торгового предприятия, в том числе предприятия сетевой розничной торговли;

- стратегическое планирование в торговле, формирование реляционных стратегий, а также стратегических альянсов выступает инструментом развития торговых предприятий, инновационных преобразований в их организационной структуре;

- выбор стратегии интегрированного развития торговой организации предполагает создание розничной торговой сети, позволяющей повысить прибыльность и рентабельность организации, в то же время наличие неинтегрированных торговых организаций связано с ограниченным ресурсным потенциалом и отсутствием возможности получения синергетического эффекта и эффекта масштаба.

Таким образом, внедрение инноваций в торговле, как правило, пришедших из других отраслей экономики, происходит перманент-

но, по мере их появления в сферах информационных и компьютерных технологий, производства холодильной техники, торгово-технологического оборудования, формированием новых подходов в логистике, новых маркетинговых концепций и др. [23]. Результаты внедрения инноваций в торговле особенно наглядно представлены в сетевой торговле, как имеющей более мощный ресурсный потенциал и способной к наиболее быстрой реализации нововведений в торговый и технологический процесс.

*Результаты исследования.*

1. В настоящее время инновационная направленность развития торговли законодательно не регламентируется. Принятая на государственном уровне «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» не затрагивает вопросы инновационного развития торговой отрасли. ГОСТ Р 51303–2013 «Торговля. Термины и определения» не содержит определения категорий «инновации в торговле», «инновационная активность в сетевой торговле», «инновационная активность торгового предприятия», что подтверждает факт нерегламентированности категориального аппарата в данной области. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации (с изменениями на 03.07.2016 г.)» также не определяет понятие «инновации в сфере торговли», не рассматривает индикаторы инновационного развития как отдельных торговых организаций, так и торговой отрасли в целом.

2. Отсутствие официальных позиций по проблемам инновационного развития отрасли является негативным фактором при формировании оценок инновационной активности. Данная экономическая ситуация должна измениться по мере развития новой инновационной экономики [24]. В дополнение к этому можно констатировать, что проведенный в п. 1–3 статьи анализ показал: в настоящее время отсутствует системный подход к анализу сетевого взаимодействия в системе товарного обращения, в том числе к исследованию инновационных процессов в розничной торговле. Это актуализирует необходимость разработки новых комплексных подходов к проблемам инновационного развития сетевой торговли.

3. Предлагаем введение интегральных оценок инновационной активности ( $ИА_{интегр}$ ), обеспечивающих получение комплексных оценок, базирующихся на использовании единой методики при оценках розничных торговых сетей разного уровня – масштаба ведения бизнеса, т. е. глобальных, национальных, региональных, локальных сетей. Подобные оценки должны включать большое число показателей  $ИА_i$ , отражающих степень инновационности различных аспектов ведения торговли. В общем виде инновационная активность розничной торговой сети оценивается как отношение:

$$ИА_i = \mathcal{E}_{до} / \mathcal{E}_{после}, \quad (1)$$

где  $\mathcal{E}_{до}$ ,  $\mathcal{E}_{после}$  – эффективность торговой организации до и после внедрения тех или иных конкретных инноваций.

4. Эффективность розничных сетей во многом определяется уровнем организации торговли. Оптимальным является получение экспертных оценок с позиции традиционных маркетинговых процедур. Собственно, получение иных количественных оценок затруднительно, поскольку рыночной ситуации часто присуща высокая степень неопределенности. Кроме того, на получение оценок одного фактора влияют другие, что существенно затрудняет получение иных оценок, отличных от экспертных. В общем виде эффективность определяется как сумма:

$$\begin{aligned} \mathcal{E} = & \mathcal{E}_{им} + \mathcal{E}_{др} + \mathcal{E}_{пр} + \mathcal{E}_{л\ потр} + \mathcal{E}_{ком} + \\ & + \mathcal{E}_{предст} + \mathcal{E}_{з} + \mathcal{E}_{торг\ проц} + \mathcal{E}_{технол\ проц} + \\ & + \mathcal{E}_{тов} + \mathcal{E}_{местоп} + \mathcal{E}_{продв} + \mathcal{E}_{распр} + \\ & + \mathcal{E}_{ценообраз} + \mathcal{E}_{ср\ чек} + \mathcal{E}_{мерч} + \mathcal{E}_{упр}, \quad (2) \end{aligned}$$

где  $\mathcal{E}_{им}$  – эффективность с позиции формирования имиджа;  $\mathcal{E}_{др}$  – эффективность с позиции охвата рынка;  $\mathcal{E}_{пр}$  – эффективность с позиции величины прибыли;  $\mathcal{E}_{л\ потр}$  – эффективность с позиции лояльности потребителей;  $\mathcal{E}_{ком}$  – эффективность с позиции коммуникаций с основными экономическими агентами предприятия;  $\mathcal{E}_{предст}$  – эффективность с позиции представительства сети на важнейших рынках;  $\mathcal{E}_{зак}$  – эффективность с позиции организации закупок;  $\mathcal{E}_{торг\ проц}$  – эффективность с позиции организации торговых процессов;  $\mathcal{E}_{технол\ проц}$  – эффективность с позиции организации технологических процессов;  $\mathcal{E}_{тов}$  – эффективность с позиции товара, в том числе

вложенность торгового ассортимента локальных (местных) продуктов и товаров российского производства;  $\mathcal{E}_{\text{местоп}}$  – эффективность с позиции местоположения;  $\mathcal{E}_{\text{продв}}$  – эффективность с позиции продвижения товаров;  $\mathcal{E}_{\text{распр}}$  – эффективность с позиции распределения;  $\mathcal{E}_{\text{ценообраз}}$  – эффективность с позиции ценообразования;  $\mathcal{E}_{\text{срчек}}$  – эффективность с позиции величины среднего чека;  $\mathcal{E}_{\text{мерч}}$  – эффективность с позиции мерчандайзинга;  $\mathcal{E}_{\text{упр}}$  – эффективность управления организацией.

Указаны шестнадцать позиций, отражающих, в основном, эффективность торговых сетей. Общее количество может расширено или сокращено, что определяется рыночной ситуацией, значимостью, спецификой анализируемой розничной сети. В зависимости от уровня сети наиболее значимыми становятся те или иные позиции. В частности, для глобальных сетей приоритетны вопросы имиджа, представительства на ключевых рынках, лояльности потребителей, распределения, продвижения. Для национальных сетей приоритетны объем прибыли, доля рынка, организация закупок, распределение, организация торговых и технологических процессов, имидж; для региональных сетей – объем прибыли, доля рынка, мерчандайзинг, ценообразование [25]; для локальных (малых) сетей – местоположение, лояльность потребителей, организация технологических процессов.

В соответствии с этим оправданы взвешенные оценки эффективности, позволяющие снизить роль позиций, слабо влияющих на общую эффективность. В этом случае для определения инновационной активности розничной торговой сети для каждого слагаемого в формуле (2) вместо  $\mathcal{E}_i$  следует оценивать  $k_i \mathcal{E}_i$ , где  $k_i$  – коэффициент веса  $i$ -й эффективности.

$IA_{\text{интерн}}$  розничной торговой сети определяется как сумма  $IA_i$  по всем аспектам инновационной деятельности, взвешенная на

коэффициенты, отражающие значимость данного аспекта. Предложенный подход позволит оценить эффективность как отдельных розничных торговых сетей, так и различных объединений, альянсов торговых организаций.

#### *Выводы.*

1. Анализ инновационных подходов к развитию сетевого взаимодействия в системе товарного обращения показал недостаточную проработку данной проблематики, в частности отсутствует общий подход к инновационным процессам в сетевой торговле.

2. Научные исследования сферы товарного обращения обосновывают необходимость и значимость осуществления инновационной деятельности, что позволяет систематизировать и оценивать современные тенденции, направления и перспективы инновационного развития. В то же время специфика инновационного развития торговой отрасли не рассмотрена.

3. В настоящее время инновационная направленность развития торговли законодательно не регламентируется, отсутствует разработка новых комплексных подходов к проблеме инновационного развития сетевой торговли.

4. Предложенная методика по формированию индикаторов инновационной активности сетевой торговли на основе определения эффективности торговой организации до и после внедрения инноваций позволит оценить эффективность отдельных розничных торговых сетей с учетом их инновационной активности.

Направления дальнейших исследований связаны с продолжением анализа инновационных подходов к развитию сетевого взаимодействия в системе товарного обращения, в частности специфики осуществления инновационных процессов в сетевой торговле.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

[1] Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBI.net.cgi?pl=9400001> (дата обращения: 20.08.2017).

[2] Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: <http://ac.gov.ru/files/attachment/4843.pdf> (дата обращения: 14.06.2017).

[3] Krasnyuk I.A., Bakharev V.V., Medvedeva Y.Y. Sector specific features of innovative development in the Russian economy//SHS Web of Conferences 35, 01052 (2017) DOI: 10.1051/shsconf/20173501052. ICIE-2017.

[4] Krasnyuk I.A., Kirillova T.V., Kozlova N.A. Network technologies as innovative solution in com-

modity circulation//SHS Web of Conferences 35, 01055 (2017) DOI: 10.1051/shsconf/20173501055 .ICIE-2017

[5] **Kiseleva E.M., Artemova E.I., Litvinenko I.L., Kirillova T.V., Tupchienko V.A., Wang Bing.** Implementation of Innovative Management in the Actions of the Business Enterprise // International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. Vol. 15, no. 13. P. 231–242.

[6] **Юдникова Е.С.** Теория и методология обеспечения системной конкурентоспособности торговых предпринимательских структур: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. СПб., 2008. 38 с.

[7] **Карх Д.А.** Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург, 2010. 40 с.

[8] **Храмцова Е.Р.** Теория и методология формирования мезологистических систем региональной розничной торговли: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Самарский государственный экономический университет. Самара, 2011. 43 с.

[9] **Петренко Е.С.** Теоретико-методологическая концепция развития потребительских сетей на региональных рынках: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Институт экономики Уральского отделения РАН. Екатеринбург, 2010. 40 с.

[10] **Смолянова Е.Л.** Гармонизация торговой и промышленной политики на основе развития инновационной деятельности: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Воронежская государственная технологическая академия. Воронеж, 2016. 38 с.

[11] **Гомелько Т.В.** Регулирование продовольственного рынка в условиях инновационного развития (теория, методология, практика): автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского. Брянск, 2011. 48 с.

[12] **Шамина Л.К.** Методология и методы управления адаптацией инновационных процессов на промышленном предприятии: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. Санкт-Петербург, 2012. 36 с.

[13] **Федонин Д.В.** Инновационная модель устойчивого развития розничной торговли на основе рационального ресурсообмена: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. М., 2014. 47 с.

[14] **Кошелева Т.Н.** Управление формированием инновационной среды малого предпринимательства: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Институт проблем региональной экономики Российской академии наук. СПб., 2014. 40 с.

[15] **Фраймович Д.Ю.** Методологические основы диагностики инновационного развития региональных социально-экономических систем: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. СПб., 2016. 40 с.

[16] **Слепак К.Б.** Управление процессом формирования и развития инновационной экономики региона в условиях экономического кризиса: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Институт проблем региональной экономики РАН. СПб., 2016. 34 с.

[17] **Божук С.Г.** Методология и методы интеграции информации маркетинговых исследований: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. СПб., 2005. 38 с.

[18] **Засенко В.Е.** Системно-эволюционный анализ генезиса и современных тенденций развития торговли: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. СПб., 2009. 39 с.

[19] **Дудакова И.А.** Маркетинг формирования и развития региональной инфраструктуры розничной торговли на примере городов (теория, методология, практика): автореф. дис. ... д-ра экон. наук / ГОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)». Ростов-н/Д, 2011. 50 с.

[20] **Крымов С.М., Дудакова И.А.** Актуальные проблемы организации производства, экономики и маркетинга: моногр. Ростов н/Д: Изд. центр ДГТУ, 2011. 140 с.

[21] **Переверзева Т.А.** Теоретико-методологические основы системно-адаптивного институционального регулирования процессов развития торговли: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский торгово-экономический институт. СПб., 2011. 45 с.

[22] **Яненко М.Б., Яненко М.Е.** Инновационные маркетинговые стратегии в условиях формирования информационного общества: моногр. СПб.: Изд-во СПбГТЭИ, 2011. 80 с.

[23] **Krasyuk I.A., Krymov S.M., Medvedeva Y.Y., Chernisheva A.M., Lashko S.I.** Marketing Management in Retail Chains // International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. Vol. 15, no. 12. P. 83–91.

[24] **Shkurkin D.V., Krasyuk I.A., Krymov S.M., Kazantseva I.G., Zakharenko G.N.** Sales Policy and Sales Marketing System // International Journal of

Applied Business and Economic Research. 2017. Vol. 15, no. 12. P. 203–213.

[25] **Капустина И.В., Кириллова Т.В., Пыина О.В., Разживин О.А., Смелов Р.А.** Features of Economic

Costs of Trading Enterprise: Theory and Practice // International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. Vol. 15, no. 11. P. 1–10.

**КРАСЮК Ирина Анатольевна.** E-mail: iri-krasjuk@yandex.ru

**КИРИЛЛОВА Татьяна Викторовна.** E-mail: kirillova\_tan@rambler.ru

*Статья поступила в редакцию 19.04.2018*

## REFERENCES

[1] Federal state statistics service.. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi?pl=9400001>(accessed August 20, 2017).

[2] The strategy of innovative development of the Russian Federation for the period till 2020. URL: <http://ac.gov.ru/files/attachment/4843.pdf> (accessed June 14, 2017).

[3] **A.I. Krasnyuk, V.V. Bakharev, E.Y. Medvedeva,** Branch features of innovative development in the Russian economy//SHS web of conferences 35, 01052 (2017) DOI: 10.1051/shsconf/20173501052. ICIE-2017

[4] **A.I. Krasnyuk, T.V. Kirillova, N.A. Kozlova,** Network technology as an innovative solution to the trade//SHS web of conferences 35, 01055 (2017) DOI: 10.1051/shsconf/20173501055. ICIE-2017

[5] **E.M. Kiseleva, E.I. Artemova, I.L. Litvinenko, T.V. Kirillova, V.A. Tupchienko, Wang Bing,** Implementation of innovation management in enterprise activity. International journal of applied business and economic research, 15 (15) (2017) 231–242.

[6] **E.S. Yudnikova,** Theory and methodology of system support trade structures of competitiveness of business: auto. disk. dock. Cohn. Sciences; St. Petersburg state University of Economics and engineering. St. Petersburg, 2008.

[7] **D.A. Carh,** Economic and social efficiency of retail trade services: autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; Ural state University of Economics, Yekaterinburg, 2010.

[8] **E.R. Khramtsova,** Theory and methodology of formation of grids of regional retail trade systems: the author. disk. dock. Cohn. Sciences; ORVI state University of Economics. Samara, 2011.

[9] **E.S. Petrenko,** Theoretical-methodologic concepts of development of consumer networks at regional grade: automatic. disk. dock. Cohn. Sciences; Institute of Economics of the Ural of the SB RAS. Ekaterinburg, 2010.

[10] **E.L. Smolyan,** The harmonization of trade and the promise of a policy based on the development of innovation: the car. disk. competition of a scientific degree. dock. Cohn. science; warns the state technological Academy. Voronezh. 2016,

[11] **T.V. Gomelko,** Regulation of the food market in the conditions of innovative development (theory, methodology, practice): autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky. Bryansk, 2011.

[12] **L.K. Shamina,** Methodology and methods of management of adaptation of innovative processes at the industrial enterprise: autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; St. Petersburg state engineering and economic University. St. Petersburg, 2012.

[13] **D.V. Fedyunin,** Innovative model of sustainable development of retail trade on the basis of rational resource exchange: auto. disk. dock. Cohn. Sciences; Russian University of Economics. G.V. Plan. Moscow, 2014.

[14] **T.N. Kosheleva,** Management of formation of innovative environment of small business: autoref. dis. Doc. Econ. sciences'. Institute of regional economy problems of the Russian Academy of Sciences. St. Petersburg, 2014.

[15] **D.Yu. Fraymovich,** Methodological bases of diagnostics of innovative development of regional socio-economic systems: autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; St. Petersburg state University of Economics. St. Petersburg, 2016.

[16] **K.B. Slepak,** Management of the process of formation and development of innovative economy of the region in the conditions of economic crisis: autoref. dis. Doc. Econ. Institute of regional Economics of RAS. St. Petersburg, 2016.

[17] **S.G. Bozhuk,** Methodology and methods of marketing research information integration: autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; St. Petersburg state engineering and economic University. St. Petersburg, 2005.

[18] **V.E. Zasenkov,** System-evolutionary analysis of the Genesis and modern tendencies of development of trade: abstract. dis. Doc. Econ. Saint-Petersburg state University of Economics and Finance. St. Petersburg, 2009.

[19] **I.A. Dudakova,** Marketing of formation and development of regional retail trade infrastructure on the example of cities (theory, methodology, practice): autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; GOU VPO «Rostov state University of Economics (RINH)». Rostov-on-don, 2011.

[20] **S.M. Krymov, I.A. Dudakova**, Actual problems of organization of production, economy and marketing: monograph. Rostov n/D: Publishing center DGTU, 2011.

[21] **T.A. Pereverzeva**, Theoretical and methodological foundations of system-adaptive institutional regulation of trade development processes: autoref. dis. Doc. Econ. of Sciences; St. Petersburg trade and economic Institute. St. Petersburg, 2011.

[22] **M.B. Yanenko, M.E. Yanenko**, Innovative marketing strategies in the conditions of information society formation. Monograph. St. Petersburg, Spbtei ed., 2011.

[23] **I.A. Krasjuk, S.M. Krymov, Yu.Yu. Medvedev, A.M. Chernyshev, S.I. Lasko**, Marketing Management

in distribution networks, International journal of applied business and economic research, 15 (12) (2017) 83–91.

[24] **D.V. Shkurkin, I.A. Krasjuk, S.M. Krymov, I.G. Kazantseva, G.N. Zakharenko**, Sales policy and sales marketing system, International journal of applied business and economic research, 15 (12) (2017) 203–213.

[25] **I.V. Kapustina, T.V. Kirillova, O.V. Ilyina, O.A. Razzhivin, P.A. Smelov**, Features of economic costs of a trade enterprise: Theory and practice, International journal of applied business and economic research, 15 (11) (2017) 1–10.

**KRASYUK Irina A.** E-mail: iri-krasjuk@yandex.ru

**KIRILLOVA Tatiana V.** E-mail: kirillova\_tan@rambler.ru