УДК

Cовершенствование информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий

в условиях необходимости импортозамещения

*На основе изучения соответствующих теоретических положений, анализа передового зарубежного и отечественного опыта, предлагаются рекомендации по совершенствованию информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий в условиях необходимости импортозамещения. Отмечено влияние антироссийских западных санкций и ответного продуктового торгового эмбарго на состояние отечественного товарного производства и в целом на развитие социально-экономической сферы.*

|  |
| --- |
| Светлана Николаевна Кошкина  Омский государственный технический университет |

***Аннотация* –** Актуальность исследования определяется тем, что в современных условиях антироссийских западных санкций и ответного продуктового торгового эмбарго возрастает роль информационного обеспечения товароведения и нацеленной на популяризацию импортозамещающих технологий научной журналистики. Цель исследования: на основе изучения соответствующих теоретических положений, анализа передового зарубежного и отечественного опыта, разработать рекомендации по совершенствованию информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий в условиях необходимости импортозамещения.

Задачи: изучить представленные в зарубежной и отечественной научной литературе материалы по выбранной и смежной тематике; оценить существующее к настоящему времени состояние информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий, также провести ряд экономических и социологических исследований и экспериментов и др. Применены методы критического анализа литературы, логического рассуждения, сравнения и сопоставления и др. В докладе представлены некоторые результаты продолжающегося исследования. Сделан ряд выводов, подчёркнута необходимость продолжения исследований в выбранном и смежных направлениях, так как происходящие изменения в российской экономике, обусловленные ответным торговым (продуктовым) эмбарго, потребуют соответствующего ответа со стороны формирующих и реализующих экономическую, социальную, технологическую, промышленную, инновационную и таможенную политику субъектов.

***Ключевые слова –*** информационное обеспечение, товароведение, популяризация технологий, импортозамещение, занятость, научная журналистика

1. **Введение**

**А**

КТУАЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, посвящённого совершенствованию информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий в условиях необходимости импортозамещения определяется следующим. В современных условиях антироссийских западных санкций и ответного продуктового торгового эмбарго возрастает роль информационного обеспечения товароведения и нацеленной на популяризацию импортозамещающих технологий научной журналистики. К тому же, существует трудноразрешимое противоречие – конфликт интересов производителей, а также участников процесса товародвижения с одной стороны, и конечных потребителей с другой, в отношении информированности о показателях качества товаров, условиях их хранения, сроках реализации и проч. Подчеркнём наличие несовершенной конкуренции на национальном, российских региональных и локальных товарных потребительских рынках и отсутствие достаточного товарного предложения отечественных импортозамещающих товаров. Также обратим внимание на недостаток достоверной и обоснованной научно информации о свойствах отечественных товаров, и в особенности – о долгосрочных последствиях для здоровья потребителей.

1. **цЕЛЬ И задачи**

Цель продолжающегося исследования вышеозначенных вопросов: на основе изучения соответствующих теоретических положений, анализа передового зарубежного и отечественного опыта, разработать рекомендации по совершенствованию информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий в условиях необходимости импортозамещения.

Достижение поставленной цели требует решения ряда задач. Прежде всего, следует изучить представленные в зарубежной и отечественной научной литературе материалы по выбранной и смежной тематике; оценить существующее к настоящему времени состояние информационного обеспечения товароведения для популяризации технологий, а также провести ряд экономических и социологических исследований и экспериментов и др. В ходе проведения исследования целесообразно применение методов критического анализа литературы, логического рассуждения, сравнения и сопоставления и др.

1. **Результаты И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ**

Изменение структуры и объёмов импорта оказывает существенное влияние на предложение рынка потребительских товаров [6]. И в условиях необходимости импортозамещения предстоит обосновать научно пути и возможности диверсификации экспортно-импортных внешнеторговых операций по поставке необходимых для нормального функционирования отраслей российской экономики товаров с одной стороны, и для оптимизации удовлетворения текущих и перспективных потребностей населения страны в товарах народного потребления – с другой стороны. Это, в свою очередь, требует совершенствования информационного обеспечения товароведения, а также развития нацеленной на популяризацию импортозамещающих технологий научной журналистики. Отметим, что следует дифференцировать на группы задачи в сегменте товароведения и экспертизы товаров и технологий, предназначенных «для бизнеса» и «для конечных потребителей». К тому же, различная информация требуется организаторам производства товаров, организаторам коммерческой деятельности, осуществляющих товародвижение, а также покупателям (как оптовым, так и розничным – конечным потребителям различных товаров).

Учитывая многообразие: широту и глубину, а также обновляемость ассортимента технологий и товаров на современных мировых, национальных, региональных и локальных товарных ранках, видится сложность и многоплановость задач информационного обеспечения современного российского товароведения. Решение таких непростых задач и требует совершенствования информационного обеспечения в сложившихся условиях необходимости содействия импортозамещению [8]. Ещё одно важное для современной науки и практики направление – это просвещение всех субъектов потребительского рынка (как производителей и коммерсантов, так и различных сегментов потребителей относительно безопасности, сертификации соответствия, показателей качества, источников происхождения и разнообразия фальсификации, а также методов идентификации товаров. Объёмны массивы информации (обширны базы данных), характеризующие основополагающие характеристики товаров, определяющих их потребительную стоимость, а также описывающие факторы обеспечения этих характеристик. Но именно знание все этой информации необходимо организаторам внешнеторговой деятельности, перед которыми стоит задача диверсификации российского экспорта и совершенствования структуры импорта в Российскую Федерацию.

В современном общественном развитии возросла роль информации и её значение в инфраструктурном обеспечении товарного производства и товародвижения в контексте товароведения и экспертизы. Не подлежит сомнению то, сколь велика роль информации в современном обществе, для которого свойственна тотальная информатизация. Информатизация современного общества придает новый статус и самому понятию «информация», и также предъявляет спрос на непрерывное совершенствование информационных технологий и расширению сферы их применения. Выполняя свойственные информации функции разъяснения, осведомления, изложения разнообразных сведений, сами информационные массивы являются объектом хранения, передачи и преобразования. В информационном обществе, особенно в двадцать первом веке, базы данных и собственно систематизированная информация становятся фундаментальными сущностями окружающего нас мира. В понимании исследователей актуальных проблем современного информационного общества информация в качестве передаваемых устным, письменным или каким-либо иным способом одними людьми другим людям сведений, становится одним из основных универсальных свойств материи. К тому же, появляются новые классификационные группировки этого понятия. Например, в зависимости от ситуации, по принципу доступности, потребности, распространения, по разнице в скорости старения и т.д. [7].

Подчеркнём, что накопленные в науке товароведения знания о товарах являются информационным продуктом, который может быть использован различными сегментами потребителей в разных целях. В рыночных условиях в ходе участия в процессе товарно-денежного обмена информационный продукт способе функционировать в качестве (в форме) товара. Такой продукт является объектом купли-продажи, и его создание и совершенствование предполагает последующую куплю-продажу данного товара (информационного продукта). Оценивая востребованность данного продукта различными категориями потенциальных потребителей информации, можно констатировать следующее. В современной российской действительности потребители большинства товаров для домохозяйств и для личного потребления, и в особенности – продуктов питания, проявляют высокую заинтересованность в получении достоверной информации о показателях качества товаров, об их свойствах, условиях хранения и оптимальных (предельных) сроках реализации. Государство (выражающее интересы всего общества), стоящее на страже интересов здоровья населения, должно быть заказчиком и инвестором совершенствования информационного обеспечения товароведения и экспертизы. Давая оценку стоимости достоверной информации о качестве товаров, и в особенности – информации о немедленных и о долгосрочных последствиях употребления (применения) как продовольственных, так и непродовольственных товаров, необходимо выделить следующее. Именно в интересах государства распространение достоверной информации о долгосрочных негативных последствиях употребления ряда продуктов и напитков импортного производства. Следует доводить до сведения отечественных потребителей пагубные для здоровья детей и молодёжи последствия употребления содержащих в больших объёмах сахар и ряд пищевых добавок, а также консервантов газированных напитков, кондитерских изделий и проч. товаров. При этом следует активнее пропагандировать натуральные, органические, традиционные российские товары.

Для этого предстоит объединить усилия специалистов различных отраслей научных знаний: товароведов, маркетологов, исследователей в ряде областей физиологии и медицины, педагогов, психологов и др. Особое внимание следует уделить информированию потребителей о качестве и в целом о различных характеристиках товаров для детей и молодёжи, т.к. именно в этом возрасте и формируются потребительские привычки и потребительские предпочтения. К тому же, именно здоровому питанию детей и молодёжи необходимо уделять особое внимание в интересах заботы о здоровье нации. Обратим особое внимание на то, что наряду с традиционной методологией и методикой товароведения как науки в современных условиях появились новые возможности обращения к видеоресурсам сети Интернет для приобретения знаний о товарах. В дополнение к научным источникам информации о товарах становится возможным почерпнуть наглядную, яркую и образную видеоинформацию по интересующим вопросам из многочисленных и разнообразных по качеству и достоверности видеофильмов, транслируемых по многим каналам стационарного, кабельного телевидения и передаваемых по телевизионным каналам спутникового вещания как на русском, так и на иностранных языках. В сети интернет размещена различная информация о свойствах товаров, о показателях их качества, о технологии их производства, условиях хранения, методах идентификации и фальсификации и проч.

Клиентоориентированность образовательных учреждений предполагает гибкость образовательных программ и их приспособление к запросам потенциальных потребителей [1]. В контексте рассматриваемых вопросов возможно включение в образовательные стандарты и программы учебных курсов вопросов товароведения и экспертизы на различных уровнях образования. Демонстрационные опыты по изучению химического состава и различных свойств товаров можно было бы показывать и в профориентационных целях, рассказывая о важности получения образования в области товароведения и экспертизы. Такие профориентационные беседы возможно проводить как в аудиториях младших и средних классов, так и со старшеклассниками. При этом следует использовать все современные технические средства обучения и активнее использовать не только фото-, но и видеоматериалы, иллюстрирующие процессы проведения экспертизы товаров, а также демонстрирующие технологические процессы производства товаров. Перед нашим обществом и российской экономикой стоит проблема профессиональной ориентации молодёжи на рабочие специальности. И эту проблему в том числе можно решать путём пропаганды информации о технологических процессах производства различных товаров, демонстрации видеосюжетов о производственных и технологических процессах, рекламируя национальные ремёсла и народные традиции производства товаров. Особый акцент необходимо ставить на импортозамещающие, передовые технологии. В итоге это будет способствовать продуктивной занятости в экономике и торговле [2; 3]. Именно в результате популяризации импортозамещающий, передовых технологий, в сложившихся социально-экономических условиях возможно создание новых рабочие места в сфере производства и товародвижения.

Рассмотрим финансовые факторы рассматриваемого совершенствования информационного обеспечения. Признавая ухудшение состояния возможностей финансирования различных проектов, предстоит уделять внимание именно приоритетным с позиций общественной пользы проектам [4; 5]. Сравнивая затраты и ожидаемые результаты, важно учитывать как ожидаемый экономический, так и социальный эффект. Сопоставляя стоимость платной консультации квалифицированного врача, оказывающего услугу по устранению в том числе последствий неправильного питания и приёма оказавших пагубное влияние на здоровье напитков, или ношения имевшей вредную для здоровья конструкцию обуви, или нарушавших крово- и лимфоток чулочно-носочных изделий со стоимостью доступа к информации о свойствах товаров, можно сделать следующий вывод. Экономически целесообразнее инвестировать в профилактику проблем со здоровьем населения, нежели впоследствии затрачивать (зачастую и безрезультатно) значительно большие по объёму средства на лечение. И именно информация о свойствах товаров и об отдалённых последствиях для здоровья потребителей внесёт неоценимый вклад в формирование здоровья нации.

На протяжении ряда столетий философы, экономисты, социологи, философы и представители других направлений научного познания обращались к вопросам рационального использования ограниченных ресурсов, к проблемам качества товаров и их полезности, решали актуальные для своего времени научные и практические задачи производства товаров и товародвижения. Менялись технологические уклады, случались экономические кризисы, шел поиск, раздел и передел рынков сырья и рынков сбыта товаров. Происходившие изменения факторов различного уровня влияния внешних ставили актуальные для конкретного времени и конкретных хозяйствующих субъектов задачи [8]. Со временем встала задача формирования положительного и привлекательного образа науки в обществе, и в особенности – в средствах массовой информации [10]. Наше время ставит перед российской наукой задачу научного обоснования возможностей импортозамещения и популяризации импортозамещающий товаров и технологий.

Совершенствование продвижения российской продукции на внутреннем рынке и содействие её выходу на внешние рынки должно может стать антикризисным компонентом региональной экономической политики [11]. Наряду с государственным уровнем, именно в регионах важно уделить внимание инновационному развитию [9], формированию и реализации нацеленной на импортозамещение финансовой политики [5].

1. **Выводы и заключение**

Представленные в докладе материалы главным образом посвящены постановке проблемы и общим вопросам совершенствования информационного обеспечения товароведения и экспертизы в современных условиях необходимости импортозамещения и способствующей этому популяризации технологий. Актуальным будет продолжение исследований в данном направлении, так как происходящие изменения в российской экономике, прежде всего обусловленные антироссийскими западными санкциями и ответным торговым (продуктовым) эмбарго, потребуют соответствующего ответа со стороны формирующих и реализующих экономическую, социальную, технологическую, промышленную, инновационную и таможенную политику субъектов. Это, в свою очередь, потребует совершенствования информационного обеспечения для принятия соответствующих управленческих решений. К тому же, необходимо изучать и применять передовой зарубежный и отечественный опыт популяризации импортозамещающих технологий, создавать условия для развития научной журналистики, нацеленной на пропаганду конкурентоспособных на мировых рынках отечественных товаров и технологий.

**БЛАГОДАРНОСТИ**

Автор выражает признательность профессорам Томского государственного университета: Бурыхину Б.С., Канову В.И., Неходе Е.В. и Щербинину А.И. за содействие в формировании научных взглядов автора. Особая благодарность – Матвеевой О.П., зав. каф. таможенных операций и таможенного контроля Белгородского университета кооперации, экономики и права, за сотрудничество в научной сфере.

**ССЫЛКИ**

1. Зарипова Е.И. Тьюторское сопровождение самостоятельной работы студентов в экономическом ВУЗЕ // Сибирский торгово-экономический журнал. 2011. № 14. С. 32-41.

2. Кoшкинa С.Н. Зaнятoсть и трудoвaя мoбильнoсть в тoргoвле в периoд рефoрмирoвaния рoссийскoй экoнoмики : мoнoгрaфия / С.Н. Кошкина. – Oмск: Oмский институт (филиaл) РГТЭУ, 2010. 221 с.

3. Кoшкинa С.Н. Зaнятoсть и трудoвaя мoбильнoсть в тoргoвле в сoвременных услoвиях // Вестник Тoмскoгo гoсудaрственнoгo университетa. 2008. Мaй. С. 307-310.

4. Кoшкинa С.Н. Международное движение капитала в условиях санкционной политики западных стран // IV Манякинские чтения: «Проблемы и обеспечение национальной безопасности: прошлое, настоящее и будущее» (70-летию Победы и 70-летию окончания Второй мировой войны посвящается): материалы Междунар. науч.-практ. конф., 2-3 апреля 2015 г. Омск: 2015. С. 33-37.

5. Кошкина С. Н. Значение управления государственными финансами Омской Области в рамках Стратегии – 2020 // Управление современной организацией: опыт, проблемы и перспективы : материалы V междунар. науч.-практ. конф. – Барнаул: АзБука. 2012. Вып. 5. С. 61-64.

6. Матвеева О.П. Влияние импорта на предложение рынка потребительских товаров // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2006. № 2. С. 10–17.

7. Остринская Л.И. Автоматизированные информационные системы и технологии в экономике : учеб. пособие. Омск : Изд-во СибАДИ, 2005. 270 с.

8. Худякова О.Д., Кошкина, С.Н. Новые задачи товароведения в современном российском таможенном деле // Сибирский торгово-экономический журнал. 2014. № 1 (19). С. 116-118.

9. Шабанов И.А. Региональное инновационное развитие на принципах контроллинга, интегрированное в систему управления регионом // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2014. № 3 (17). С. 74-81.

10. Шматко М.В. Образ науки в современных российских средствах массовой информации // Эпистемология и философия науки. 2008. Т. 16. № 2. С. 173-182.

11. Юмаев Е.А. Антикризисный компонент региональной экономической политики: автореф. дис. … канд. экон. наук: 08.00.05 – Экономика и упр. нар. хоз-м (региональная экономика) / С.-Петерб. гос. экономический ун-т. СПб, 2014. 23 с.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ**

Светлана Николаевна Кошкина – доцент, кандидат экономических наук. Научные интересы: инновации и новшества на рынке товаров и услуг, занятость в торговом и таможенном деле и др., e-mail: ksn\_omsk@inbox.ru, Spin-код автора в ScienceIndex (РИНЦ): 5250-9313