

*А. С. Астраханцева, Н. А. Голобоков*

*Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Российская Федерация*

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ**

**Аннотация.** Торговая организация является главным субъектом рынка, осуществляющая товародвижение, результативность которого определяется основной деятельностью торговой организации. Состояние данной отрасли играет важную роль в социально-экономическом развитии региона, является важным фактором эффективности деятельности государственных и негосударственных учреждений.

Данная сфера деятельности в России имеет ряд специфических особенностей, которые отличают ее от других видов деятельности и создают значительные сложности. Основными проблемами отрасли торговли в России являются низкая квалификация сотрудников, слаборазвитая транспортная инфраструктура, сложности с привлечением заемных средств для малых и средних организаций.

В данной статье были рассмотрены особенности и актуальные проблемы отрасли торговли в России, ее специфика и проблемы.

**Ключевые слова:** отрасль торговли, розничная торговля, оптовая торговля, ассортимент, логистика.

*A. S. Astrakhantseva, N. A. Golobokov*

*Irkutsk State Transport University, Irkutsk, the Russian Federation*

## **THE CURRENT STATE OF THE IRKUTSK REGIONAL TRADING INDUSTRY AND ITS SPECIFIC FEATURES**

**Abstract.** Trade organization is a major market subject, carrying out commodity movement, the effectiveness caused by the main activity of the trade organization. The state of this industry plays an important role in the socio-economic development of the region, is an important factor in the effectiveness of state and non-state institutions.

This field of activity in Russia has a number of specific features that distinguish it from other types of activities and create significant difficulties. The main problems of the trade industry in Russia are low qualifications of employees, underdeveloped transport infrastructure, difficulties in attracting borrowed funds for small and medium-sized organizations.

This article discusses the features and current problems of the trade industry in Russia, its specifics and problems.

**Keywords:** trade industry, retail trade, wholesale trade, assortment, logistics.

### **Введение**

Торговля является одним из древнейших видов деятельности человека. Она существовала уже в каменном веке, тогда у человека появился избыток благ и предметы для обмена. В то время была простая форма торговли – бартер. Позднее стали появляться некоторые «заменители» денежных средств: жемчужины, камни, шкуры зверей и другие предметы. Появились лица, которые стали приобретать товары не для потребления, а для дальнейшей перепродажи — купцы или торговые посредники, а обмен товаров постепенно обособился в самостоятельную сферу деятельности, «...в которой купля-продажа товаров осуществляется с помощью денег и торгового посредника, связывающего производителя и потребителя, попеременно выступая покупателем и продавцом» [1]. Одни из первых бизнесменов появляются на Древнем Востоке примерно в 3 веке до н.э., в то время стали устанавливаться внешние торговые связи между различными государствами. Торговля как сфера деятельности формируется наряду с разделением труда, люди дифференцировались по роду занятий, формировались купечество и купеческие сословия. Объекты торговли варьировались от рабов до предметов роскоши. Профессиональные торговцы появляются во 2-м тысячелетии до нашей эры. Торговля—это цель великих географических открытий и путешествий. Благодаря этому люди накапливали богатства и происходила эволюция общества, которая привела мир к его нынешнему состоянию. В настоящее время значение

торговли не теряет своей актуальности, поскольку ежедневно абсолютное количество людей на Земле удовлетворяют различные потребности. Торговля, в свою очередь, способствует удовлетворению потребностей людей.

Круг потребностей каждого человека и общества в целом постоянно расширяется, а сами потребности становятся не только более многообразными, но и более совершенными. Сейчас, например, никому не нужны галоши или кареты, зато появились потребности в персональных компьютерах и услугах авиакомпаний.

Потребности каждого человека практически безграничны [2]. Это вполне естественно, так как каждый из нас предпочитает употреблять вновь появляющиеся наиболее высококачественные и экологически чистые пищевые продукты, носить удобную одежду, соответствующую новой моде, посещать концерты «звезд» эстрады и совершать туристические вояжи в комфортабельных условиях и т. д. Однако подавляющее большинство людей, а возможно, и все люди без исключения, не в состоянии полностью удовлетворить свои потребности.

При обслуживании населения выполняется основная роль торговли - изучение его запросов и потребности в товарах. Эта тесная связь позволяет торговле оказывать активное воздействие на производство. Торговля добивается от производства увеличения выпуска, пользующихся спросом у покупателей товаров, расширения их ассортимента и повышения качества. Созданные в промышленности и сельском хозяйстве товары торговля доводит до населения. Полученные от продажи товаров денежные суммы облагаются налогом в пользу государства.

### **Особенности торговли как отрасли народного хозяйства**

Торговля – это «совокупность последовательно выполняемых торгово-сбытовых и организационно-управленческих операций, которые осуществляются в процессе купли – продажи товаров и оказания торговых услуг с целью получения прибыли» [3]. Хорошо известно, что коммерческая деятельность торговых предприятий направлена на организацию действий покупки и продажи товаров и услуг с целью получения прибыли и удовлетворения спроса потребителей. У торговли как у вида деятельности есть свои уникальные особенности. В торговле, в отличие от других отраслей, товарно-материальные ценности в цикле «товар – деньги – товар», вероятно, изменяются меньше всего. Возможные изменения включают фасовку или, например, предпродажную подготовку. Далее следует сказать, что существует два вида торговли - оптовая и розничная. «Оптовая торговля реализацию товаров для последующей перепродажи или производственного потребления. Розничная торговля осуществляет продажу товаров конечному потребителю» [4].

Рассмотрим некоторые отраслевые особенности торговых предприятий.

Первый признак торговой организации – это своеобразная двойственность выполняемых им функций.

Торговля в сущности представляет собой процесс выполнения двух главных функций:

- торговля как форма товарного обмена, изменяющая форму стоимости;
- отраслевая экономическая привязанность производства товаров для потребителей.

Во многих случаях эти функции выполняются вместе и реализуются через организацию торговли, поэтому они очень тесно связаны между собой. Поэтому, первичная функция торговли является непроизводственной. Ее выполнение в торговых организациях связано с процессами непосредственной передачи права собственности на товар, и включает проведение кассовых операций, учетных и других подобных операций без увеличения стоимости товара. Следующая функция имеет производительное начало и представляет собой в сущности продолжение процесса производства товаров, в том числе в области торговой отрасли. «Технологические процессы связаны с движением товара как потребительской стоимости и являются продолжением процесса деятельности в сфере обращения (транспортирование, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка и другие). Они представляют собой единство 3 элементов – живого труда, средств труда и предметов труда»

[5]. Для того, чтобы выполнить сформулированную задачу, предприятия торговли последовательно решают следующие задачи:

- транспортировка и физическое перемещение грузов (товаров);
- хранение товаров в складских помещениях как для непосредственного хранения, так и для реализации сопутствующих функций, например, таких как фасовка, нарезка, раскрой и др.

Необходимо отметить, что экономическая ценность обозначенных манипуляций заключается в том, что они существенно увеличивают конечную стоимость товара, участвуя в процессе формирования прибыли.

В процессе воспроизводства торговля занимает промежуточное положение между производством и потреблением, находится между производством и потреблением, и этот сектор экономики, с одной стороны, влияет на производство и потребление, а с другой – подвержен влиянию потребления.

С практической точки зрения это означает, что торговым предприятиям приходится адаптироваться к изменениям в рыночном предложении и гибко реагировать на колебания конъюнктуры рынка в части спроса на товары, одновременно влияя как на процесс постоянного совершенствования ассортиментной политики, так и на покупательский спрос.

Подытожив, вторая важная отличительная особенность торговых фирм заключается в зависимости и значительном взаимном влиянии, которое существует между торговыми фирмами и производителями, а также между торговыми фирмами и конечными потребителями.

Третья особенность может быть охарактеризована как фактор «территории». Физическое расположение торговой точки (магазина) имеет первостепенное значение для торговли, в особенности для торговли розничного типа. Магазин, располагающийся в достаточно людном, популярном у потребителей месте способен приносить существенно большую прибыль, нежели другие подобные магазины, по причине сугубо своего удачного с коммерческой точки зрения местоположения.

Возможности расположения торговых точек в популярных у потребителей местах по понятным причинам ограничены физическими границами такого рода мест. По этой причине, все без исключения аспекты, касающиеся процесса организации деятельности торговых точек, имеют чрезвычайно важное значение, обуславливающее дальнейшую экономическую эффективность деятельности.

Особое внимание необходимо уделить налаживанию сотрудничества с местными властями, установлению дружеских отношений с арендодателями при аренде торговых площадей, выделению новых торговых площадей и надзору за строительством новых торговых центров и рынков. Кроме того, розничные сети, а также оптовые и розничные торговцы, имеющие административные офисы, склады и магазины в разных географических районах, обычно сталкиваются с проблемой разделения торговых площадей. Риски включают потенциальную потерю контроля над процессами снабжения и продаж, повышенный риск при транспортировке, а также кражи товаров на складах, в транспорте и магазинах.

Сезонность продаж делает управление закупками и продажами более сложным процессом, сопряженным с дополнительными бизнес-рисками. Иногда закупка большого количества сезонных товаров сверх фактических потребностей может задержать продажи почти на год до следующего сезона. Многие предприниматели в сфере торговли знают об этом, но желание сократить расходы на закупки и оптимизировать складские расходы может, тем не менее, перевесить риск снижения ликвидности.

В случае закупки скоропортящихся товаров ситуация становится особенно сложной из-за возможности порчи, боя и других причин, ведущих к потере товарного вида объектов продажи. Также значимыми являются факторы риска, связанные с погодными условиями, финансовыми потерями из-за бесхозяйственности и кадровыми проблемами: угроза необходимости содержать большое количество персонала нежели требуется, вынужденного простаивать в периоды низкой загруженности или нанимать дополнительный персонал в периоды высокой загруженности.

## Особенности торговли как отрасли народного хозяйства

Рассмотрим сильные и слабые стороны отраслевой специфики торговли, а также ключевые проблемы данной отрасли (см. таблицу 1).

Таблица 1

### Сильные и слабые стороны торговой отрасли

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"><li>– быстрая, в сравнении с другими отраслями, приспособляемость в изменяющемся спросе на рынке;</li><li>– внедрение инновационных технологий в короткие сроки;</li><li>– эффективное распределение ресурсов</li><li>– низкие входные барьеры.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– проблемы материально-ресурсного обеспечения;</li><li>– трудности с заимствованием средств у банков;</li><li>– низкая квалификация персонала;</li><li>– жесткая конкуренция.</li></ul>

В качестве сильных сторон предприятий, оперирующих в области торговли можно выделить следующее:

Прежде всего мобильность данного вида бизнеса. Как известно, подавляющее большинство такого рода предприятий имеют организационно-правовые формы, относящиеся к сегменту малого бизнеса. Данные предприятия значительно быстрее других реагируют на темпы всё более ускоряющихся изменений конъюнктуры рынка, легче проникают в незаполненные ниши, эффективно реагируют на потребности потребителей.

В том числе, посредством экономии на масштабах поставок и снижения издержек и накладных расходов, торговые предприятия являются наиболее конкурентоспособными. Кроме того, обозначенные предприятия действительно способны к практически мгновенным изменениям и высокой степени адаптивности. Ведя непрерывную борьбу за укрепление конкурентоспособности, руководители предприятий торговли вынуждены постоянно развиваться, быстро откликаться на трансформацию рыночной конъюнктуры, стремиться к улучшениям, чтобы преуспевать.

Безусловной сильной стороной торговли является факт, заключающийся в возможности начала такого рода деятельности с относительно небольшими капитальными затратами, по сравнению с предприятиями, функционирующими в других отраслях народного хозяйства.

Однако, не взирая на сформулированные сильные стороны имеет смысл упомянуть и ряд существующих отраслевых проблем. Одной из самых больших проблем для торговых фирм является неизбежная потеря материалов и товаров. Это особенно актуально для сектора розничной торговли. Потери могут происходить по разным причинам:

- естественные потери;
- порча;
- брак;
- кражи и др.

К сожалению, одной из наиболее распространенных проблем коммерческой деятельности торговых организаций является проблема недостаточной прибыли от продажи реализуемой продукции. Это связано со множеством причин. Среди которых можно выделить следующие:

- высокая степень конкуренции на рынке сбыта товаров;
- проблемы, связанные с управлением различными видами ресурсов, в том числе финансовыми и трудовыми;
- недостаточность инвестиций в процесс применения цифровых технологий, обеспечивающих поддержку логистических решений;
- территориальные особенности отечественных рынков и их конъюнктуры;
- появление более крупных конкурентов, в частности развитие розничных торговых сетей и др.

Для системного и устойчивого повышения экономической эффективности деятельности и увеличения объема прибыли торговых фирм нужно проводить различные мероприятия, для достижения поставленных в этой связи целей и задач. Одним из наиболее значимых аспектов такого рода является стимулирование продаж.

Ключевая проблема всех без исключения предприятий данного сектора экономики является нехватка компетентного персонала, из-за того, что в данное время многие компании вынуждены нанимать сотрудников без соответствующей профессиональной подготовки. В связи с чем, не достаточно опытные сотрудники сталкиваются с рядом задач, решение которых представляет для них сложности, напрямую влияющие на финансовые результаты организации.

Существуют также проблемы, связанные с недостаточным развитием инфраструктуры. Говоря об инфраструктурных проблемах стоит отметить, что значительное количество специалистов с трудом могут четко описать рамки и ограничения данного понятия. Иными словами, само понятие употребляется с завидной частотой, однако едва ли однозначно понятно, о чем именно идет речь в том или ином контексте.

Необходимо отметить, что инфраструктура торговли чрезвычайно сложна, и эта сложность, прежде всего, связана с сопряжением инфраструктуры торговли с другими инфраструктурными видами, такими как инфраструктура транспорта, связи, энергетического сектора и т.д. В инфраструктуру здесь входит не только базовая инфраструктура (дороги, порты, склады, торговые объекты и электросети), но и сервисная инфраструктура, в которую входит Инфраструктура здесь включает не только базовую инфраструктуру, такую как дороги, порты, склады, торговые объекты и электросети, но и сервисную инфраструктуру торгового сектора, которая включает в себя наличие достаточного количества высокоразвитых логистических компаний, дистрибьюторов и оптовых компаний, органов сертификации и лицензирования, компаний-представителей рекламного рынка, а также образовательных учреждений. Проблемы инфраструктурного характера сферы услуг включают слабые экономические связи между производителями и торговыми организациями, недостаточно эффективное сотрудничество между контрагентами, а также наличие многочисленных посредников между мелкими производителями и мелкими торговыми организациями.

По-прежнему актуальной остается проблема отсутствия не только железнодорожного полотна, но и автомобильных дорог во многих отечественных населенных пунктах и, тем более, отсутствие дорожного сообщения между некоторыми районами. Такая ситуация делает невозможной своевременную доставку достаточного количества товаров коммерческими торговыми предприятиями, в том числе малыми, во многие районы, что нарушает процесс эффективного межрегионального товарообмена.

### **Отрасль торговля в Иркутской области и в Иркутске**

Отрасль торговли занимает одно из ключевых мест в экономике Иркутской области. По данным официального портала Иркутской области доля торговли в валовом региональном продукте составляет 8,1% [6]. Торговая отрасль формирует порядка 5,0% налоговых платежей, поступающих в консолидированный бюджет Российской Федерации, предоставляет рабочие места для большого числа населения, по статистике 20,0% людей от общего числа занятых в экономике региона приходится на торговую отрасль.

Проанализировав данные государственной статистики за начало 2023 г., мы видим, что в Иркутской области порядка 11,3 тысяч фирм осуществляли деятельность, связанную с оптовой и розничной торговлей. Число занятых в данной сфере народного хозяйства составило порядка 74,8 тысяч человек. По данным этого же года на территории Иркутской области торговую деятельность осуществляли 5 розничных рынков, из них 2 универсальных и 3 специализированных, а также более 250 постоянных ярмарочных площадок.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области на 1 января 2022 года товарооборот розничной торговли в Иркутской области за 2022 год составил 530339,6 миллиона рублей [7]. Доля крупных сетевых магазинов в обороте розничной торговли составила 30 %.

На рисунке 1 представлена динамика товарооборота по месяцам за 2022 год.



Рис. 1. Динамика товарооборота розничной торговли в Иркутской области 2022 г.

На рисунке 2 видно структуру товарооборота розничной торговли Иркутской области: на протяжении 2022 года больше половины от общего объема сбыта составили продовольственные товары (50,5%).

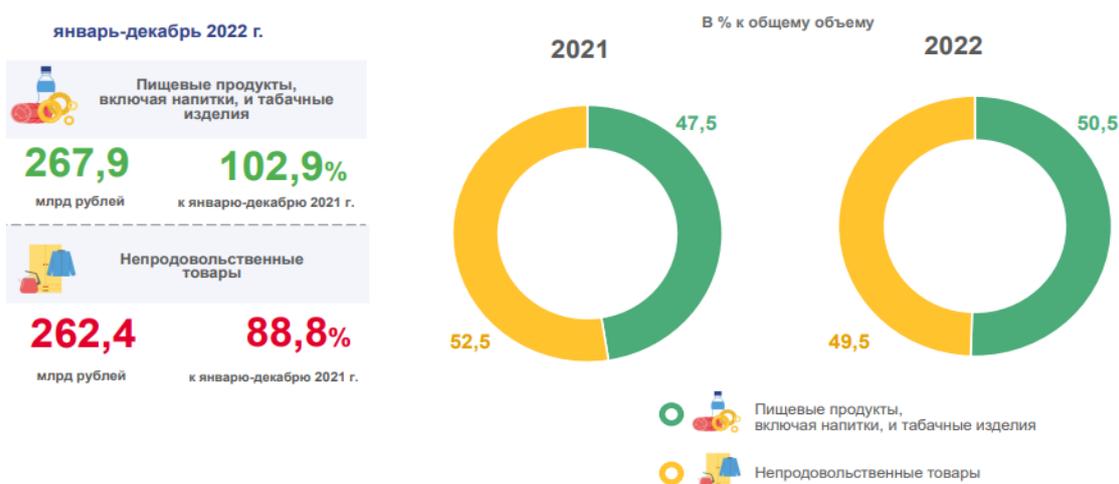


Рис. 2. Структура оборота розничной торговли по группам товаров

Товарооборот оптовой торговли Иркутской области за 2022 год составил 925874,0 миллиона рублей. На рисунке 3 представлена динамика товарооборота по месяцам за 2022 год.



Рис. 3. Динамика товарооборота оптовой торговли 2022 г.

В Иркутской области наиболее крупными торговыми центрами являются такие города, как Иркутск, Братск и Ангарск. Примерно 65% всего товарооборота всей области приходится на эти вышеуказанные города.

Регулирование торговли как вида деятельности в Иркутской области осуществляет служба потребительского рынка и лицензирования Иркутской области.

Следует рассмотреть состав и структуру торговой отрасли в городе Иркутске более подробно.

Всего в городе Иркутске зарегистрировано чуть более 26 тысяч юридических лиц [8], из них примерно 7416 заняты в торговой отрасли: 4759 – оптовая торговля, 1780 – розничная торговля, 877 – торговля автотранспортом и мотоциклами.

На рисунке 4 можно видеть актуальную структуру юридических лиц по видам деятельности: розничная торговля – 13%, оптовая торговля 34,8%.

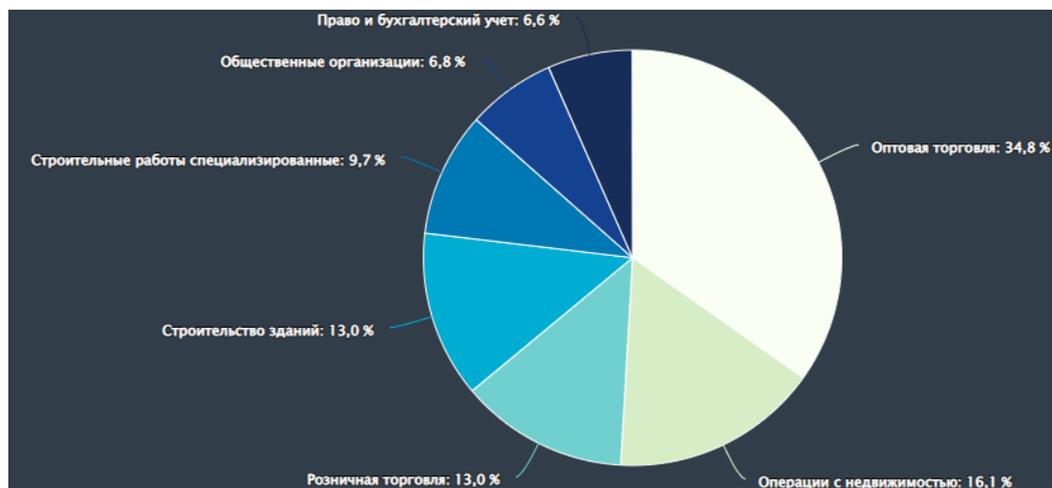
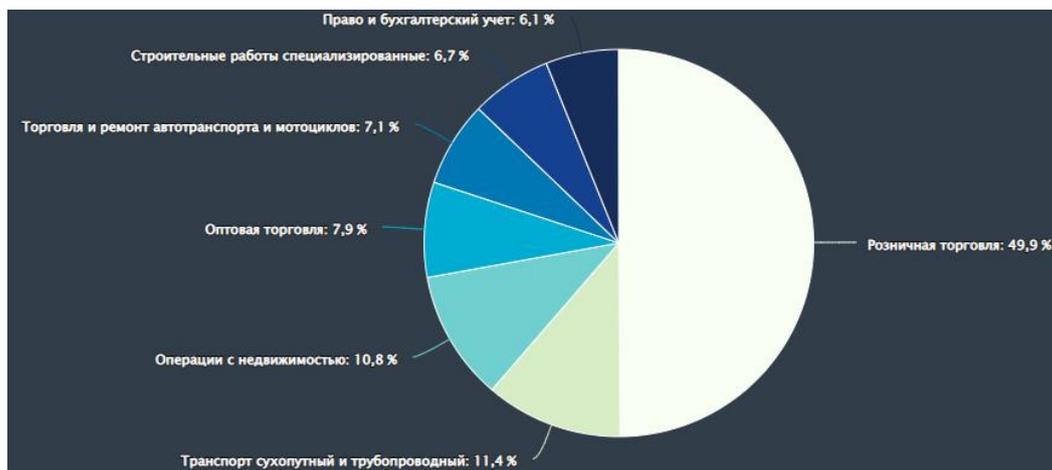


Рис. 4. Структура юридических лиц по отраслям в Иркутской области 2021 г.

В качестве индивидуальных предпринимателей в городе Иркутске по данным за 2021 год было 17625, из них 7,9% занимаются оптовой торговлей, 49,9% розничной. На рисунке 5 представлена структура индивидуальных предпринимателей по видам деятельности в городе Иркутске.



**Рис. 5. Структура индивидуальных предпринимателей, занятых по отраслям в Иркутской области 2021 г.**

Большая часть организаций – это микропредприятия, их доля более 87%. Далее рассмотрим наиболее крупных представителей отрасли «торговля» в Иркутске.

В Иркутске большое количество филиалов крупных федеральных торговых сетей: магазины бытовой техники – «DNS», «М.Видео», «Эльдорадо». «Лента» и «Metro», гипермаркет по продаже строительных материалов и товаров для дома «Леруа Мерлен. Магазины по продаже автотоваров: «Етех», «Автотрейд». Крупнейший продавец спортивной одежды – «Спортмастер». Также стоит упомянуть крупнейших оптовых представителей: «Сервико», «КанцЛидер», «Сибэлком». Крупны продавец строительной техники – «Тимбермаш Байкал». Крупные продавцы фармацевтической продукции: «Фармэконом», «Аптека от склада»

В Иркутске в розничной сети продают товары 13 крупных местных сетей. В прошлом году их было 11 компаний. Это связано с появлением на иркутском рынке сети дискаунтеров "Экономия" и сети недорогих супермаркетов "Находка". Группа компаний "Янта", ЗАО "Иркутский хлебокомбинат", ОАО "Белореченское", СХПК "Усольский свинокомплекс", АО "Железнодорожник и другие местные производители также развивают фирменные торговые сети. Всего 11 фирменных сетей, включающих 422 магазина, павильона и торговых мест на розничных рынках, торговых центрах и передвижных ярмарках.

### **Заключение**

В заключении стоит отметить, что торговля - это одна из самых важных отраслей народного хозяйства, которая значительно влияет на экономическое развитие региона. В Иркутске, где находится множество торговых предприятий, торговля имеет огромное значение.

Во-первых, торговля является ключевым элементом экономической системы. Без торговли невозможно обеспечить потребность в товарах и услугах населения. В Иркутске торговля развивается в различных секторах, таких как розничная торговля, оптовая торговля, сфера услуг и многие другие. Торговля создает множество рабочих мест, что способствует увеличению доходов жителей региона и, соответственно, улучшению их жизненных условий.

Во-вторых, торговля является основным источником доходов для государства. В Иркутске налоги, получаемые от торговых предприятий, составляют значительную долю в бюджете региона. Благодаря этому государство имеет возможность инвестировать в различные проекты, которые способствуют развитию экономики и социальной сферы региона.

Несмотря на значительную долю торговли в народном хозяйстве Иркутской области, потенциал для роста этой отрасли не вызывает сомнений. Технологический прогресс и развитие Интернет-технологий открывают новые возможности для развития электронной коммерции и онлайн-торговли, что может существенно увеличить объемы продаж и доходы торговых предприятий.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Брагин Л. А. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития; Федеральное агентство по образованию, гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Российская экономическая акад. им. Г. В. Плеханова" (ГОУ ВПО "РЭА им. Г. В. Плеханова") / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, И. Б.т Стукалова. - Москва: РЭА, 2009. – 236 с.
2. Камаев В. Д. Экономическая теория: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. В.Д. Камаева. — 8-е изд., перераб. и доп. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. – 640 с.
3. Жулидов С. И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. — 350 с.
4. Магомедов А. М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 266 с.
5. Бакальская Е. В., Смоловщикова Н. В. Основы организации коммерческой деятельности предприятий торговли: Учебное пособие для студентов специальности 08.05.02. – Экономика и управление на предприятиях торговли и общественного питания. ГОУ ВПО Ульяновск: УлГУ. Институт экономики и бизнеса, 2011. – 46 с.
6. Портал Иркутской области. Официальный сайт. – URL: <https://irkobl.ru/> (дата обращения: 20.03.2023).
7. Компании Иркутской области. Информационная группа «Интерфакс». Официальный сайт. – URL: <https://spark-interfax.ru/> (дата обращения: 01.04.2023).
8. Федеральной службы статистики по Иркутской области. Официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 14.03.2023).

## REFERENCES

1. Bragin L. A., Ivanov G. G., Stukalova I. B. Retail trade: current trends and development prospects; Federal Agency for Education, State. educational institution of higher education prof. education "Russian Economic Academician named after G.V. Plekhanov" (GOU VPO "REA named after G.V. Plekhanov"). - Moscow: REA, 2009. - 236 p.
2. Kamaev V.D. Economic theory: Proc. for stud. higher textbook institutions / Ed. V.D. Kamaev. - 8th ed., revised. and additional - M.: Humanit. ed. Center VLADOS, 2002. - 640 p.
3. Zhulidov S.I. Organization of trade: textbook / S.I. Zhulidov. - 2nd ed., revised. and additional - Moscow: FORUM: INFRA-M, 2023. - 350 p.
4. Magomedov A. M. Economics of trade organizations: a textbook for universities / A. M. Magomedov. - 2nd ed., revised. and additional - Moscow: Yurayt Publishing House, 2021. - 266 p.
5. Bakalskaya E. V., Smolovshchikova N. V. Fundamentals of the organization of commercial activities of trade enterprises: A manual for students of the specialty 08.05.02. – Economics and management in trade and public catering enterprises. GOU VPO Ulyanovsk: UIGU. Institute of Economics and Business, 2011. - 46p.
6. Portal of the Irkutsk region. Official site. – URL: <https://irkobl.ru/> (accessed 20.03.2023).
7. Companies of the Irkutsk region. Information group "Interfax". Official site. – URL: <https://spark-interfax.ru/> (date of access: 04/01/2023).
8. Federal Statistical Service for the Irkutsk region. Official site. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (date of access: 14/03/2023).

### Информация об авторах

*Астраханцева Арина Сергеевна* – к.э.н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: [arina.personal@gmail.com](mailto:arina.personal@gmail.com)

*Голобоков Никита Андреевич* – студент 4 курса, специальность – «Логистика и управление цепями поставок, Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: [golobokov.1980@mail.ru](mailto:golobokov.1980@mail.ru)

### **Information about the authors**

*Astrakhantseva Arina Sergeevna* – Candidate of Economic Sciences, Associate professor, Department of Financial and Strategic Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: arina.personal@gmail.com

*Golobokov Nikita Andreevich* – 4th year student, specialty – Logistics and Supply Chain Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, e-mail: golobokov.1980@mail.ru