

На основе вдумчивого подхода (рецензия на монографию)

Брагин Л.А., Г.Г. Иванов Г.Г., Орлов С.Л. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики: монография / Под общ. ред. д.э.н., проф. Орлова С.Л. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2014. – 192 с.

В прошедшем году исполнилось двадцать пять лет с начала экономических реформ на просторах бывшего СССР. Понятно, что этот отсчёт достаточно условный, хотя и есть некая отправная точка отсчёта – законодательное закрепление за государственными предприятиями и вхождение в деловой оборот права свободно распоряжаться имеющимися в их распоряжении ресурсами и одновременное начало массового кооперативного движения. Именно в этот период появляются первые частные структуры на потребительском рынке и в финансовом секторе, а также в сфере производства. Однако в последующем «кавалерийская» атака в экономике потерпела крах, и потребовалось время для осознания всей глубины системных реформ в такой стране, как Россия. В настоящее время наука и практика свидетельствуют о необходимости объединить в единую цепь исследования вопросов чисто рыночной специализации – конкурентоспособности предприятий – и современной социальной составляющей основных бизнес-процессов.

В этой связи рассматриваемая с несомненным интересом и, по существу, в очередной раз рецензируемая монография авторского коллектива выполнена на актуальную тему, имеющую весьма серьёзный теоретический и практический интерес для современного потребительского рынка и, в целом, социальной политики. Знание и применение на практике целевых установок современной торговли, с точки зрения бизнес-процессов, связано не только с укреплением конкурентных позиций на потребительском рынке, но и с участием в решении ряда неотложных социальных задач для населения. От них в значительной степени зависит и благополучие указанных отраслей, и своевременное продвижение товаров и качественных услуг вглубь страны.

Поэтому следует подчеркнуть, что авторский коллектив, рассматривая интересную в научном и практическом плане тематику, сумел со знанием дела представить основные проблемы торговой отрасли в различных аспектах, которые будут доступны практически всем желающим. Немаловажное значение, как уже упоминалось, приобретает предлагаемое научное издание с учётом сложившихся реалий в современной экономике и социальной сфере, когда без участия бизнеса не обеспечить благополучие различных слоёв общества. Стоит лишь обратить внимание на актуальность названия отдельных глав, причём многие из тематических разделов рассмотрены впервые или имеют нестандартный ракурс исследований.

Хотелось бы особо подчеркнуть, что вышедшая недавно в свет новая книга по своей структуре и содержанию в полной степени соответствует заявленной тематике и оформлению в качестве научного издания. Рецензируемая коллективная монография состоит из предисловия, восьми глав, заключения и исчерпывающего списка литературы, иллюстрирована множеством таблиц и рисунков, т.е. выполнена в классическом стиле и в полной мере соответствует работам научной тематики. Причём содержание отдельных разделов, бесспорно, найдёт особый интерес у молодых учёных и практикующих специалистов торговой отрасли. Так, следует обратить внимание на разделы «Потребительский рынок и вопросы социальной политики», «Франчайзинг – перспективная форма организации конкурентоспособных предприятий на потребительском рынке», «Параметр социальных требований как необходимое условие развития торговых предприятий в современной экономике» и некоторые другие.

Однако, несмотря на весьма положительное впечатление от прочитанного издания, на наш взгляд, следует обратить внимание на некоторое отклонение от общей логической цепи, принятой согласно заявленному названию научного издания. Речь не идёт о каком-то существенном отступлении, а лишь о чрезмерном перенасыщении работы. Так, авторы, преследуя основную цель и неплохо раскрывая её, как бы добавляют новые разделы, бесспорно, интересные, но скорее всего не усиливающие смысловую составляющую научного издания. К ним, в частности, можно отнести «Сокращение товарных потерь...», «Современный потенциал электронной коммерции...» и некоторые другие.

Тем не менее следует отметить, что вопросы социальной политики и формирования отечественного потребительского рынка, крайне редко рассматриваемые в структуре научного издания, в настоящей монографии получили достойное исследование **на основе вдумчивого подхода**. Думается, авторы не остановятся на достигнутом и продолжат исследования актуальных проблем современной торговли и сферы услуг с пользой для нового поколения теоретиков и практиков потребительского рынка.

Родыгина Н.Ю.
Доктор экономических наук,
профессор кафедры торговой политики
Российского экономического
университета им. Г.В. Плеханова