

Е. В. Чернышева, И. С. Неганова, А. В. Чирков

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ МЕГАПОЛИСА

Целью данной статьи является определение основных тенденций развития рынка продовольственных товаров и разработка мероприятий по совершенствованию производства и сбыта продукции предприятий пищевой промышленности г. Екатеринбурга.

В статье представлен анализ развития рынка продовольственных товаров г. Екатеринбурга, рассмотрены экономические показатели деятельности мероприятия по оптимизации товарного ассортимента предприятий пищевой промышленности за 2004–2010 гг. В исследуемый период отмечено перевыполнение плана по выпуску биопродукции, обогащенной микронутриентами, витаминами, в т. ч. для детских и дошкольных учреждений, для людей с различными заболеваниями. Дана оценка итогов работы по улучшению качества пищевых продуктов на потребительском рынке города, техническому перевооружению предприятий пищевой промышленности.

Выявлены основные проблемы развития рынка продовольственных товаров мегаполиса. На основании результатов проведенного исследования предложены направления дальнейшего развития отрасли.

Ключевые слова: пищевая промышленность, рынок продовольственных товаров, мегаполис

Будущее российской экономики во многом связано с ее переходом на инновационный путь развития и повышением конкурентоспособности производимых товаров и услуг. Это особенно важно для старопромышленных регионов, где промышленность выступает основой хозяйственного роста.

Екатеринбург — стратегически важный город России, обеспечивающий связь между европейской и азиатской частями страны, транспортно-логистический узел на Транссибирской магистрали, крупный промышленный, торговый, финансовый, туристический центр. На его территории развивается опико-механическая промышленность, приборостроение и тяжелое машиностроение, металлургия, полиграфическая промышленность, военно-промышленный комплекс. В тесном взаимодействии с ними развивается комплекс по производству продуктов питания, потребительских товаров и услуг [1, 5].

Целью этой статьи является определение основных тенденций развития рынка продовольственных товаров и разработка мероприятий по совершенствованию производства и сбыта продукции предприятий пищевой промышленности г. Екатеринбурга [3, 4].

Пищевая индустрия — одна из значимых отраслей промышленности Екатеринбурга. Промышленная переработка сельскохозяйственного сырья возникла здесь в последней четверти XVIII в.: салотопенные заводы, маслобойные, солодовенные производства. В XIX в. особо выделялись пиво- и медоваренные, мясные, колбасные, хлебопекарные, винокуренные, водочные, дрожжеваренные и — особенно — мукомольные производства. К 1923 г. в Екатеринбурге насчитывалось 44 предприятия пищевой промышленности, на которых было занято 633 человека, что составляло 7,3 % от общего числа занятых, третье место после горнозаводской и легкой промышленности. В 30-е гг. XX в. развитие пищевой промышленности подчинялось задаче обеспечения населения быстрорастущего города продовольственными товарами. В этот период были построены крупный хлебозавод-автомат, молочный комбинат, кондитерско-макаронная фабрика и мясокомбинат. Объем производства в отрасли составлял 25% всей валовой промышленной продукции города. В послевоенные годы большое внимание уделялось реконструкции

предприятий с целью обеспечения потребности в продуктах питания за счет собственного производства. В конце 1990-х гг. пищевая промышленность оказалась в городе практически единственной, удерживающей стабильный уровень производства. Доля 15 предприятий отрасли в общем объеме произведенной продукции в 1999 г. составляла 39,3%. Доля занятых на предприятиях промышленности в 1999 г. составляла около 14% от всех занятых в промышленности города.

На сегодняшний день пищевая индустрия является одной из профильных отраслей промышленности города Екатеринбурга. Пищевые предприятия занимают существенную долю в городском хозяйстве, обеспечивают около 12 тыс. рабочих мест, являются крупными налогоплательщиками [2, 6].

Данная отрасль представлена 17 крупными и 78 малыми предприятиями. Размещение данных предприятий по территории Екатеринбурга в динамике с 2004 по 2010 гг. представлено в таблице 1. Продукция местных производителей известна не только в пределах города и области. География рынков сбыта продукции екатеринбургских производителей представлена в таблице 2.

Объем отгруженных товаров собственного производства по предприятиям пищевых продуктов, включая напитки, по сфере предприятий пищевой промышленности, с учетом малых производств по выпуску продуктов в действующих ценах увеличился в исследуемый период на 70% (рис. 1). Рост объема отгруженных товаров собственного производства по предприятиям пищевых продуктов, включая напитки, по кругу крупных и средних предприятий в действующих ценах составил 198,6% (рис. 2).

Кроме того, в течение 2004–2010 гг. практически все пищевые предприятия города начали выпускать новые виды продукции и расширили свой ассортимент (рис. 3). Мероприятия по оптимизации товарного ассортимента существующих на данном рынке компаний представлены в таблице 3.

В исследуемый период отмечено перевыполнение плана по выпуску биопродукции, обогащенной микронутриентами, витаминами, в т. ч. для детских и дошкольных учреждений, для людей с различными заболеваниями. Доля выпуска продукции в общем объеме за период 2004–

Таблица 1
Размещение предприятий пищевой промышленности на территории г. Екатеринбурга

Район	Крупные производства		Малые производства	
	2004 г.	2010 г.	2004 г.	2010 г.
Ленинский	2	1	4	3
Верх-Исетский	—	—	5	8
Октябрьский	5	3	8	8
Чкаловский	4	3	21	25
Кировский	3	2	3	8
Орджоникидзевский	—	—	20	14
Железнодорожный	9	8	6	12
Итого:	23	17	67	78

Таблица 2
Рынки сбыта продукции пищевой промышленности г. Екатеринбурга

Компания	Рынок сбыта
ОАО «Жировой комбинат»	Территория УрФО, Казахстана, Узбекистана, Таджикистана и Киргизии
ООО «Хладокомбинат №3»	Продукция поставляется в Калининград до Хабаровска, охвачено более 20 регионов РФ и Казахстан
ОАО КО «Сладко», ОАО «Патра», ООО «Витек»	Полностью охвачены Уральский, Сибирский, Приволжский, Дальневосточный округ, Казахстан, Киргизия, Туркмения

2010 г. увеличилась с 3 до 7,5% при плане 7% от стоимости общего объема выпуска продукции предприятиями пищевой отрасли (рис. 4) [7, 8]. Это обусловлено следующими факторами:

— развитие производства молочных продуктов детского питания ООО «Первая молочная компания», выпуск печенья для детского питания ОАО КО «Сладко»;

— освоение выпуска низкокалорийных кондитерских и молочных изделий с растительными добавками; витаминизированной продукции; продуктов для больных сахарным диабетом (ЕМУП «Екатеринбургский хлебокомбинат», ОАО «Смак», ООО Комбинат мясной «Екатеринбургский», ООО «Агросервис», ОАО КО «Сладко»);

— выпуск продукции, способствующей профилактике йододефицитных заболеваний налажен на ЕМУП «Екатеринбургский хлебокомбинат» (хлеб «Крестьянский», обогащенный йодказеином, для детских и дошкольных учреждений); ОАО «Птицефабрика «Свердловская» выпускает яйцо, обогащенное йодом, доля которого в общем объеме выпуска продукции составила 18,5%.

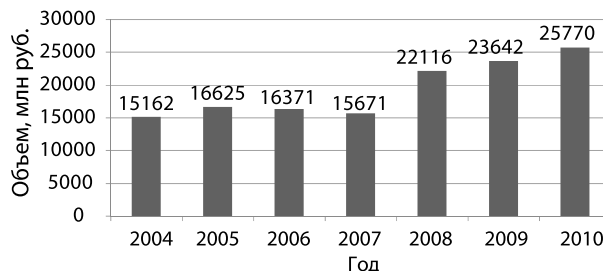


Рис. 1. Объем отгруженных товаров собственного производства по полному кругу предприятий в 2004–2010 гг. в действующих ценах, млн руб.

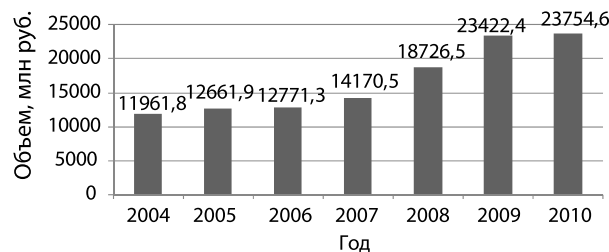


Рис. 2. Объем отгруженных товаров собственного производства по кругу крупных и средних предприятий в 2004–2010 гг. в действующих ценах, млн руб.

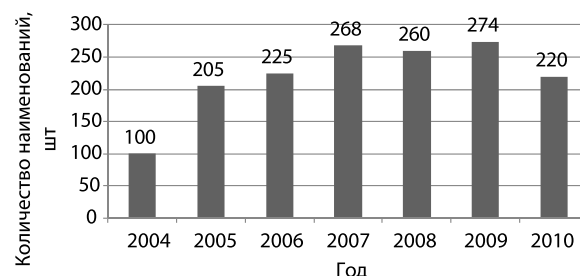


Рис. 3. Динамика расширения ассортимента продукции предприятиями пищевой промышленности г. Екатеринбурга в 2004–2010 гг.

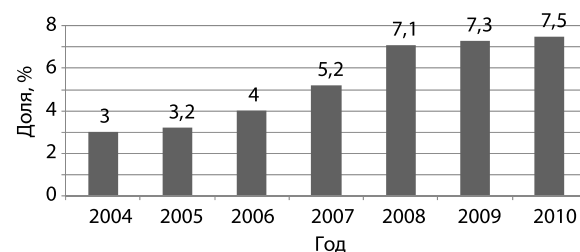


Рис. 4. Доля выпуска биопродукции, обогащенной микроэлементами, витаминами, в т. ч. для детских и дошкольных учреждений и людей с различными заболеваниями, %

С целью улучшения качества пищевых продуктов на потребительском рынке города в 2004–2010 гг. проведена сертификация предприятий на соответствие требованиям международных стандартов системы качества серии ИСО. Из 17 крупных предприятий пищевой

Таблица 3

**Мероприятия по оптимизации товарного ассортимента предприятиями пищевой промышленности
г. Екатеринбурга**

Компания	Мероприятия по оптимизации товарного ассортимента
ОАО «Смак»	Расширенассортимент хлебобулочных изделий за счет разработки новых видов любительских, профилактических и диетических сортов хлеба, в т.ч. с применением натуральных ингредиентов
ЕМУП «Екатеринбургский хлебокомбинат»	Расширенассортимент мелкоштучных изделий и выпуск хлеба для функционального питания серии «Здоровый продукт»
ОАОКО «СладКо»	Расширенассортимент кондитерских сахаристых и мучнистых изделий, в т.ч. печенье для детского питания
ЗАО КП «Хороший вкус»	Расширенассортимент колбасных изделий, деликатесов; налажено производство продукции из мяса птицы, мясных полуфабрикатов
ООО «Хладокомбинат №3»	Расширенассортимент мороженого; налажено производство новых видов мороженого
ОАО «Тонус»	Запуск производства соков в ассортименте под ТМ «Для тебя» фасовкой 0,2 л, 0,5л и 1л; сокодержащих напитков в ассортименте; питьевой воды различной емкости
ООО Комбинат мясной «Екатеринбургский» (ООО «Агросервис»)	Налажено производство мясных полуфабрикатов; рыбных и капустных пельменей ручной лепки; рыбных полуфабрикатов (котлет, рыбы горячего и холодного копчения, солевой рыбы, в т.ч. в вакуумной упаковке)
ОАО «Жировой комбинат»	Выпуск новых видов майонеза, кетчупов, горчицы и освоение производства растительного масла в ПЭТ-бутылке производительностью 140 т/сут
Комбинат мясной гастрономии ИП «Черкашин»	Выпуск колбасных изделий (вареных, копченых, полукопченых, варено-копченых), мясных пельменей, полуфабрикатов замороженных быстрого приготовления с соусами на базе производства в г. Екатеринбург
ООО «Первая молочная компания»	Расширен ассортимент молочной продукции в новой упаковке «эколин» с различной фасовкой и жирностью
ООО «Улыбка лета»	Налажено производство по выпуску замороженных картофеля и овощей
ООО «Молочная река»	Налажен выпуск фасованных и весовых конфет, кексов и печенья под ТМ «Конфетный двор»

промышленности сертификаты соответствия получили 11 производителей: ОАО «Жировой комбинат», ОАО КО «Сладко», филиал «Патра» ООО «ОПХ», ОАО «Смак», ООО «Пепсико холдингс», ООО «Кока-Кола Эйч Би Си», ЗАО КП «Хороший вкус», ЕМУП «Екатеринбургский хлебокомбинат», ООО «Хладокомбинат №3», Комбинат мясной гастрономии ИП Черкашин, ОАО «Екатеринбургский мукомольный завод». В 2011 г. начата работа по сертификации систем качества ИСО в ОАО «Екатеринбургский шампанкомбинат». Из 78 малых производств по выпуску продуктов питания сертификат соответствия требованиям международного стандарта качества имеют лишь 2 предприятия: ООО Компания «Чистая вода» и ООО «Евроазиатская макаронная компания». Медленные темпы сертификации малых производств обусловлены тем, что у 60% предприятий производство размещено на арендованных площадях, а также ограниченностью финансовых средств. Тем не менее, в целом доля продукции, выпускаемой в соответствии с международными стандартами систем качества серии ИСО, увеличилась в 2004–2010 гг. с 15 до 62% (рис. 5).

В 2008–2009 гг. отмечался существенный рост ежегодных затрат на техническое перевооружение предприятий пищевой промышленности (рис. 6). Финансирование мероприятий осуществлялось за счет собственных средств компаний отрасли и частных инвестиций.

С целью повышения эффективности системы продвижения продукции местных товаропроизводителей в 2004–2010 гг. резко возросло число проводимых конъюнктурных совещаний на крупных и малых предприятиях — с 16 до 90 [7, 8]. Также проводились и другие мероприятия:

— взаимодействие предприятий с существующими оптовыми центрами продовольственных товаров (например, НП Ассоциация «Уралпищепром»);

— ежегодное проведение маркетинговых исследований с привлечением специалистов Института экономики УрО РАН, Уральского государственного экономического университета;

— участие в проведении выставок-ярмарок продукции, городских конкурсах, участие в работе Ассоциаций и Некоммерческих партнерств сферы потребительского рынка. Рост числа специализированных выставок-ярмарок, проводи-

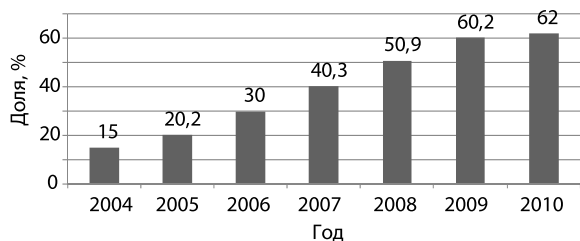


Рис. 5. Динамика доли продукции, выпускаемой в соответствии с международными стандартами ИСО в 2004–2010 гг., %

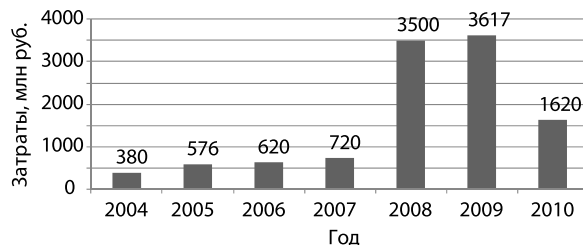


Рис. 6. Динамика затрат на техническое и технологическое перевооружение предприятиями пищевой промышленности в 2004–2010 гг., млн руб.

мых с участием предприятий пищевой промышленности города, в период с 2004 по 2010 гг. составил 135%;

— использование СМИ, проведение совместных рекламных акций производителей и торговых организаций.

В условиях финансового кризиса 2008–2009 гг. была продемонстрирована высокая социальная ответственность предприятий пищевой промышленности как с точки зрения сохранения занятости, так и наполнения товарного рынка обеспечения «антикризисного» ассортимента (продукты питания с более низкими ценами). Данная политика координировалась Администрацией г. Екатеринбурга.

По результатам ежеквартального мониторинга, проводимого НП «Общество товароведов-менеджеров», по 14 группам товаров, присутствующих на потребительском рынке г. Екатеринбурга, большинство потребителей отмечают достаточно высокое качество и одновременно высокий уровень цен на товары местного производства в отличие отвозимых. В этой связи в условиях высокого уровня конкуренции местная продукция в торговых сетях города по некоторым позициям представлена недостаточно широко. Удельный вес реализации продукции местных изготовителей в розничной торговле города представлен в табл. 4.

Таким образом, проведенный анализ развития пищевой промышленности Екатеринбурга показал, что развитие отрасли имеет положи-

тельную динамику: большинство предприятий наряду с выпуском новых видов продукции [3, 9] наращивает объемы производства. Несмотря на это можно выделить ряд проблем в производстве продовольственных товаров местными предприятиями:

— недостаточно высокая конкурентоспособность продукции местных товаропроизводителей по соотношению «цена — качество»;

— относительно невысокая эффективность работы предприятий в связи с необходимостью дальнейшей модернизации производства, внедрения инноваций энергоэкономичных технологий;

— низкая эффективность системы взаимодействия «поставщик — продавец», приводящая к существенному удорожанию продукции в рознице;

— недостаточные темпы внедрения на малых предприятиях соответствующей международным стандартам системы управления качеством продукции;

— отсутствие сбалансированности, системности во взаимодействии между учебными заведениями (вузами, колледжами) и предприятиями по вопросам целенаправленной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

На основании результатов проведенного исследования можно предложить ряд направлений дальнейшего развития пищевой промышленности г. Екатеринбурга.

Таблица 4

Удельный вес реализации продукции местных производителей в розничной торговле г. Екатеринбурга

Группа товаров	Количество местных изготовителей	Удельный вес в общем объеме продаж
Колбасные изделия	3 крупных и 8 малых производств	80%
Молочная продукция	Гормолзавод №1, ОАО «Сосновское»	40%
Хлеб, хлебобулочные изделия	ОАО «Смак», «Екатеринбургский хлебокомбинат», 15 пекарен	60%
Безалкогольные напитки	ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО «Пепси интернешнл боттлс Екатеринбург», Свердловский завод безалкогольных напитков «Тонус», 5 малых производств	80%

1. Расширение предложения конкурентоспособных продовольственных товаров местного производства на потребительском рынке города:

— обеспечение современного технического и технологического уровня производства продовольственных товаров путем дальнейшей модернизации, внедрения инновационных и энергосберегающих технологий на предприятиях пищевой индустрии;

— расширение ассортимента продукции местного производства за счет внедрения предприятиями новых видов продукции и расширения ее ассортимента; деятельности дегустационных комиссий; исследования потребительских предпочтений продукции местных товаропроизводителей;

— ежегодное проведение маркетинговых исследований степени удовлетворенности потребителей продукцией местных компаний;

— обеспечение функционального питания горожан путем развития производства продуктов детского питания, увеличения выпуска продуктов для больных сахарным диабетом, выпуска лечебно-столовых минеральных вод, освоения выпуска низкокалорийных кондитерских и молочных изделий с растительными компонентами, выпуска профилактических сортов хлеба с натуральными ингредиентами, выпуска продукции, способствующей профилактике йододефицитных заболеваний.

2. Создание эффективной системы продвижения продукции местных товаропроизводителей:

— проведение конъюнктурных совещаний, выставок-ярмарок продукции, городских конкурсов; содействие в участии товаропроизводителей в российских и международных конкурсах, выездных мероприятиях по продвижению продукции;

— систематическое определение доли продукции местного производства в розничном товарообороте.

3. Повышение качества, безопасности, физической и экономической доступности производимой продукции:

— улучшение и защита качества продовольственных товаров на потребительском рынке города;

— участие предприятий пищевой промышленности в программе «Екатеринбургское качество» с присуждением знака «Екатеринбургское качество» производимым продуктам питания;

— проведение работ по подготовке и внедрению на малых предприятиях систем управления качеством в соответствии с требованиями международных стандартов системы ИСО;

— выпуск продукции для здорового питания беременных и кормящих женщин, детей раннего, дошкольного и школьного возраста, здорового питания в учреждениях социальной сферы, доступного по соотношению «цена — качество»;

— создание условий для увеличения числа объектов торговой инфраструктуры и общественного питания различных типов с учетом развития агломерационных процессов;

— организация мониторинга следующих показателей по г. Екатеринбургу: потребление пищевых продуктов в расчете на душу населения; объемы адресной помощи населению; суточная калорийность питания горожан; количество белков, жиров, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов потребляемыми горожанином в сутки; индекс продовольственных цен на пищевые продукты; удельный вес отечественной (в т. ч. местных производителей) продовольственной продукции в общем объеме товарных ресурсов.

4. Создание системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для предприятий пищевой индустрии. Координация взаимодействия работодателей с учебными заведениями по кадровому обеспечению предприятий пищевой промышленности посредством:

— привлечения руководителей пищевых предприятий к реализации образовательных стандартов третьего поколения в вузах города, занимающихся подготовкой кадров для отрасли;

— организации проведения мониторинга потребности в кадрах для предприятий города;

— организации подготовки и переподготовки кадров;

— организации проведения практики студентами на пищевых предприятиях;

— создания системы наставничества на предприятиях пищевой промышленности [4].

Список источников

1. Итоги социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» в 2009 году / А. М. Чернецкий, А. Э. Яков, А. Г. Высокинский и др. — Екатеринбург: Издательство Универсальной типографии «Альфа Принт», 2010. — 171 с.

2. Мамонтова Т. Радуют результаты и прогнозы // Товарный рынок. — 2004. — №10. — С. 5.

3. Неганова В. П., Воробьева Н. В. Раздел III. Стратегический план развития г. Екатеринбурга. — Екатеринбург: Изд-во ОАО ИПП «Уральский рабочий», 2010. — С. 154-190.
4. Неганова И. С. Маркетинговое управление на основе ключевых компетенций. — Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2010. — 188 с.
5. Официальный сайт города Екатеринбурга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ekburg.ru>
6. Промышленность Свердловской области. 2008. стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. — Екатеринбург, 2008. — 178 с.
7. Федеральная служба государственной статистики РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>
8. Чернышева Е. В. Пессимистические прогнозы развития товарного рынка уральской столицы, к счастью, не оправдались! // Товарный рынок. — 2009. — №8. С. 13-14.
9. Энциклопедия Екатеринбурга [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru>

Информация об авторах

Чернышева Елена Викторовна (Екатеринбург) — кандидат экономических наук, доцент, председатель Комитета по товарному рынку Администрации г. Екатеринбурга (620014 Екатеринбург, 8 Марта, 86. +7(343) 371 15 78, chernyshovae@adm-ekburg.ru).

Неганова Ирина Сергеевна (Екатеринбург) — кандидат экономических наук, доцент кафедры международного менеджмента и маркетинга Уральского государственного экономического университета (620144 Екатеринбург, ГСП-985, 8 Марта, 62. +7(343) 251 96 46, smu2007@bk.ru).

Чирков Александр Викторович (Екатеринбург) — аспирант, Институт экономики УрО РАН (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29. a.chirkov89@gmail.com).

E. V. Chernyshyova, I. S. Neganova, A. V. Chirkov

Development of foodstuffs market in a metropolis

The purpose of this paper is to identify major trends in the market of food commodities and the development of measures to improve production and marketing of food industry enterprises of Yekaterinburg.

The paper presents an analysis of food products market of Yekaterinburg, economic performance indicators and measures to optimize the product portfolio of the food industry for 2004 and 2010 are examined. In the studied period, an overfulfilment of the plan for the production of bio-products enriched with micronutrients and vitamins, including for children and pre-school institutions and also for people with various diseases was noticed. The estimation of the work results to improve the quality of food in the consumer market of the city and re-equipment of enterprises of food industry was made.

The basic problems of market development of food products in a metropolis are revealed. Basing on the results of the study, directions for further development of this industry are suggested.

Keywords: food industry, foodstuffs market, metropolis

References

1. Chernetskiy A. M., Yakob A. E., Vysokinskiy A. G. et. al. (2010). Itogi sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya munitsipal'nogo obrazovaniya «gorod Yekaterinburg» v 2009 godu [Results of socio-economic development of the municipality «Yekaterinburg» in 2009]. Yekaterinburg: Universal Printing House «Alpha Print» Publ.
2. Mamontova T. (2004). Raduyut rezul'taty i prognozy [The results and conceptual foresights are pleasing]. *Tovarnyy rynek [Commodity Market]*, 10, 5.
3. Neganova V. P., Vorob'eva N. V. (2010). Strategicheskiy plan razvitiya g. Yekaterinburga. Razdel III [Strategic Plan for the development of Yekaterinburg. Chapter III]. — Yekaterinburg: Izd-vo ОАО ИПП «Ural'skiy rabochiy» [«Ural'skiy rabochiy» Publ.], 154-190.
4. Neganova I. S. (2010). Marketingovoe upravlenie na osnove klyuchevykh kompetentsiy [Marketing management based on core competencies]. Yekaterinburg: Izd-vo UrGEU [Ural State University of Economics Publ.].
5. Ofitsial'nyy sayt goroda Yekaterinburga [The official website of Yekaterinburg City]. Available at: <http://www.ekburg.ru/>
6. «Promyshlennost' Sverdlovskoy oblasti». 2008. stat. sb. [Statistical summary «The Industry of Sverdlovsk region. 2008»] (2008). Territorial'nyy organ Federal'noy sluzhby gosudarstvennoy statistiki po Sverdlovskoy oblasti [Territorial Branch of the Federal State Statistics Service]. Yekaterinburg.
7. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki RF [Federal State Statistics Service of the Russian Federation]. Available at: <http://www.gks.ru/>
8. Chernyshyeva E. V. (2009). Pessimisticheskie prognozy razvitiya tovarnogo rynka ural'skoy stolitsy, k schast'yu, ne opravdalis! [Pessimistic conceptual foresights for the commodity market development of the capital of the Urals, fortunately, did not come true!]. *Tovarnyy rynek [Commodity Market]*, 8, 13-14.
9. Entsiklopediya Yekaterinburga [The Encyclopedia of Yekaterinburg]. Available at: <http://dic.academic.ru/>

Information about the authors

Chernyshyova Elena Viktorovna (Yekaterinburg) — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Chairman of the Committee on Commodity Market at the Administration of Yekaterinburg City (620014 Yekaterinburg, 8 Marta, 8B. Tel.: +7(343) 371 15 78; e-mail: chernyshovae@adm-ekburg.ru).

Neganova Irina Sergeevna (Yekaterinburg) — Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Chair for International Management and Marketing at the Ural State University of Economics (620144 Yekaterinburg, GSP-985, 8 Marta, 62. Tel.: +7(343) 251 96 46; e-mail: smu2007@bk.ru).

Chirkov Aleksandr Viktorovich (Yekaterinburg) — Ph.D. student, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (620014 Yekaterinburg, Moskovskaya St. 29; e-mail: a.chirkov89@gmail.com).