

На правах рукописи



Ананина Римма Фанавиевна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СОВМЕСТНЫХ ЗАКУПОК
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ КАК ФОРМЫ УСЛУГ В
КООПЕРАЦИОННО-СЕТЕВЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ**

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Красноярск – 2022

Диссертационная работа выполнена в ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Научный руководитель:

доктор экономических наук, профессор
Куимов Василий Васильевич

Официальные оппоненты:

Ивашкин Михаил Вячеславович,
доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Тихоокеанский
государственный университет», Высшая
школа «Медиа, коммуникаций и
сервиса», профессор

Цёхла Светлана Юрьевна, доктор
экономических наук, профессор, ФГАОУ
ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
кафедра «Менеджмент
предпринимательской деятельности»,
заведующий

Ведущая организация:

ФГАОУ ВО «Южный федеральный
университет»

Защита диссертации состоится 27 января 2023 г. в 10-00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.404.08 при ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» по адресу: 660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 79/10, ауд. Р8-06.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте Сибирского федерального университета по адресу <http://www.sfu-kras.ru>

Автореферат разослан « _____ » _____ 2022 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



Е.В. Щербенко

I. Общая характеристика работы

Актуальность темы диссертационного исследования. Современное состояние экономики совместного потребления характеризуется возрастающей ролью совместных закупок товаров на электронных платформах с участием потребителей, производителей, оптовых посредников и отдельных организаторов.

Совместные закупки потребительских товаров – важная форма услуг, проявляющаяся в кооперационно-сетевых взаимодействиях и входящая в структуру экономики совместного потребления наряду с карпулингом, каучсерфингом, коворкингом, краудсорсингом, офисшерингом, райдшерингом.

Отечественные потребительские платформы, предоставляющие базу для осуществления совместных закупок, известны с 2000-х гг., что позволило накопить опыт взаимодействий между различными участниками рыночных отношений, который впоследствии был учтен при создании электронных площадок, работающих в системе государственных и муниципальных заказов, тем самым сформировав основу для развития экономики совместного потребления.

Трансформация субъектов хозяйствования от традиционной в цифровую торговлю выступает логичным этапом в эволюции экономических отношений, поскольку участие в совместных закупках создает набор таких преимуществ, как возможность ориентации производства товаров и услуг на текущий спрос, учет потребительских запросов без формирования дополнительных запасов.

Совместные закупки потребительских товаров сформировались в кооперационно-сетевых взаимодействиях в условиях экономики совместного потребления на основе электронных платформ форумного типа, что было вызвано наличием определенной общественной потребности, устанавливающей условия для всех участвующих сторон и обеспечивающей возможность сбыта или приобретения товаров без промежуточных звеньев товародвижения.

Экономика совместного потребления нуждается в исследованиях, основанных на комплексном и функционально-средовом подходах к изучению организации совместных закупок потребительских товаров с учетом развития организационно-управленческих отношений. Так до сих пор недостаточно проработаны классификаторы, к которым относятся услуги совместного потребления, не определены единые методические основы организации совместных закупок потребительских товаров, позволяющие дать комплексную оценку ее современного состояния, дальнейшего развития и обозначить направления совершенствования. Кроме того, наблюдается негативная тенденция в работе организаторов совместных закупок, заключающаяся в недостаточном информационном обеспечении участников кооперационно-сетевых взаимодействий в условиях электронных платформ.

Вышеуказанные проблемы обусловили необходимость разработки теоретических положений и методических основ совершенствования организации совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях, в связи с чем тема диссертационного исследования представляется нам актуальной.

Степень разработанности научной проблемы. За основу диссертационного исследования взяты труды зарубежных и отечественных авторов в области институциональной экономической теории, теории сетей, экономики сферы услуг, а также экономики совместного потребления.

Вопросы экономики сферы услуг и теории сетей, а также институциональной экономической теории, сформировавшие наше собственное понимание проблемы, представлены в работах зарубежных ученых Дж. К. Гэлбрейта, Д. Р. Коммонса, Ф. Котлера, Р. Коуза, Д. Крепса, И. Макнейла, К. Маркса, Я. Л. Морено, Д. Норта, М. Портера, А. Смита, Ж. Б. Сэя, О. Уильямсона, К. Хаксевера и др.

Неоднозначность понятийного аппарата и полемические взгляды на развитие сферы услуг находятся в фокусе публикаций Я. А. Балаганиной, Т. Д. Бурменко, Е. П. Голубкова, С. В. Жукова, О. М. Игруновой, М. С. Кузьмина, Э. В. Новаторова, А. Н. Петрова, Б. А. Райзберга, В. В. Прищепенко, В. М. Усоскина, Т. А. Фроловой, О. А. Шипшовой и др.

Содержание отдельных вопросов специфики рынка продовольственных товаров, сформировавшие авторское видение приоритетных направлений его развития, представлены в работах Ю. Л. Александрова, В. И. Беляева, Е. Ю. Власовой, В. А. Ившина, Г.Ф. Каячева, Н. И. Пыжиковой, Е. В. Пыхановой, Д. Г. Родионова, Ю. Ю. Сусловой, Н. Н. Терещенко, О. В. Чкаловой, Е. В. Щербенко.

Среди зарубежных ученых, исследования которых развивают научную теорию экономики совместного потребления, можно отдельно выделить таких классических авторов как Т. Веблен, М. Грановеттер, Дж. Липнек и Дж. Стэмпис, Р. Майлз и Ч. Сноу, М. Ньюмен, Дж. М. Экхардт и Ф. Барди.

Разработками теоретических аспектов кооперационно-сетевых взаимодействий с позиций экономических отношений и применения управленческих функций, механизма организации, которые внесли значительный вклад в развитие экономики, в различные периоды эволюции услуг занимались отечественные ученые А. Н. Асаул, И. В. Блауберг, Р. А. Долженко, В. С. Катькало, Г. Б. Клейнер, В. В. Куимов, В. Е. Лихтенштейн, А. С. Лосев, В.Г. Подопригора, В. Н. Садовский, Н. В. Смородинская, Б. Ж. Тагаров, А.Н. Чаплина, С. Ю. Цёхла, М. Ю. Шерешева и др. Отдельные элементы организации совместных закупок потребительских товаров, рассмотренные в работе, и подвергшиеся критическому анализу, представлены в трудах А. А. Ариончика, А. В. Вершицкого, И. П. Гладиной, Н. А. Головецкого, В. Ф. Горшенина, М. В. Долговой, Е. Ю. Ершовой, М. В. Ивашкина, Ю. В. Малевича, С. И. Охременко, Г. М. Россинской, Н. Э. Чумаченко и др.

Несмотря на значимость вышеперечисленных исследований и рост интереса к организации совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях, в настоящее время в экономической литературе не в полной мере представлен понятийный аппарат научных дефиниций указанной темы, недостаточно отражены услуги совместного потребления в общепринятых классификаторах, отсутствует методика оценки экономической эффективности организации, которая способствовала бы решению комплекса

разнонаправленных задач и обладала бы универсальностью применения. Все перечисленное свидетельствует об актуальности выбранной темы диссертационного исследования и предлагаемых элементов научной новизны.

Цель диссертационного исследования заключается в разработке методических положений оценки экономической эффективности и совершенствования организации совместных закупок потребительских товаров как формы оказания услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях. Указанная цель достигается через постановку и решение ряда задач.

1. Изучить проблематику понятийного аппарата услуг совместного потребления и генезис совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях.

2. Расширить содержание кооперационно-сетевых взаимодействий дополнением классификации сетей за счет выделения принципов организации совместных закупок потребительских товаров и обоснованием основных сфер реализации.

3. Разработать методику оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях.

4. Спроектировать модель организации совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях.

Объект исследования – организации сферы услуг, обеспечивающие совместные закупки потребительских товаров в условиях кооперационно-сетевых взаимодействий.

Предмет исследования – совокупность экономических и организационно-управленческих отношений, возникающих в процессе совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях.

Соответствие диссертационного исследования Паспорту научных специальностей. Основные положения и выводы диссертации соответствуют Паспорту научных специальностей ВАК по специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика» (экономика сферы услуг): п. 4.2. «Вопросы оценки и повышения эффективности хозяйственной деятельности на предприятиях и в отраслях сферы услуг», п. 4.13. «Экономика торговли. Оптовая и розничная торговля».

Теоретическая и методологическая основа исследования. Теоретическую основу диссертационного исследования формируют фундаментальные положения зарубежных и отечественных ученых по проблемам теории экономики сферы услуг и теории сетей, институциональной экономической теории, экономики совместного потребления и менеджмента.

В процессе диссертационного исследования применены общенаучные (эволюционный, дифференцированный, системный и др.), а также функционально-средовой и комплексный подходы, различные методы и инструментарии, в частности метод экспертных оценок, статистические методы структурного и динамического анализа, методы экономико-математического моделирования.

Информационная база исследования сформирована нормативно-правовыми актами, статистическими данными Федеральной службы государственной статистики по Российской Федерации и Красноярскому краю, международных статистических платформ, Единой информационной системы в сфере закупок и электронных платформ, а также Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы, материалами, представленными в научной и методической литературе, собственными исследованиями автора.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке методических и организационно-управленческих подходов к оценке экономической эффективности и совершенствованию организации совместных закупок потребительских товаров в кооперационно-сетевых взаимодействиях в условиях электронных платформ, что определяет эволюцию функционально-средового и комплексного подходов к ее развитию и формирует приращение научных результатов, полученных лично автором и обладающих элементами новизны.

1. Расширено и конкретизировано определение и содержание категории «совместные закупки потребительских товаров» как специфической формы услуг, создаваемой в условиях электронной платформы юридически независимыми участниками организационно-экономических отношений различных форм собственности с целью ускорения процесса реализации, роста доступности потребительских товаров, экономии времени на совершение покупки, сопровождаемых получением экономической выгоды, что, в отличие от существующих форм услуг, использует специфику свойств обмениваемости и совместности, позволяет разработать рекомендации по дополнению известных классификаторов услугами совместного потребления.

2. Дополнена классификация сетей, в которых происходит организация совместных закупок потребительских товаров признаком «По уровням функционирования», в соответствии с которым выделены три вида (моносети, дуосети, полисети) и раскрыто их содержание, что дает возможность обосновать и конкретизировать авторский взгляд на комплекс принципов организации совместных закупок, расширенный принципами контактирования и открытости с определением сфер реализации, выделяя сферы непроизводственного (конечного) и производственного (промежуточного) потребления как ключевые для исследования.

3. Разработана методика оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров на основе функционально-средового и комплексного подходов, расширяющая традиционный анализ кооперационно-сетевых взаимодействий введением показателей открытости и синергетического эффекта (принципы открытости и контактирования), что позволяет осуществить количественную и качественную оценку синергии взаимодействия участников экономических и организационно-управленческих отношений и моделирование организации совместных закупок потребительских товаров.

4. Предложена модель организации совместных закупок потребительских

товаров, отличающаяся определением категорий участников кооперационно-сетевых взаимодействий с выделением пяти видов групп оказываемых услуг, что позволяет раскрыть содержание электронной платформы как прорывной инновации с конкретизацией ее целевых функций, особенностей экономических и управленческих отношений и элементов организации процессов оказания услуг.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в развитии теории экономики совместного потребления в части уточнения понятийного аппарата, определения генезиса совместных закупок потребительских товаров и системы факторов, влияющей на их формирование; теории сетей в части дополнения классификации сетей по уровню функционирования, обоснования принципов организации совместных закупок как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях; теории экономики сферы услуг в части формирования методики оценки экономической эффективности и разработки механизма совершенствования организации совместных закупок потребительских товаров.

Представленные в диссертационной работе теоретические положения организации совместных закупок потребительских товаров позволяют ставить и успешно решать новые научные задачи в области регулирования организационно-управленческих отношений (в том числе имеющих кооперационно-сетевую основу) в условиях полисети, развивая и дополняя исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере экономики совместного потребления.

Практическая значимость диссертационного исследования. Основные выводы и рекомендации могут быть использованы органами государственной власти в ходе работ по совершенствованию классификаторов услуг и при разработке нормативно-правовых актов регулирования экономики совместного потребления, а также могут применяться отдельными организациями, реализующими потребительские товары и участвующими в кооперационно-сетевых взаимодействиях на потребительском рынке с использованием электронных платформ.

Теоретические положения и практические выводы диссертационного исследования включены в итоговые отчеты по Грантам РФФИ 20-410-242916 р_мк_Красноярск, 18-010-00192 А: «Исследование стратегического сценария комплексного развития бизнес-экосистем края на основе цифровых моделей оценки и формирования их продуктовых линий и интеграции в глобальные цепочки поставок» (2022 г.), «Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов в экономике» (2018 г.).

Наиболее существенные результаты исследования, обладающие научной новизной, полученные лично соискателем и выносимые на защиту:

1. Предложено определение категории «совместные закупки потребительских товаров» как специфической формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях с выделением свойств обмениваемости и совместности, обеспечивающих дополнение существующих классификаторов услуг и выделение основных преимуществ услуг совместного потребления.

2. Расширено содержание кооперационно-сетевых взаимодействий при

организации совместных закупок потребительских товаров на основе разработки авторской классификации сетей по различным уровням функционирования и обоснования принципов с конкретизацией сфер реализации.

3. Разработана методика оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров на основе функционально-средового и комплексного подходов с формированием системы соответствующих показателей в условиях кооперационно-сетевых взаимодействий.

4. Спроектирована модель организации совместных закупок потребительских товаров, включающая элементы и структуру кооперационно-сетевых взаимодействий, осуществляемых в условиях электронных платформ.

Обоснованность полученных результатов и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации, подтверждается использованием фундаментальных научных трудов зарубежных и отечественных ученых, применением общенаучных и специальных методов исследования, достоверностью информационного обеспечения, обстоятельной аргументацией разработанных предложений, результатами апробации исследований.

Внедрение и апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования докладывались и обсуждались в 2017-2022 гг. на конференциях разного уровня, в том числе: XVI International Multidisciplinary Conference «Innovations and Tendencies of State-of-Art Science» (Rotterdam, Nederland, 2022), Международной онлайн-конференции «Научный диалог: экономика и управление» (г. Чебоксары, 2021 г.); Международной научно-практической конференции «Теория и практика коммерческой деятельности» (г. Красноярск, 2021 г.); II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса» (г. Красноярск, 2019 г.); VII Международной научно-практической конференции «Новое слово в науке: стратегии развития» (г. Чебоксары, 2018 г.); Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и специалистов «Теория и практика коммерческой деятельности» (г. Красноярск, 2017 г., 2018 г.).

Теоретические и методические разработки автора по развитию организации совместных закупок потребительских товаров внедрены в учебный процесс Сибирского федерального университета, в деятельность Производственного кооператива «Догма», что подтверждено актами и справками о внедрении.

Публикации по теме исследования. 17 работ общим объемом 34,3 п. л. (авторские – 16,8 п. л.), из них 2 монографии объемом 29,3 п. л. (авторские – 13,4 п. л.), 15 научных статей объемом 5 п. л. (авторские – 3,4 п. л.), из них 8 статей объемом 3,4 п. л. (авторские – 1,8 п. л.) в рецензируемых научных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 175 источников и 11 приложений. Основной текст изложен на 149 страницах, содержит 18 таблиц и 26 рисунков.

II. Общие положения диссертации

1. Предложено определение категории «совместные закупки потребительских товаров» как специфической формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях с выделением свойств обмениваемости и совместности, обеспечивающих дополнение существующих классификаторов услуг и выделение основных преимуществ услуг совместного потребления.

При исследовании онтологии и содержания понятия «услуга» в ходе анализа различных источников, а также изучения современных тенденций развития рынка услуг совместного потребления, было установлено отсутствие в научном обороте определений, характеризующих их проявляющиеся новые свойства, – обмениваемость и совместность. Обмениваемость услуг в работе раскрывается как возможность субъекта процесса обмена ими для достижения целей. В свою очередь, характеристика совместности услуги определяется автором как возможность ее одновременного общего потребления. Анализ показал, что существующие общепринятые классификаторы услуг не отражают виды услуг, обладающих данными свойствами, в связи с чем, предлагаются дополнения:

- выделение сектора «услуги совместного потребления» в Классификации Всемирной торговой организации;
- введение нового кода «Совместное потребление» в Международной стандартной отраслевой классификации и Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности.

Исследования показали, что услуги совместного потребления имеют ряд специфических преимуществ, позволяющих отличать их от других видов услуг:

- экономия денежных средств потребителей, возникающая при использовании общих ресурсов в ходе получения услуги, а также при разделении ее стоимости;
- удобство потребления в условиях использования виртуального ресурса, позволяющего потребителю управлять собственным выбором в режиме реального времени;
- возможность получения дополнительного дохода для интеграторов общего ресурса.

На основании изложенного автор определяет совместные закупки потребительских товаров как специфическую форму услуг, характеризующихся свойствами обмениваемости и совместности в кооперационно-сетевых взаимодействиях, создаваемую в условиях электронной платформы юридически независимыми участниками организационно-экономических отношений различных форм собственности с целью ускорения процесса реализации, обеспечения доступности потребительских товаров, экономии времени на совершение покупки, сопровождаемых получением экономической выгоды. Такое определение содержания категории «совместные закупки потребительских товаров» учитывает специфику свойств обмениваемости и совместности, что позволило осуществить конкретизацию принципов их организации и разработать рекомендации по дополнению известных классификаторов услугами совместного потребления.

2. Расширено содержание кооперационно-сетевых взаимодействий при организации совместных закупок потребительских товаров на основе разработки авторской классификации сетей по различным уровням функционирования и обоснования принципов с конкретизацией сфер реализации.

Раскрывая природу содержания кооперационно-сетевых взаимодействий при организации совместных закупок потребительских товаров, автор определяет, что пользователи электронных платформ являются потребителями, осуществляющими заказ товаров посредством навыков организаторов в условиях полисети, проявляясь в двух сферах реализации услуг – непроизводственного (конечного) и производственного (промежуточного) потребления (рисунок 1).

Изучение и обобщение трудов отечественных экономистов позволило систематизировать принципы организации совместных закупок с ориентацией на выделенные сферы:

– принцип гибкости управления предполагает своевременную адаптацию участников совместных закупок потребительских товаров к быстроменяющимся условиям внешней среды, требованиям рынка и соответствующие изменения в структуре взаимодействия в режиме реального времени;

– принцип согласованности подразумевает открытость и предварительную договоренность об условиях участия в совместных закупках потребительских товаров на основе информирования всех сторон о правилах и порядке их организации;

– принцип независимости заключается в наличии управленческой и административно-хозяйственной самостоятельности участников совместных закупок потребительских товаров за счет обладания собственными ресурсами и возможности участия в различных кооперационно-сетевых взаимодействиях внутри платформы;

– принцип поливариантности участников определяет дифференциацию субъектного состава потребителей товаров, заказываемых через совместные закупки, отдельными физическими лицами и организациями различных форм хозяйствования;

– принцип целенаправленности характеризуется нацеленностью организации совместных закупок на доведение товаров от производителя или оптового посредника до конечного потребителя;

– принцип цифровизации характеризуется наличием электронной составляющей: организация совместных закупок потребительских товаров невозможна без существования доступной и эффективно функционирующей электронной платформы.

Однако рассмотренные принципы не позволяют уточнить организационно-управленческие процессы, в связи с чем автором предложено ввести в научный оборот еще два дополнительных принципа:

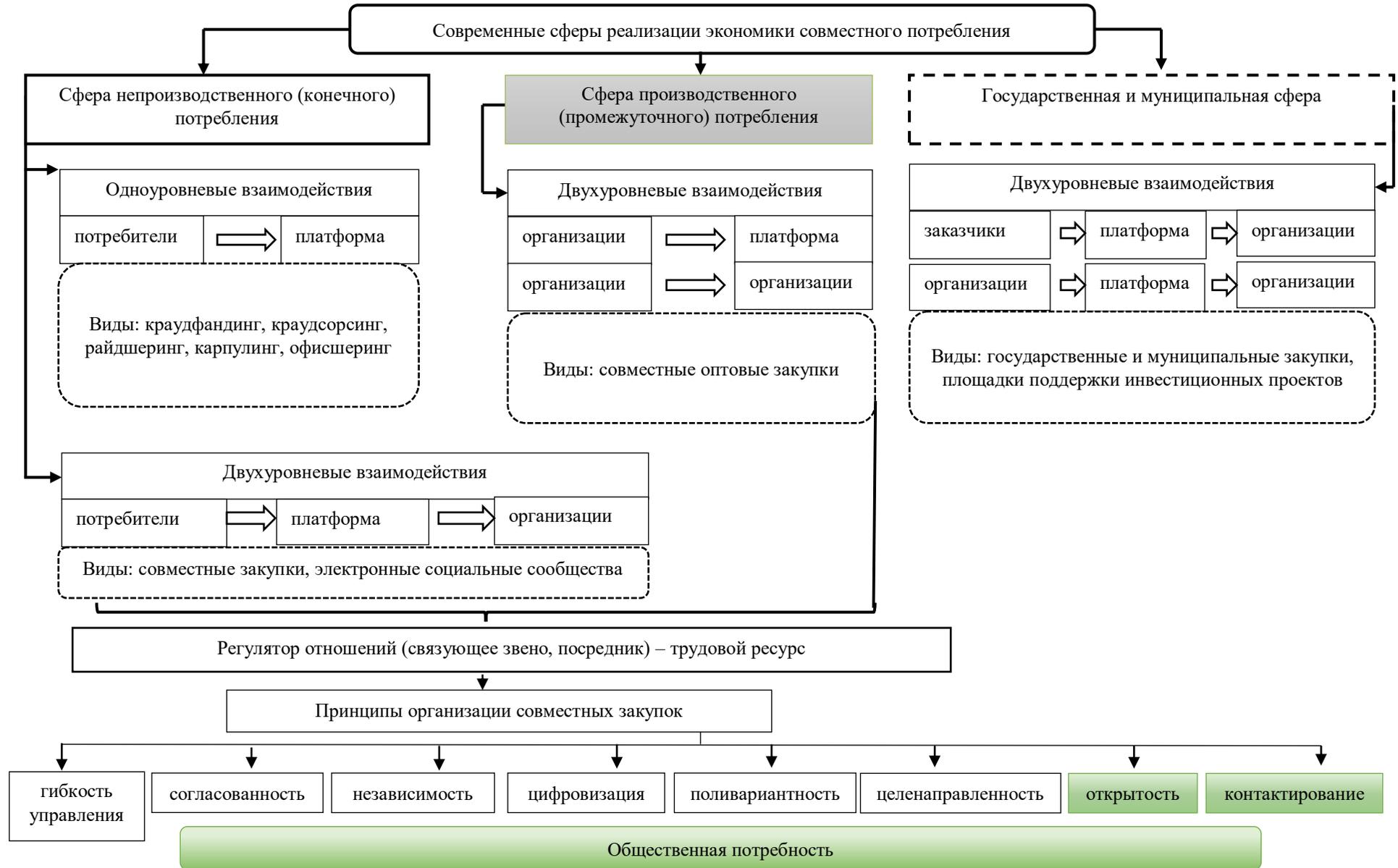


Рисунок 1 – Виды сфер и принципы организации совместных закупок потребительских товаров, составлено автором

– принцип открытости взаимодействий, который определяет, что услуги совместных закупок потребительских товаров информационно анонсированы по характеру условий и общедоступны в условиях электронной платформы;

– принцип контактирования, предполагающий наличие обратной связи между участниками совместных закупок потребительских товаров посредством электронных сообщений, ответов в специальных разделах, сопровождения в социальных сетях, политики защиты интересов участников платформы.

Изучение особенностей сфер реализации совместных закупок и принципов их организации позволило автору дополнить классификацию сетей, в которых происходит организация совместных закупок потребительских товаров, признаком «По уровням функционирования» и выделить три их вида: моносеть (региональный уровень), дуосеть (федеральный уровень) и полисеть, которая нивелирует данные границы в онлайн-пространстве.

3. Разработана методика оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров на основе функционально-средового и комплексного подходов с формированием системы соответствующих показателей в условиях кооперационно-сетевых взаимодействий.

На основе анализа методологических основ экономической эффективности организаций и кооперации, а также применения функционально-средового и комплексного подходов, автором предложен порядок и содержание этапов оценки организации совместных закупок потребительских товаров.

Функционально-средовой подход определяет многоуровневый анализ объекта исследования, а принципы комплексности формируют параметры исходных данных, систему показателей и метод оценки эффекта кооперационно-сетевых взаимодействий совместных закупок (рисунок 2).

Разработанная методика характеризуется универсальностью, возможностью адаптации расчетов к условиям различных кооперационно-сетевых взаимодействий при организации совместных закупок и предусматривает вариативность применения показателей, анализ причинно-следственных связей, а также динамическую корректировку результатов.

Система показателей предлагаемой методики, сформирована на основе обобщения оценочного инструментария кооперационно-сетевых взаимодействий участников совместных закупок и включает показатели, формирующие исходные данные для организации совместных закупок (товарные группы, количество организованных и открытых к участию закупок, количество организаторов), а также показатели непосредственной реализации процесса закупки (организационный сбор, стоимость партии, количество наименований товаров).

Принцип открытости взаимодействий позволил автору предложить показатель открытости организации совместных закупок, рассчитываемый на основе метода экспертных оценок в несколько этапов (таблица 1):

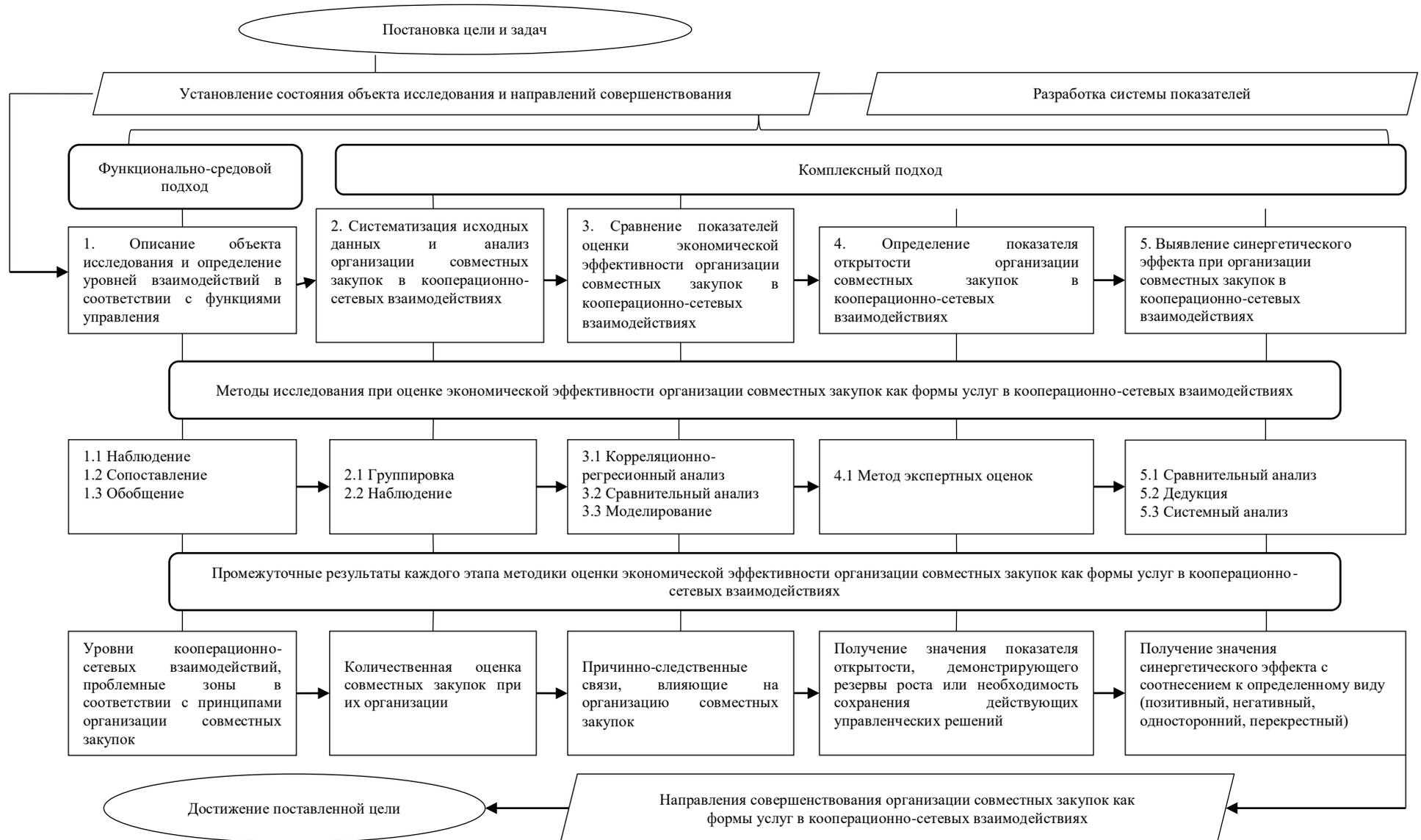


Рисунок 2 – Методика оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров, составлено автором

Таблица 1 – Этапы расчета показателя открытости при организации совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях*

Наименование этапа	Методика расчета	Примечание
1. Определение набора частных показателей, включаемых в обобщаемый показатель открытости	Анализ имеющихся показателей и отбор наиболее соответствующих к исследуемым организациям	
2. Определение минимального числа экспертов	$N_{\min} = 0,5 \times \left(\frac{3}{b} + 5\right)$	где b – допустимая вероятность ошибки экспертов от 0 до 1 (примем за 0,5)
3. Ранжирование, состоящее в расстановке показателей в порядке их предпочтения по важности или весомости	Первый ранг присваивался самому менее важному показателю, второй – следующему по важности	
4. Определение коэффициента весомости	$m'_i = \frac{m_i}{\sum_{i=1}^p m_i}$	где m'_i – нормированный коэффициент весомости i -го показателя; m_i – коэффициент весомости i -го показателя; p – число показателей
5. Приведение значений ранжирования в агрегированный вид методом максимум-минимум	$O_{ji} = \frac{m_j - m_{\min}}{m_{\max} - m_{\min}}$	где m_j – сумма рангов, полученная методом экспертных оценок; m_{\min} – минимальное значение показателя оценки; m_{\max} – максимальное значение показателя оценки
6. Выявление согласованности мнений экспертов через коэффициент конкордации Кендалла	$W = \frac{12 \times S}{n^2 \times (m^3 - m)}$	Где S – сумма квадратов отклонений всех оценок рангов; n – число экспертов; m – число объектов экспертизы
7. Определение каждого (j -го) агрегированного показателя с учетом коэффициента весомости	$\gamma_j^m = \sum O_j \times m'_i$	где O_j – относительный показатель; m'_i – коэффициент весомости
8. Расчет показателя открытости организации совместных закупок	$\gamma^m = \sum \gamma_j^m$	Методика предполагает расчет суммы всех значений агрегированных показателей

* Составлено автором.

В результате проведенного исследования получена динамика значений показателя открытости за 2020-2021 гг.: для кооперационно-сетевых взаимодействий при организации совместных закупок потребительских товаров «Союз покупателей», «Совместные покупки», «Клуб успешных приобретений» (рисунок 3).

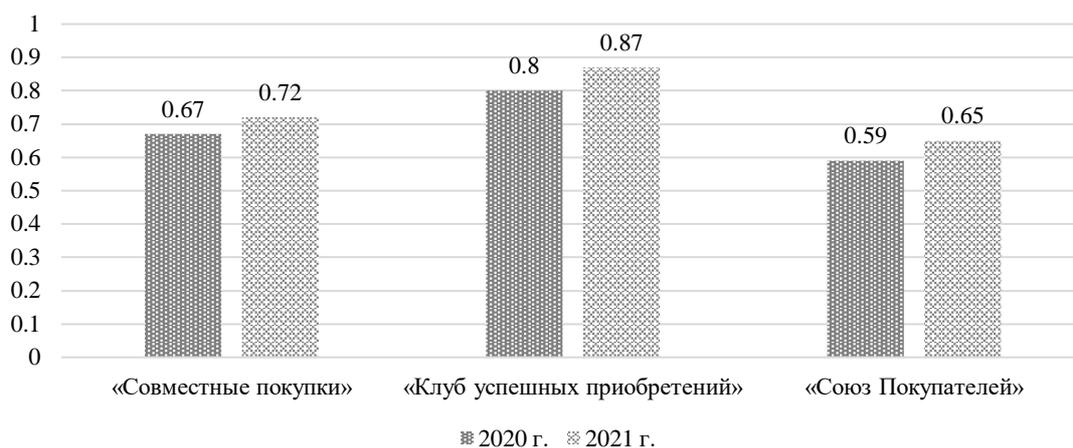


Рисунок 3 – Значение показателя открытости организации совместных закупок потребительских товаров в 2020-2021 году, ед., рассчитано автором

Различные значения показателя определены разной степенью открытости данных, которую характеризуют информационный анонс условий закупок, возможность и форматы обратной связи (контактирование), политика защиты интересов участников платформы, предлагаемый ассортимент и время функционирования платформы. Все это в условиях одновременного принятия решений участниками совместной закупки проявляется в синергетическом эффекте сетевого взаимодействия, подход к оценке которого, раскрывается в рамках предлагаемой методики.

Синергетический эффект определен автором, как максимальное количество закупок, возможных к участию в момент времени с заданными показателями открытости и долей Интернет-распространения.

Проведенные расчеты показали перекрестный положительный эффект во всех исследуемых кооперационно-сетевых взаимодействиях, – рост количества участников взаимодействий ведет к увеличению числа организованных закупок. Наибольший синергетический эффект создан кооперационно-сетевым взаимодействием «Клуб успешных приобретений», что обусловлено масштабом сети, количеством и дифференциацией ее участников, увеличивающимся сообществом потребителей и активными процессами контактирования, и при расчетах определило высокие значения показателей открытости и количества закупок (рисунок 4).

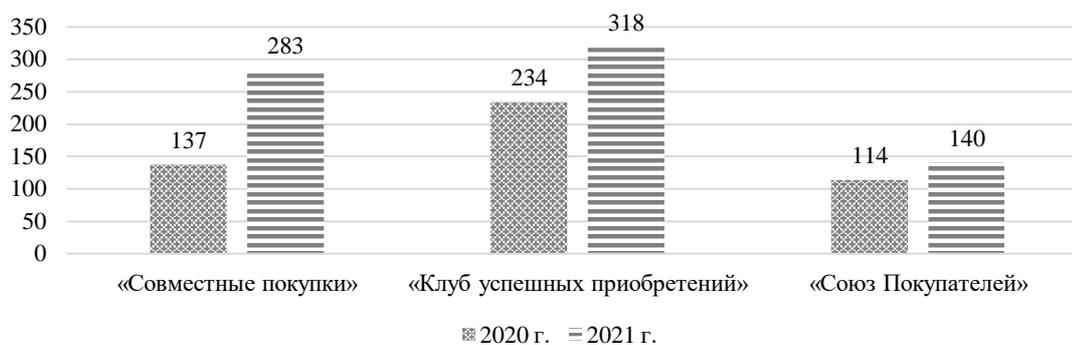


Рисунок 4 – Синергетический эффект при организации совместных закупок потребительских товаров в 2020-2021 гг., ед., рассчитано автором

Таким образом, разработанная методика оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров позволяет осуществить количественную и качественную оценку синергии взаимодействия участников экономических и организационно-управленческих отношений и моделирование организации совместных закупок потребительских товаров.

4. Спроектирована модель организации совместных закупок потребительских товаров, включающая элементы и структуру кооперационно-сетевых взаимодействий, осуществляемых в условиях электронных платформ.

Проведенный комплексный анализ развития взаимодействий при организации совместных закупок (продовольственных товаров), базовых электронных платформ, а также видов, целей и функционала их участников позволил спроектировать соответствующую модель, включающую следующие элементы (рисунок 5):

- электронная платформа форумного типа как база для осуществления кооперационно-сетевых взаимодействий в роли управляющего центра;
- взаимодействующие стороны (организатор, производитель, поставщик, конечное звено, центры раздачи, службы доставки);
- функционал организации, управляющей электронной платформой;
- характеристики экономических и управленческих отношений при организации совместных закупок;
- этапы организации совместных закупок во взаимосвязи с развитием взаимодействий, услуг и их инновационных процессов.

Предложенная модель организации совместных закупок потребительских товаров, отличающаяся определением категорий участников кооперационно-сетевых взаимодействий с выделением пяти видов групп оказываемых услуг, позволяет раскрыть содержание электронной платформы как прорывной инновации с конкретизацией ее целевых функций, особенностей экономических и управленческих отношений и элементов организации процессов оказания услуг.

Модель раскрывает уровни и направления взаимодействий организации совместных закупок потребительских товаров, порождающих синергию для дальнейшей трансформации кооперационно- сетевого взаимодействия в условиях развития цифровизации бизнес-процессов и «оцифровки» участия потребителя при оказании услуг. Так форум совместных закупок как электронная платформа развивается в концепции прорывных инноваций, где изменение паттерна потребительского поведения становится импульсом к совершенствованию отношений участников.

Адаптация предложенной модели к области наблюдения, – деятельности исследуемых кооперационно-сетевых взаимодействий, выявила явления и процессы, требующие совершенствования. В изучаемых структурах взаимодействий при организации совместных закупок отмечено отсутствие сформулированной миссии и задач. Кроме того, в одной из исследуемых структур

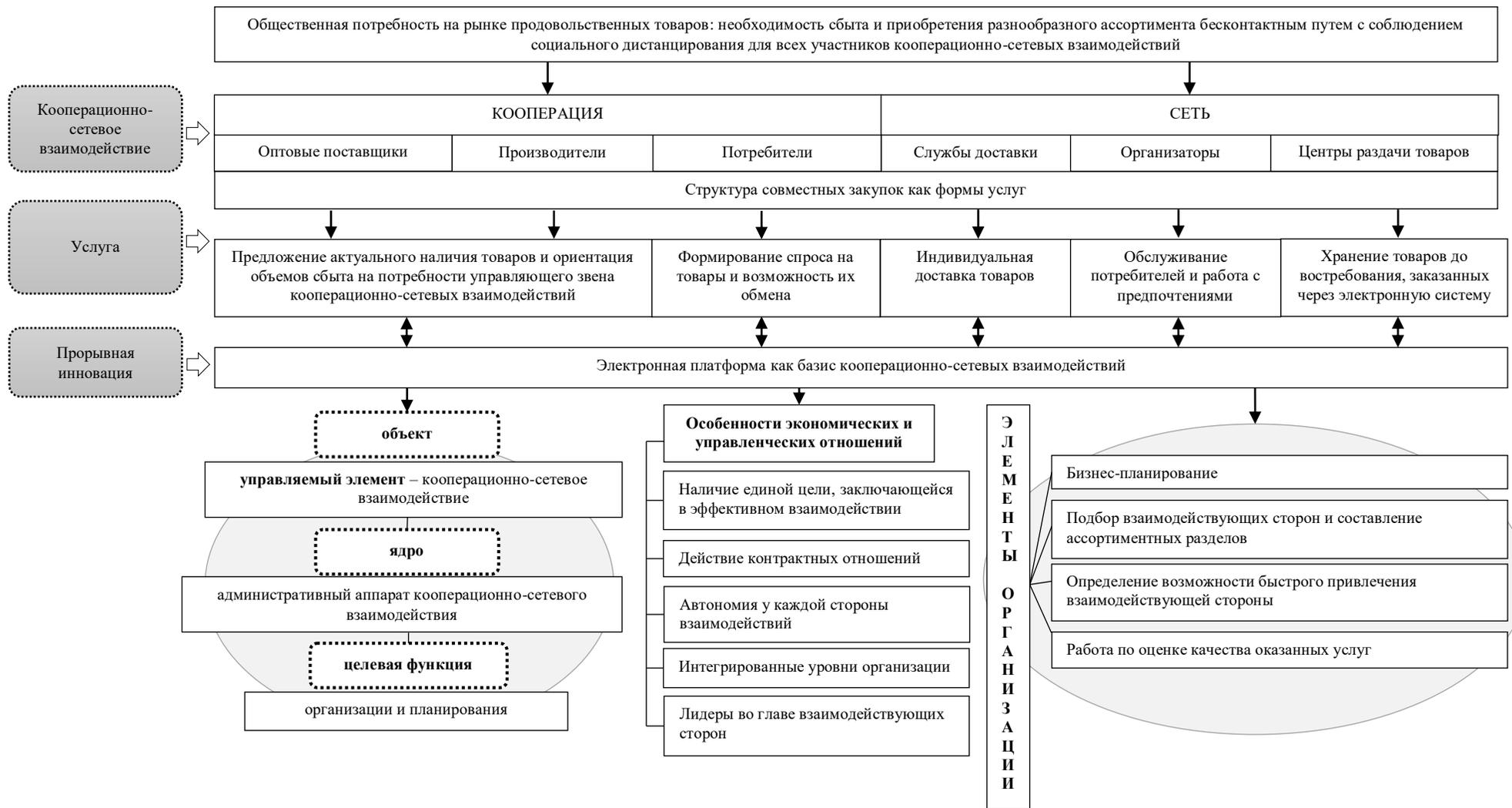


Рисунок 5 – Модель организации совместных закупок потребительских товаров в кооперационно-сетевых взаимодействиях, составлено автором

совместных закупок «Союз покупателей» показатель открытости имеет низкое значение (рисунок 3 автореферата).

Автор полагает, что проработка элементов модели по блоку «сеть» на уровнях «кооперационно-сетевые взаимодействия» и «услуга» в части форм доставки товаров, хранения товаров до востребования и других вариантов, формирующих ценностное предложение услуги, позволит совершенствовать деятельность исследуемой и других структур организации совместных закупок.

III. Заключение

Исследования, проведенные в диссертации в рамках поставленной цели и задач, сформировали следующие результаты:

– при изучении проблематики понятийного аппарата услуг совместного потребления и генезиса совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях, выявлена недостаточность общепринятых терминов, характеризующих свойства услуг, проявляющиеся в условиях взаимодействий, сформулированы предложения по дополнению общепринятых классификаторов услуг в отношении услуг совместного потребления и дано определение понятию «совместные закупки потребительских товаров»;

– на основе анализа существующих классификаций торговых сетей, расширено содержание кооперационно-сетевых взаимодействий дополнением классификации сетей (моносети и дуосети) полисетью, которая нивелирует границы регионального и федерального уровня в онлайн-пространстве;

– в ходе исследования методологических основ и оценочного инструментария взаимодействий экономических субъектов, разработана методика оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров, как специфической формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях;

– на основе комплексного анализа векторов развития взаимодействий при организации совместных закупок, базовых электронных платформ, а также видов, целей и функционала их участников, спроектирована модель организации совместных закупок потребительских товаров как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях.

Дальнейшие направления исследования заключаются в возможности продолжения работы по развитию состава научных дефиниций экономики совместного потребления, внедрению методики оценки экономической эффективности организации совместных закупок потребительских товаров в аналитические сервисы соответствующих электронных платформ, а также разработке регламентирующих параметров открытости политики защиты интересов участников кооперационно-сетевых взаимодействий.

IV. Список работ, в которых опубликованы основные положения диссертации

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Ананина, Р.Ф. Совместные покупки как вид кооперационно-сетевых

взаимодействий потребителей и бизнеса / Р.Ф. Ананина, В.В. Куимов // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – №18. – С. 2665–2675.

2. Ананина, Р.Ф. Оценка кооперационно-сетевых взаимодействий через системный подход / Р.Ф. Ананина, В.В. Куимов // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – №24. – С. 4117–4124.

3. Ананина, Р.Ф. Роль услуг в структуре кооперационно-сетевых взаимодействий / Р.Ф. Ананина // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №1 (102). – С. 1219–1224.

4. Ананина, Р.Ф. Методика оценки совместных закупок продовольственных товаров / Р.Ф. Ананина, В.В. Куимов // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №3. – С. 997–1001.

5. Ананина, Р.Ф. Свойства услуг и их классификация с учетом кооперационно-сетевых взаимодействий / Р.Ф. Ананина // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – №5 (часть 1). – С. 5-11.

6. Ананина, Р.Ф. Организация совместных закупок как форма услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях / Р.Ф. Ананина // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №8. – С. 838–841.

7. Ананина, Р.Ф. Модель организации совместных закупок как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях и разработка механизма совершенствования / Р.Ф. Ананина, В.В. Куимов // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – №12. – С. 4725-4734.

8. Ананина Р.Ф. Экосистема рынка услуг совместного потребления: элементы, практика развития, перспективы роста в экономике и интеграция в глобальные цепи поставок / Р.Ф. Ананина, В.В. Куимов, Е.В. Щербенко // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 7. – С. 2587-2598.

Монографии:

9. Ананина, Р.Ф. Совместные закупки как кооперационно-сетевые взаимодействия на современном рынке / Р.Ф. Ананина // Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов: монография / под общ. ред. В.В. Куимова. – М.: ИНФРА-М, 2019. – С. 140-154.

10. Ананина, Р.Ф., Куимов, В.В. Организация совместных закупок как формы услуг в кооперационно-сетевых взаимодействиях: монография / В.В. Куимов, Р.Ф. Ананина. – М.: Первое экономическое издательство, 2020. – 244 с.

Статьи, опубликованные в прочих изданиях:

11. Ананина, Р.Ф. Особенности формирования кооперационно-сетевых взаимодействий среди предприятий в городах Красноярского края / Р.Ф. Ананина // Теория и практика коммерческой деятельности: сб. материалов XVII Всеросс. с междунар. участием науч.–практ. конф. студентов, аспирантов, молодых ученых и специалистов. Красноярск, 13–14 апреля 2017 г. / отв. за вып. О. В. Рубан. – Красноярск: Сиб. федер. ун–т, 2017. – С. 265–268.

12. Ананина, Р.Ф. Подходы к исследованию кооперационно-сетевых взаимодействий / Р.Ф. Ананина // Новое слово в науке: стратегии развития: материалы VII Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 21 дек. 2018 г.) / редкол.: О.Н. Широков и др. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2018. – С.

125–130.

13. Ананина, Р.Ф. Роль виртуальных платформ как источников услуг, формирующих кооперационно-сетевые взаимодействия / Р.Ф. Ананина // Теория и практика коммерческой деятельности: сб. материалов XVIII Всеросс. с междунар. участием науч.-практ. конф. студентов, аспирантов, молодых ученых и специалистов. Красноярск, 19–20 апреля 2018 г. / отв. за вып. О. В. Рубан. – Красноярск: Сиб. федер. ун–т, 2018. – С. 451–455.

14. Ананина, Р.Ф. Характеристики развития совместных закупок на территории Красноярского края / Р.Ф. Ананина // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса: сб. материалов II Всероссийской научно-практической конференции с междунар. участием. Красноярск, 24-26 января 2019 г. / под общ. ред. Ю. Ю. Суловой. – Красноярск: Сиб. федер. ун–т, 2019. – С. 544-546.

15. Ананина, Р.Ф. Трансферирование услуг в экономике совместного потребления: особенности развития в период пандемии / Р.Ф. Ананина // Теория и практика коммерческой деятельности: сб. материалов XX Международной научно-практической конференции, 12-14 мая 2020 г. / отв. за выпуск О.В. Рубан. – Красноярск: Сиб. федер. ун–т, 2021. – С. 204-209.

16. Ананина, Р.Ф. Совместные покупки или закупки: терминологические отличия, практика научного применения [Электронный ресурс] // Международная онлайн-конференция «Научный диалог: экономика и управление». – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс». – Режим доступа: https://interactive-plus.ru/article/555383/discussion_platform (дата обращения: 20.11.2022)

17. Ananina R.F. Modeling of the organization of joint purchases of consumer goods in the conditions of electronic platforms // Proceedings of the XVI International Multidisciplinary Conference «Innovations and Tendencies of State-of-Art Science». Mijnbestseller Nederland, Rotterdam, Nederland. 2022. – P. 29-32.