

На правах рукописи



Веремеенко Ольга Сергеевна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА РЫНКЕ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Красноярск – 2023

Диссертационная работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Сибирский федеральный университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, доцент
Суслова Юлия Юрьевна

Официальные оппоненты: **Пирогова Оксана Евгеньевна**
доктор экономических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», Высшая школа сервиса и торговли, профессор

Макарова Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Среднерусский институт управления - филиал Российской академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», кафедра «Пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела», доцент

Ведущая организация: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»

Защита диссертации состоится 19 мая 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 « ____ » _____ 2023 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



Е.В. Щербенко

I. Общая характеристика работы

Актуальность темы диссертационного исследования. Сфера розничной торговли является связующим звеном между поставщиками товаров (производителями, предприятиями оптовой торговли) и индивидуальными потребителями (домохозяйствами), формируя условия функционирования субъектов рынка.

Современное состояние услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров характеризуется значительными изменениями вследствие цифровизации экономики, развитием новых моделей поведения потребителей и форм взаимодействия хозяйствующих субъектов, формирующих ценностное предложение услуги розничной торговли. Необходимая для современных предприятий розничной торговли сферы продовольственных товаров корректировка бизнес-процессов при стремлении к омниканальности, требует новых подходов к оценке эффективности оказания услуг для их развития в форматах традиционной и online реализации.

Современные механизмы повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров все в большей степени формируются с использованием цифровых инструментов, однако специфика изучаемого рынка определяет необходимость интеграции методов продаж при их паритетном участии в формировании прибыли, развитии имиджевой составляющей, конкурентных преимуществ и охвата рынка предприятия.

Существующий методический аппарат недостаточно полно позволяет оценить эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров при одновременном использовании традиционных и цифровых каналов продаж. Предлагаемые методики оценки эффективности услуг розничной торговли раскрывают, в большей степени, отдельные составляющие эффективности и не учитывают посредническую роль услуг розничной торговли при взаимодействии (в т.ч. цифровых форматов) участников рынка продовольственных товаров в процессе оказания услуг.

Это вызывает необходимость исследования характеристик и содержания услуг розничной торговли с учетом специфики рынка продовольственных товаров, формирования механизма повышения эффективности услуг и разработки методических приемов ее оценки в условиях развития новых методов и инструментов торговой практики и взаимодействий, что определяет актуальность темы диссертационного исследования.

Степень разработанности научной проблемы. Научные взгляды автора по исследуемой проблематике сформированы на основе изучения и анализа работ отечественных и зарубежных ученых в области экономической теории, экономики сферы услуг, в том числе экономики торговли.

Исследования в области содержания категории «Услуга розничной торговли», сформировавшие авторское видение, представлены в работах зарубежных и отечественных учёных, в т.ч.: П. Калена, Э. Ньюмена, И.Ш. Дзахмишева, В.Ф. Егорова, Д.А. Карха, В.А. Лазарева, А.Р. Набиевой, И.Т. Насретдинова, Т.И. Николаевой, О.В. Памбухчиянц, Н.Г. Пахомовой, Ж.П. Шнорр и др. Теоретические основы функционирования продовольственного рынка с позиции

воспроизводственного и институционального подходов сформированы в работах отечественных авторов А.И. Алтухова, В.И. Беляева, Л.И.Зининой, Ю.Б. Костровой, А.С. Новоселова, Ю.Ю. Сусловой, Е.В. Щербенко, Л.В. Юшковой и др.

Становление взглядов на содержание категории «Эффективность» в сфере торговли прослеживается в трудах зарубежных ученых: А. Монкретьена, Т. Мана, Ж.Б. Сея, К. Менгера, Л. Вальраса, Д. Неймана, О. Моргенштерна и др., а также отечественных исследователей: В.Б. Батиевской, С.К. Демченко, О.Н. Есиной, Е.М. Кобозевой, Г.А. Коржовой, В.С. Лаврова, Т.Н. Макаровой, Е.М. Мерзликиной, О.Е. Пироговой, О.С. Сухарева, Т.С. Таничевой, Н.Н. Терещенко, И.А. Тойменцевой, Л.Н. Трофимовой и др. Вопросам систематизации факторов, влияющих на эффективность услуг розничной торговли уделено значительное внимание в работах Ю.Л. Александрова, О.Н. Есиной, З.А. Капелюк, С.И. Курдюкова, Т.Н. Макаровой, В.В. Никишкина, Т.Н. Самариной, Н.Н. Терещенко, Л.Н. Трофимовой, Р.Р. Хусаенова, Ж.П. Шнорр и др.

Проблемам разработки механизма повышения эффективности в сфере розничной торговли посвящены работы Н.В. Астафьевой, М.К. Ахтямова, Е.А. Гончар, Д.К. Балахановой, Т.В. Медведевой, А.Б. Смирнова, Л.А. Сосуновой, Д.В. Черновой и др. Аспекты оценки эффективности услуг розничной торговли раскрываются в работах С.И. Барановского, М.В. Высочиной, В.Н. Гавриловой, О.Н. Есиной, Д.А. Карха, В.С. Лаврова, Т.Н. Макаровой, Г.В. Маклакова, О.Е. Пироговой, С.А. Сорока, Н.Н. Терещенко, Л.Н. Трофимовой и др.

Несмотря на широкий охват исследований зарубежных и отечественных ученых в области эффективности услуг розничной торговли понятийный аппарат научных дефиниций изучаемой сферы видится не полно представленным. Также недостаточно полно отражены методики оценки услуг розничной торговли в комплексе ее составляющих. В экономической литературе не сформировалось целостного научного взгляда в отношении механизма повышения эффективности услуг розничной торговли, учитывающего специфику рынка продовольственных товаров. Указанные проблемные аспекты определили цель, задачи диссертационного исследования, сформировали его этапы и элементы научной новизны.

Цель диссертационного исследования заключается в разработке методических положений совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров. Реализация поставленной цели обусловила необходимость решения ряда взаимосвязанных задач.

1. На основе исследования содержания категорий «услуга розничной торговли», «услуга розничной торговли на рынке продовольственных товаров» и «эффективность», конкретизировать понятие «эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров».

2. Рассмотреть концептуальные подходы к разработке механизма повышения эффективности услуг розничной торговли, на основе чего предложить его модель, учитывающую специфику рынка продовольственных товаров и субъектную структуру оказания услуги.

3. Сформировать и апробировать методику оценки эффективности услуг розничной торговли с формированием системы показателей по направлениям

взаимодействия субъектов оказания услуг и с учетом факторов, влияющих на их эффективность.

4. Обосновать направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе процессов цифровизации.

Объект исследования – предприятия, оказывающие услуги розничной торговли по реализации продовольственных товаров.

Предмет исследования – совокупность экономических и организационно-управленческих отношений, возникающих в процессе формирования и совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров.

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» (экономические науки), Экономика сферы услуг: п.4.13. Экономика торговли. Оптовая и розничная торговля, 4.18. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг.

Теоретическая и методологическая основа исследования. Теоретическую основу диссертационного исследования формируют фундаментальные положения отечественных и зарубежных ученых в области институциональной экономической теории, экономики сферы услуг, экономики торговли на региональных и общенациональных рынках, посвященные теоретическим и прикладным аспектам оценки эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров и особенностям взаимодействия его участников, совершенствованию механизма повышения эффективности услуг.

В процессе диссертационного исследования применены в качестве основополагающих: субъектный, результативный и процессный научно-методические подходы; общенаучные подходы, такие как эволюционный, дифференцированный, системный, комплексный и др., а также функционально-средовой, ресурсный, затратный и интегральный подходы; различные методы и инструментарии, в частности методы научного познания (анализ, синтез), эмпирические методы (сравнения, наблюдения), метод экспертных оценок, статистические методы структурного и динамического анализа, методы прогнозирования на основе корреляционно-регрессионного анализа и др.

Информационная база исследования сформирована официальными материалами Минэкономразвития России, нормативно-законодательными актами Российской Федерации в сфере регулирования торговой деятельности; бухгалтерской и статистической отчетностью организаций розничной торговли продовольственными товарами, статистическими данными Единой межведомственной информационно-статистической системы; материалами, представленными в научной и методической литературе, результатами научных работ, опубликованных автором в научных изданиях.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке научно-методических подходов к оценке эффективности услуг

розничной торговли с учетом специфики рынка продовольственных товаров, субъектной структуры оказания услуги, механизма повышения эффективности данного вида услуг и направлений его совершенствования в условиях цифровизации, что формирует научные результаты, полученные лично автором и обладающие элементами новизны.

1. Уточнено содержание и понятие категории «эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров», отличительной особенностью которого является учет характеристик услуги на исследуемом рынке, дополнение изучаемой категории аспектом взаимодействия хозяйствующих субъектов и применение субъектного, процессного, результативного научно-методических подходов, что позволяет детализировать систему показателей эффективности услуг по выделенным автором направлениям взаимодействий.

2. Сформирован механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров в соответствии с традиционной бизнес-моделью, отличающийся применением синтеза обоснованных научно-методических подходов при согласовании ценностей, задач, функций, методов, инструментов взаимодействий розничного торгового предприятия с его целевыми установками, что позволяет обеспечить рост эффективности услуги через совершенствование бизнес-модели.

3. Разработана методика оценки эффективности услуг розничной торговли, отличающаяся формированием системы показателей по направлениям взаимодействия с расчетом комплексного коэффициента, агрегирующего систему частных показателей, применение которой позволяет оценить уровень реализации услуг и определить пути их развития с учетом предложенной автором классификации факторов по виду ресурсного потенциала территории, влияющих на эффективность услуг.

4. Предложена модель цифровизации механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров, отличающаяся включением в нее процессов цифровизации, расчета показателя уровня цифрового развития услуг розничной торговли и построение матрицы соответствия «эффективность услуг - уровень цифрового развития», формирующая альтернативы трансформации традиционной бизнес-модели предприятия розничной торговли для перехода в формат омниканальности.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в дополнении теоретических и разработке методических положений оценки эффективности услуг розничной торговли, совершенствовании механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров в условиях развития цифровой экономики.

Представленные в работе теоретические положения исследования эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров развивают методический инструментарий на основе учета взаимодействия субъектов рынка в процессе оказания услуг и формируют направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли традиционных форматов при применении цифровых технологий.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что полученные результаты могут быть использованы органами государственной власти субъектов РФ при разработке и реализации программ социально-экономического развития регионов, в том числе розничной торговли на рынке продовольственных товаров, а также хозяйствующими субъектами для формирования направлений цифровой трансформации традиционных бизнес-моделей и развития омниканальности, что будет способствовать повышению эффективности функционирования предприятий розничной торговли в условиях цифровизации и более полному удовлетворению потребностей и спроса населения на рынке продовольственных товаров.

Теоретические положения и практические выводы диссертационного исследования применимы в образовательной деятельности вузов для профессиональной подготовки по направлениям «Торговое дело», «Менеджмент», «Экономика», «Товароведение» и в системе переподготовки и повышения квалификации управленческих кадров.

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

1. Предложено определение категории «эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров» с учетом характеристик содержания услуги на исследуемом рынке, которое раскрывает оценку эффективности услуги розничной торговли в комплексе выделенных направлений взаимодействий участников процесса оказания услуг розничной торговли.

2. Предложен механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе их традиционной бизнес-модели, структурирующий факторы, направления взаимодействия и субъектный состав оказания услуги с детализацией целей, задач, функций, методов и инструментов взаимодействия участников, обеспечивающих повышение эффективности услуги розничной торговли.

3. Разработана и апробирована методика оценки эффективности услуг розничной торговли с формированием системы частных и обобщающих показателей по направлениям взаимодействия, интегрированных в комплексный коэффициент эффективности услуг розничной торговли.

4. Сформирована модель совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе цифровизации, структурирующая цифровые инструменты и технологии по субъектам взаимодействия и бизнес-процессам предприятия, оказывающего услугу, с учетом цифровых компетенций, ресурсов и инфраструктуры, позволяющая оценить уровень цифрового развития услуг, на основе предложенного автором показателя.

Обоснованность полученных результатов и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертационной работе, подтверждается использованием научных трудов зарубежных и отечественных ученых, применением общенаучных и специальных методов исследования, достаточного временного ряда, достоверностью информационно-статистического обеспечения, а также репрезентативностью данных выборочных исследований и результатами апробации.

Внедрение и апробация результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на научно-практических конференциях различного уровня в 2016 - 2022 гг.: Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: «Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса» (Красноярск, Россия, 2022), Международном научно-практическом форуме по проблемам устойчивого развития в цифровом мире: человек, экономика, технологии, социум (Красноярск, Россия, 2022), Международной научно-практической конференции «Теория и практика коммерческой деятельности. Глобальная цифровизация как инструмент трансформации» (Красноярск, Россия, 2022), Международной научно-практической конференции «Экономика XXI века» (Новосибирск, Россия, 2021); Международной научно-практической конференции «Россия и Европа: связь культуры и экономики» (Прага, Чешская республика, 2020); Международной научно-практической конференции «Маркетинговое управление конкурентоспособностью в условиях глобальных вызовов» (Днепр, Украина, 2020); Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Региональный рынок в условиях кризиса» (Красноярск, Россия, 2017); Международной конференции «Социально-экономические инновации: тенденции, прогнозы и перспективы» (Ставрополь, Россия, 2016).

По тематике диссертационного исследования автором в качестве исполнителя проведены научно-исследовательские работы: «Состояние сферы розничной торговли, общественного питания, бытового обслуживания города Красноярска» (договор МК58 от 22.06.2021, заказчик Департамент экономической политики и инвестиционного развития при Администрации г.Красноярска), 2021 год; целевая научно-техническая программа «Формирование системы продовольственной безопасности региона» (договор № 02201252621 от 19.12.2011, заказчик КГТЭИ, г.Красноярск), 2011 год; «Формирование рынка продовольственных товаров региона Красноярского края: проблемы и перспективы» (грант № ГВ 08-05, заказчик Администрация Красноярского края), 2005 год.

Рекомендации по повышению эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров отражены в деятельности предприятий АО «Тандер» (филиал розничной торговой сети «Магнит», Красноярский край), ООО «Норд», теоретические и методологические разработки автора используются в учебном процессе Сибирского федерального университета, что подтверждено соответствующими документами (актами внедрения).

Публикации по теме исследования. По теме диссертационного исследования опубликовано 14 основных работ общим объёмом 8 п.л. (авт. 5,8 п.л.), в том числе 5 статей в изданиях, рекомендованных для публикации научных результатов диссертации ВАК РФ, объёмом 3,7 п.л. (авт. 2,5 п.л.).

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка литературы из 201 источника и 24 приложений. Основной текст изложен на 148 страницах без учета приложений, содержит 16 таблиц и 39 рисунков.

II. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ

1. Предложено определение категории «эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров» с учетом характеристик содержания услуги на исследуемом рынке, которое раскрывает оценку эффективности услуги розничной торговли в комплексе выделенных направлений взаимодействий участников процесса оказания услуг розничной торговли.

При исследовании содержания понятия «услуга розничной торговли» автором выявлено, что данная категория в существующих трактовках зарубежных и отечественных ученых отражает, в основном, аспекты взаимодействия продавца и покупателя. Это не полно раскрывает роль розничной торговли как хозяйствующего субъекта рыночных отношений, оказывающего посреднические услуги товаропроизводителям, предприятиям оптовой торговли, формируя при этом систему разного рода организационно-экономических взаимодействий по движению товара к потребителю.

На основе синтеза субъектного, процессного и результативного подходов автором, при характеристике места и роли услуги розничной торговли в системе товародвижения, уточнено понятие «услуга розничной торговли» с учетом взаимодействия участников рынка в процессе оказания услуги. В развитие этих положений, на основе изучения особенностей и специфики взаимодействий субъектов рынка продовольственных товаров в работе раскрыты содержание и характеристики услуги розничной торговли на рынке продовольственных товаров и конкретизировано ее определение.

Автор полагает, что ценностное предложение на рынке продовольственных товаров, создаваемое для конечного потребителя в процессе оказания услуги розничной торговли, формируется за счет взаимодействия и взаимозависимости субъектов сфер производства и товарного обращения. Это определяет совокупное влияние на результат оказания услуги для потребителя усилий розничной торговли, производителей (качество продукта, сроки поставок и др.), оптовиков, транспортно-логистических структур (условия складирования, транспортировки и хранения, логистика и пр.) и др. (рисунок 1).

Уточнение содержания услуги розничной торговли на рынке продовольственных товаров, а также изучение эволюции подходов к определению понятия «эффективность» позволило автору систематизировать суждения относительно категории «эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров» и предложить ее определение: *«Эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров – это степень достижения оптимального соотношения результата и показателей, его формирующих, за счет осуществления экономической, организационно-экономической и социальной деятельности предприятия розничной торговли в процессе создания нематериального блага по предложению и реализации продовольственных товаров в конечном звене посреднической цепи; с обеспечением взаимодействия и взаимозависимости хозяйствующих субъектов производственно-сбытовой сферы и потребителей на основе функционирования основных бизнес-процессов предприятия».*



Рисунок 1 – Характеристика услуги розничной торговли на рынке продовольственных товаров, составлено автором

Предложенное понятие расширяет границы оценки эффективности услуг розничной торговли, определяя необходимость учета параметров, характеризующих взаимодействия как с партнерами производственно-сбытовой сферы, так и с потребителями и структурируя их в разрезе на экономические (финансовые результаты от предоставления услуг), организационно-экономические (процессы по доведению товара до конечного потребителя) и социальные (удовлетворение потребностей и спроса населения) аспекты деятельности. Авторское дополнение аспектов взаимодействия и взаимозависимости экономических субъектов является основой разработки методических положений комплексной оценки эффективности услуги розничной торговли.

2. Предложен механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе их традиционной бизнес-модели, структурирующий факторы, направления взаимодействия и субъектный состав оказания услуги с детализацией целей, задач, функций, методов и инструментов взаимодействия участников, обеспечивающих повышение эффективности услуги розничной торговли.

Изучение и обобщение трудов отечественных экономистов позволило автору сформировать механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров с использованием системного, функционально-средового, субъектного, процессного и результативного подходов. Системный подход определил взаимосвязанность и взаимозависимость отдельных элементов механизма. Функционально-средовой подход позволил выделить сложные взаимосвязи при взаимодействии элементов внутренней и внешней среды предприятия и самого процесса оказания услуги розничного торгового предприятия. Функции, методы и инструменты взаимодействия, в структуре предлагаемого механизма раскрыты с позиции субъектного подхода в направлениях сотрудничества с партнерами производственно-сбытовой сферы и потребителями, а также субъектного состава внешней среды. Результативный подход позволил автору раскрыть услугу розничной торговли рынка продовольственных товаров как совокупный результат взаимодействия его хозяйствующих субъектов, а повышение эффективности услуги, - как результат функционирования предложенного механизма (рисунок 2).

Предложенный механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров сформирован на основе традиционной бизнес-модели предприятия, которая выступает основой, структурирующей бизнес-процессы и взаимодействия при дальнейшем переходе к омниканальности в оказании услуги. Механизм учитывает специфику рынка продовольственных товаров, сложную структуру факторов и территориальную дифференциацию условий функционирования и взаимодействий его субъектов. В работе, на основе изучения тенденций развития региональных рынков продовольственных товаров, дана классификация факторов, влияющих на эффективность услуг розничной торговли, в т.ч. по предложенному автором признаку - виду ресурсного потенциала территории (региона).

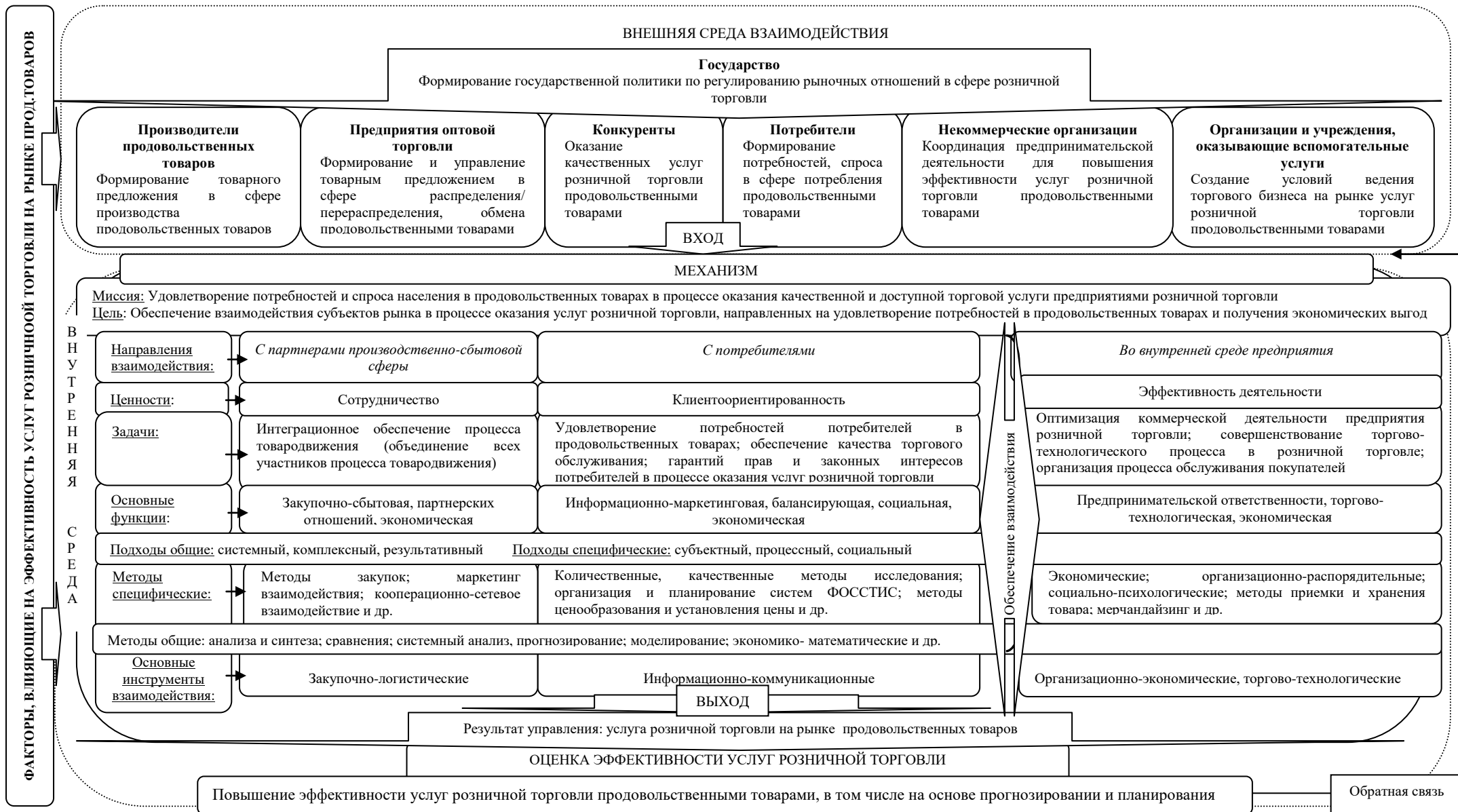


Рисунок 2 – Модель механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе традиционной бизнес-модели предприятия, составлено автором

Предложенный автором механизм, системно структурируя состав участников, их целевые установки и функции, а также основные инструменты взаимодействия оказания услуги розничной торговли, является основой формирования методики оценки их эффективности.

3. Разработана и апробирована методика оценки эффективности услуг розничной торговли с формированием системы частных и обобщающих показателей по направлениям взаимодействия, интегрированных в комплексный коэффициент эффективности услуг розничной торговли.

Проведенный автором анализ методических подходов и инструментов оценки эффективности услуг розничной торговли показал некоторую фрагментарность и недостаточную полноту существующего методического аппарата, слабый учет специфики взаимодействий с участниками совокупного создания услуги, а также сложность практического применения оценочного инструментария в разрезе бизнес-процессов предприятия розничной торговли. Традиционно применяемые к оценке эффективности услуг розничной торговли затратный, функциональный и ресурсный подходы, а также разрабатываемый рядом исследователей социальный подход, в целом, слабо интегрированы в комплексной оценке. В концепции исследования автор на основе синтеза системного, субъектного, процессного и результативного подходов предлагает комплексную методику оценки эффективности услуг розничной торговли, формирующую ряд последовательных этапов (рисунок 3).

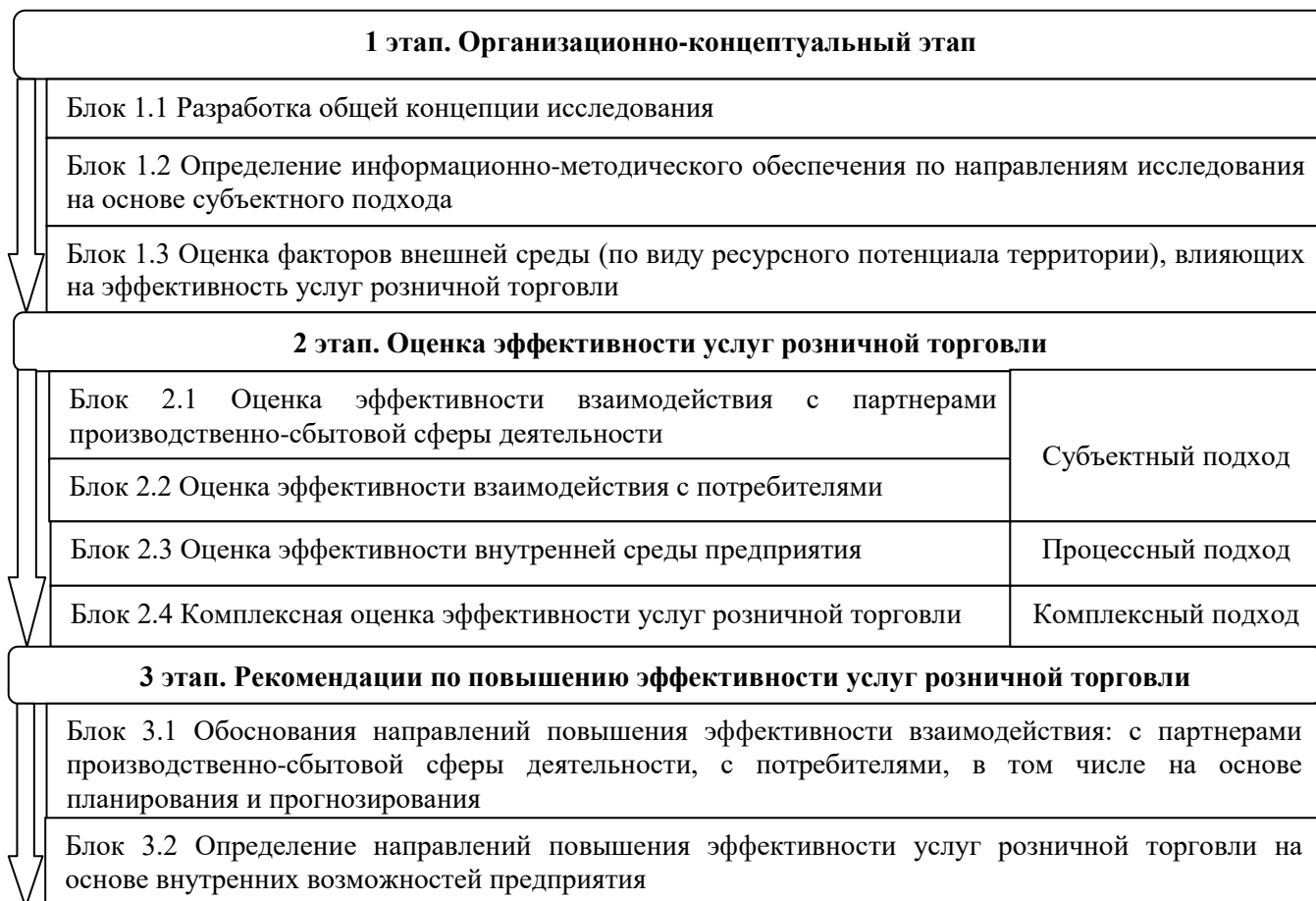


Рисунок 3 – Блок-схема оценки эффективности услуг розничной торговли, составлено автором

Реализация системного подхода позволила логически выстроить во взаимосвязи этапы, систему показателей оценки и сформировала комплексный характер исследования. Субъектный подход обеспечил проведение оценки эффективности по направлениям взаимодействия предприятия розничной торговли с основными субъектами рынка (партнерами производственно-сбытовой сферы и потребителями), что позволило учитывать не только те составляющие услуги, которые ориентированы на потребителя, но и ее параметры, формируемые посреднической ролью розничной торговли, ее взаимодействиями с производственно-сбытовой сферой. Процессный подход позволил рассматривать эффективность внутренней среды через учет основных бизнес-процессов предприятия по видам деятельности (финансово-экономическая, организационно-управленческая, маркетинговая, торгово-технологическая). Принципы результативного подхода реализованы в оценке эффективности услуг розничной торговли по предложенным автором шкалам ранжирования величин показателей оценки.

В логике этапов предлагаемой методики для оценки бизнес-процессов услуг розничной торговли, в диссертации разработана система частных, единичных и обобщающих показателей, сгруппированных по направлениям взаимодействия с последующим расчетом предложенного автором комплексного коэффициента эффективности услуг розничной торговли (КЭ УРТ) (таблица 1).

Таблица 1 – Система обобщающих показателей оценки эффективности услуг розничной торговли по направлениям взаимодействия, составлено автором

Показатель	Формула	Условные обозначения
<i>Оценка эффективности взаимодействия с партнерами производственно-сбытовой сферы деятельности</i>		
Коэффициент эффективности взаимодействия с производственно-сбытовой сферой (КЭпсс)	$KЭпсс = 0,4КВппр + 0,6КВопт$	где КВппр – к-т взаимодействия с производителями прод. товаров; КВопт – к-т взаимодействия с предприятиями оптовой торговли.
<i>Оценка эффективности взаимодействия с потребителями</i>		
Коэффициент эффективности взаимодействия с потребителями (КЭвс)	$KЭвс = 0,25КВУцен + 0,25Кса + 0,3Ккач облс + 0,2КопВсП$	где КВУ _{цен} – к-т восприятия уровня цен на прод. товары; К _{са} – к-т оценки соответствия ассортимента прод. товаров требованиям потребителей; Ккач облс – к-т качества обслуживания потребителей в предприятиях розничной торговли; КопВсП – к-т обобщенных показателей взаимодействия с потребителями.
<i>Оценка эффективности внутренней среды предприятия</i>		
Коэффициент эффективности функционирования внутренней среды (КЭвс)	$KЭвс = 0,2КЭфэд + 0,3КЭоуд + 0,25КЭмд + 0,25КЭ ттд$	где КЭфэд – к-т эффективности финансово-экономической деятельности; КЭоуд – к-т эффективности организационно-управленческой деятельности (эффективности персонала); КЭмд – к-т эффективности маркетинговой деятельности; КЭ ттд – к-т эффективности торгово-технологической деятельности.
<i>Комплексная оценка эффективности услуг розничной торговли</i>		
Обобщенный коэффициент эффективности услуг розничной торговли (КЭ УРТ)		
$KЭ УРТ = 0,25КЭпсс + 0,45КЭвс + 0,3КЭвс$		
Если КЭ УРТ < 0,6 – низкий уровень эффективности, услуги розничной торговли прод. товарами оказываются не эффективно; $0,6 \leq KЭ УРТ < 0,8$ – средний уровень, требуется анализ основных направлений реализации деятельности предприятия; $KЭ УРТ прод тов \leq 0,8$ – высокий уровень, услуги розничной торговли прод. товарами оказываются эффективно.		

Апробация предложенной методики оценки эффективности услуг розничной торговли, на примере предприятий розничной торговли, функционирующих на рынке рынка продовольственных товаров Красноярского края, позволила осуществить расчет обобщенного коэффициента эффективности услуг розничной торговли в динамике 2017-2021 гг. (рисунок 4):

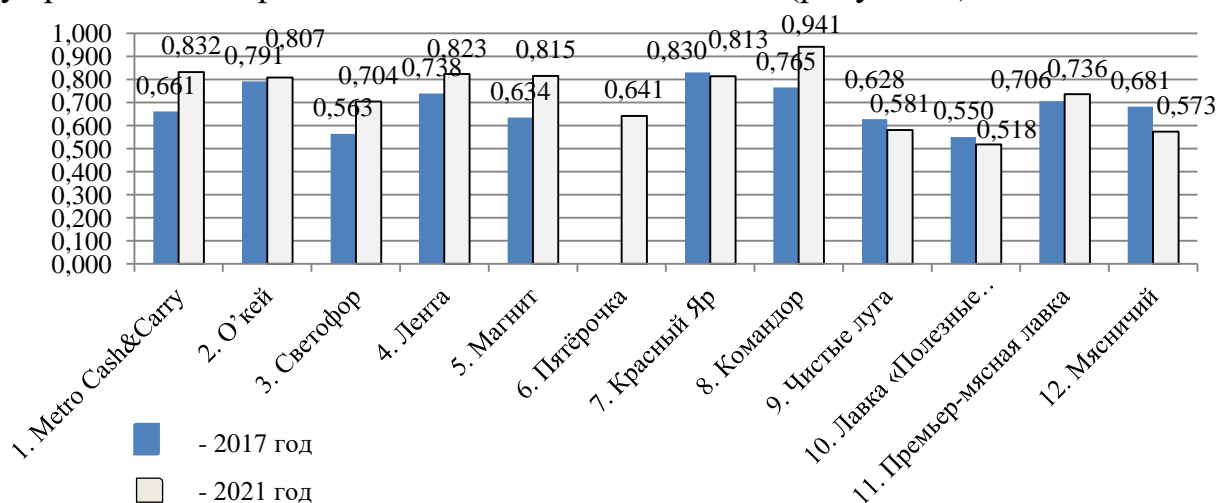


Рисунок 4 – Значение обобщенного коэффициента эффективности услуг розничной торговли в 2017 и 2021 году в Красноярском крае, составлено по данным исследования автора

Анализ данных проведенных расчетов по предложенным автором оценочным шкалам ранжирования показателей, показал на исследуемом рынке:

1) средний уровень эффективности услуг розничной торговли с тенденцией повышения для предприятий торговли с более широким ассортиментом и географией продаж;

2) постепенный прирост эффективности услуг торговых предприятий, недавно осваивающих рынок, (Н: ведущая федеральная сеть «Пятёрочка» в регионе Красноярского края имеет низкое значение показателя - 0,641 в 2021 г.);

3) низкий уровень эффективности услуг розничной торговли предприятий с узким ассортиментом и ограниченным спектром дополнительных услуг (Н: местные бренды «Чистые луга», «Лавка полезных продуктов», «Мясничий»).

Концепция исследования основана на совокупном характере формирования услуги розничной торговли. Предложенная методика, интегрируя для анализа выделенные автором направления взаимодействия создания услуги розничной торговли, выступает основой для оценки совокупных действий многих участников рынка по повышению ее эффективности. Так на эффективность услуги розничной торговли влияют и общие условия рынка, которые формируются, в том числе, деятельностью других экономических агентов рынка, непосредственно не участвующих в процессе создания и оказания услуги (государство, конкуренты, некоммерческие организации, инфраструктура и др.). Для учета степени этого воздействия, автором предложен показатель (коэффициент функционирования механизма повышения эффективности услуг), характеризующий влияние на процесс оказания услуги, интенсивности различных взаимодействий предприятия розничной торговли с субъектами рыночной среды (формула 1):

$$K_{мэ} = (0,18ИВ + 0,72КЭ УРТ) \times 100, \text{ где:} \quad (1)$$

Кмэ – комплексный коэффициент функционирования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли;

ИВ – интенсивность взаимодействия с субъектами рынка (государством, конкурентами, некоммерческими организациями, организациями и учреждениями, оказывающими вспомогательные услуги);

КЭ УРТ – коэффициент эффективности услуг розничной торговли;

$Kmэ < 40\%$ – низкий уровень функционирования механизма; $40\% \leq Kmэ < 70\%$ – средний уровень; $Kmэ \geq 70\%$ – высокий уровень.

В работе проведена оценка совместных усилий субъектов рынка продовольственных товаров, с использованием предложенного автором коэффициента функционирования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли (таблица 2).

Таблица 2 – Оценка функционирования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров в Красноярском крае в период 2017-2021 гг., составлено по данным исследования автора

Предприятие	Коэффициент функционирования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли (Кмэ)					
	2017	2018	2019	2020	2021	Оценка 2021
1. Metro Cash&Carry	58,32	64,08	59,22	66,42	70,56	Высокий
2. О'кей	67,86	59,58	58,86	60,48	68,94	Средний
3. Светофор	48,06	48,78	43,56	51,66	58,14	Средний
4. Лента	64,44	64,62	66,42	67,32	70,2	Высокий
5. Магнит	55,98	53,1	61,02	56,88	69,66	Средний
6. Пятёрочка	-	-	-	54,54	55,08	Средний
7. Красный Яр	71,1	63,18	63,18	64,62	69,66	Средний
8. Командор	66,24	63,54	92,52	63	79,02	Высокий
9. Чистые луга	51,3	54	47,52	85,68	48,24	Средний
10. Лавка «Полезные продукты»	47,34	45,18	44,28	46,62	45,18	Средний
11. Премьер-мясная лавка	58,14	51,3	53,64	47,52	60,84	Средний
12. Мясничий	57,24	53,64	53,1	58,86	49,32	Средний

Динамика проявляет тенденцию к росту показателя и амплитуду среднего его значения от 45,18% до 69,66%, что свидетельствует о развитии взаимодействий предприятий розничной торговли в процессе оказания услуг с партнерами, другими субъектами рыночной среды, а также о потенциале роста интенсивности такого рода сотрудничества и эффективности услуг розничной торговли.

4. Сформирована модель совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе цифровизации, структурирующая цифровые инструменты и технологии по субъектам взаимодействия и бизнес-процессам предприятия, оказывающего услугу, с учетом цифровых компетенций, ресурсов и инфраструктуры, позволяющая оценить уровень цифрового развития услуг, на основе предложенного автором показателя.

Розничная торговля, в том числе продовольственными товарами, является сферой наиболее активно внедряющей цифровые технологии. Однако, в основном, процессы цифровизации проявлены в сфере взаимодействия с потребителем и государственными органами (ФНС, УФСГС, ФСС и др.). Исследования показали, что темпы цифровой трансформации торгово-

технологических процессов создания и оказания услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров несколько отстают от современных трендов и определяют необходимость изменения традиционной бизнес-модели предприятия. На основе проведенной оценки эффективности услуг розничной торговли, автором разработаны направления ее повышения в отношении взаимодействия с потребителями и партнерами производственно-сбытовой сферы, совершенствования внутренних процессов предприятия, а также определена необходимость трансформации его традиционной бизнес-модели в формат омниканальности (рисунок 5).

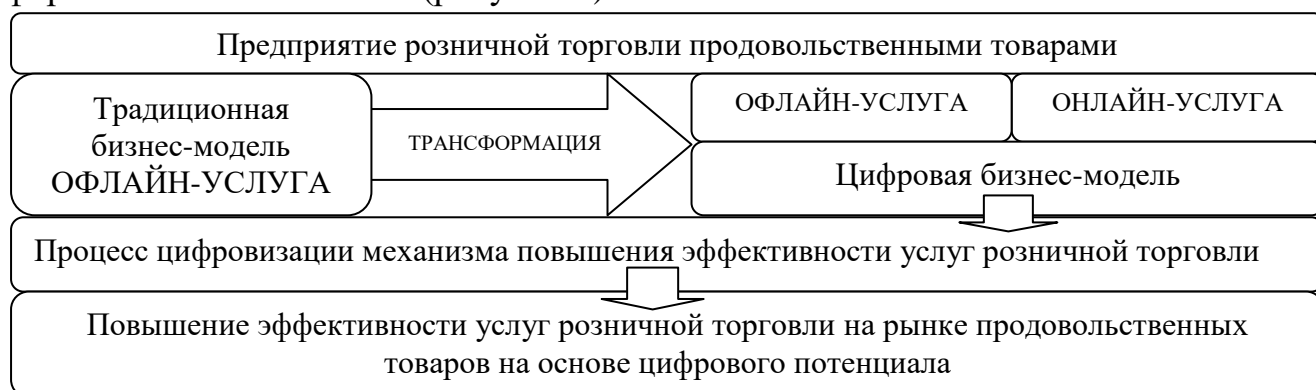


Рисунок 5 – Бизнес-модель предприятия розничной торговли продовольственными товарами в условиях развития цифровой экономики, составлено автором

Совокупный характер создания и оказания услуги в условиях развития цифровой экономики формирует для торгового бизнеса и его партнеров необходимость цифровизации соответствующих бизнес-процессов. Развивая это положение, автор предлагает модель совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе процессов цифровизации (рисунок 6), в т.ч. учитывающую:

- формирование цифровой среды взаимодействия на основе присутствия нового формата субъекта рынка (онлайн-посредника) при изменении модели поведения потребителей;

- изменение традиционной бизнес-модели предприятия торговли в формат омниканальности и формирование новых цифровых инструментов (технологий), компетенций, ресурсов и инфраструктуры;

- элементы и порядок расчета предложенного автором показателя уровня цифрового развития оказания услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров (формула 2):

$$У_{цр} = \frac{\sum_i^n \bar{O}_{цр}}{n} \times 10, \text{ где:} \quad (2)$$

$У_{цр}$ – уровень цифрового развития услуг розничной торговли, %;

$\bar{O}_{цр}$ – сумма средних оценок по оцениваемым элементам цифровой инфраструктуры (используемые цифровые платформы и сервисы, наличие и характеристики сайта компании (дизайн, удобство использования, доступность и полнота информации, интерактивность, простота навигации, персонализация, фотогалерея), представленность в социальных сообществах в интернете, использование информационных мессенджеров, наличие колл-центра, возможность использования виртуальных платежных систем, наличие мобильных приложений);

n – количество оцениваемых элементов.

$У_{цр} < 60\%$ – низкий уровень цифрового развития; $60\% \leq У_{цр} < 80\%$ – средний уровень цифрового развития; $У_{цр} \geq 80\%$ – высокий уровень цифрового развития.

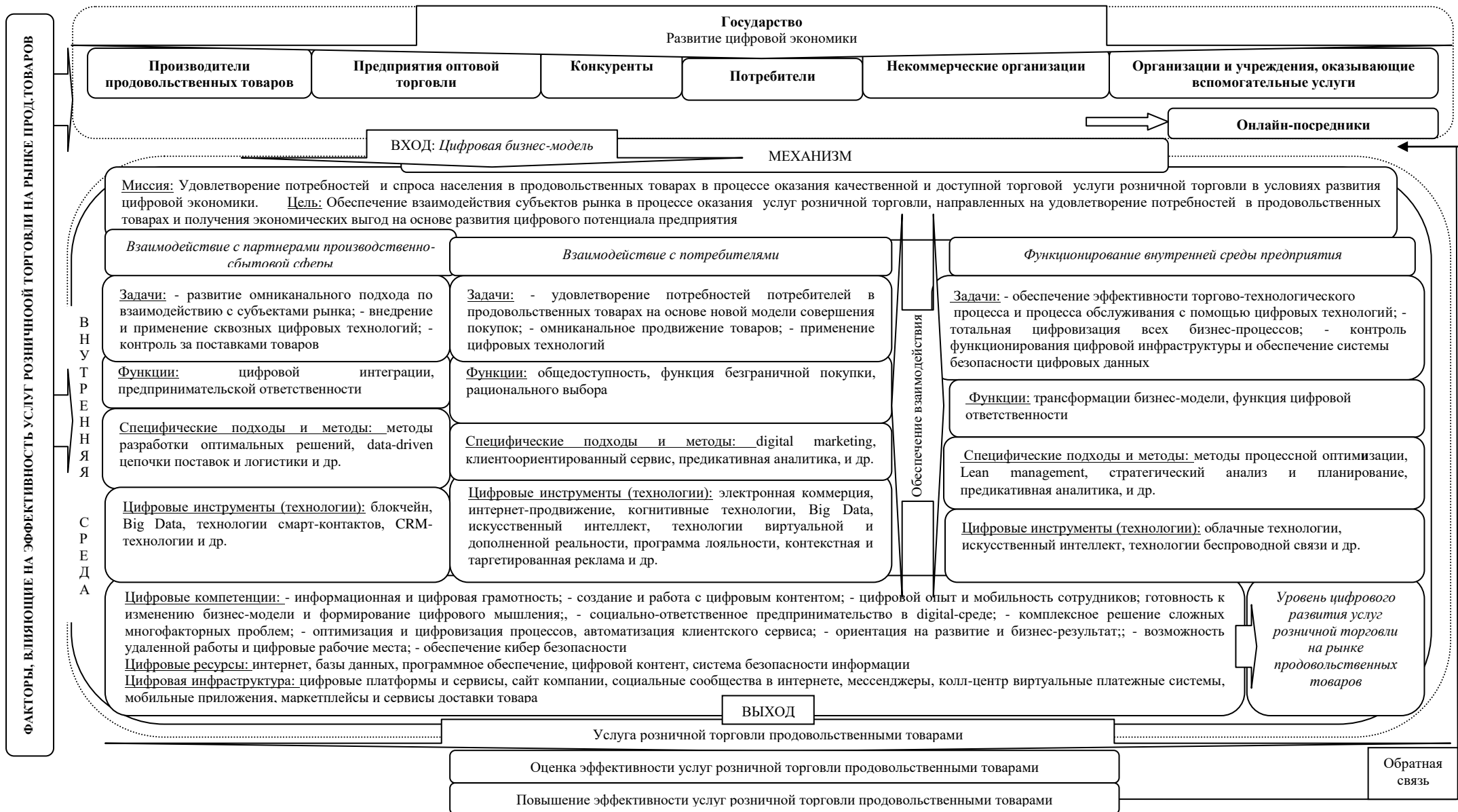


Рисунок 6 – Модель совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров на основе процессов цифровизации, составлено автором

Для апробации предложенных положений, в работе проведена оценка уровня цифрового развития услуг розничной торговли предприятий исследуемого рынка (таблица 3).

Таблица 3 – Оценка уровня цифрового развития услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров в Красноярском крае в 2021 году, составлено по данным исследования автора

Торговая сеть	Коэффициент эффективности услуг розничной торговли		Уровень цифрового развития услуг розничной торговли	
	Значение	Оценка уровня эффективности	Значение, %	Оценка цифрового развития
1. Metro Cash&Carry	0,83	высокий	86	высокий
2. О'кей	0,81	высокий	67	средний
3. Светофор	0,70	средний	12	низкий
4. Лента	0,82	высокий	93	высокий
5. Магнит	0,82	высокий	88	высокий
6. Пятёрочка	0,64	средний	75	средний
7. Красный Яр	0,81	высокий	60	средний
8. Командор	0,94	высокий	84	высокий
9. Чистые луга	0,58	низкий	0	низкий
10. Лавка «Полезные продукты»	0,52	низкий	21	низкий
11. Премьер-мясная лавка	0,74	средний	64	средний
12. Мясничий	0,57	низкий	48	низкий

Сопоставление полученных данных с оценкой эффективности услуг торговых предприятий (КЭ УРТ) позволяет сделать вывод о подтверждении гипотезы о высоком влиянии цифровизации и внедрения цифровых технологий в деятельность предприятий розничной торговли на эффективность оказания их услуг. Ряд оценивающих ситуацию показателей говорят о том, что даже стандартные стремления предприятий соответствовать цифровому развитию (наличие сайта, представленность в социальных медиа, бонусные программы и т.д.), повышают эффективность услуги розничной торговли (Н: «О'кей», «Красный Яр»).

В качестве методического инструмента планирования процесса цифрового развития бизнес-модели предприятия розничной торговли в целях повышения эффективности его услуг, автором предложена матрица «эффективность услуг – уровень цифрового развития», представляющая собой стратегическое пространство возможных позиций предприятия в зависимости от уровня эффективности его услуг и их цифрового развития (рисунок 7).

Каждая позиция предлагаемой матрицы раскрыта автором в рекомендуемых стратегиях развития бизнес-модели предприятия розничной торговли. Ее применение позволяет визуализировать результаты комплексного анализа и оценки эффективности услуги розничной торговли, а также определить векторы дальнейшего развития в области цифрового развития процессов ее оказания (создание розничных приложений для отслеживания и управления запасами, совершенствование программ лояльности (в т.ч. партнёрских), развитие мобильного опыта обслуживания и пр.).

		<i>Уровень эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров</i>		
		Низкий	Средний	Высокий
<i>Уровень цифрового развития розничной торговли на рынке продовольственных товаров</i>	Низкий	Зона 1. Отставание Оценить целесообразность дальнейшего развития бизнеса	Зона 2. Открытость к инновациям Требуется цифровизация бизнес-процессов	Зона 3. Краткосрочное развитие Отсутствует стратегическое видение
	Средний	Зона 4. Поиск направлений развития Требуется анализ бизнес-процессов	Зона 5. Перспективность развития Выбран верный курс, развитие в данном направлении	Зона 6. Мотивация к развитию Развитие и внедрение новых цифровых технологий
	Высокий	Зона 7. Бизнес-близорукость Повышение эффективности услуг, пересмотр подходов к ведению бизнеса	Зона 8. Удержание позиций Возможности предприятия используются оптимально, есть перспективы развития	Зона 9. Выгодная позиция Поддержание выбранного курса развития

Рисунок 7 – Матрица соответствия «эффективность услуг – уровень цифрового развития» предприятия розничной торговли на рынке продовольственных товаров, составлено автором

Комплексная оценка эффективности услуги розничной торговли на рынке продовольственных товаров с учетом внедрения цифровых технологий в деятельность предприятия розничной торговли продовольственными товарами формирует основы для обеспечения социально-экономического развития регионов, страны в целом и улучшения качества жизни населения, формирует направления новых бизнес-партнерств, повышения производительности труда и конкурентоспособности предприятий.

III. Заключение

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

– при изучении содержания «услуги розничной торговли» и ее характеристик, предложено понятие категории «эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров», которое отличается применением научно-методических подходов: субъектного, предусматривающего выделение хозяйствующих субъектов производственно-сбытовой сферы (товаропроизводителей, предприятий оптовой торговли) и потребителей (индивидуальных потребителей, домохозяйств, общества); процессного, раскрывающего содержание услуги розничной торговли; результативного, при определении степени достижения оптимального соотношения результата и показателей, его формирующих (затрат, капитала, ресурсов, других качественных показателей);

– на основе синтеза субъектного, процессного, результативного, системного и функционально-средового научно-методических подходов, разработан механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров, в основе которого учтены взаимодействия

участников рынка предприятия розничной торговли и структуризация элементов по направления взаимодействия с потребителями и партнерами производственно-сбытовой сферы;

– в ходе исследования методологических основ формирования и оценки эффективности услуг розничной торговли, разработана и апробирована авторская методика, формирующая комплексный подход к оценке эффективности создания и оказания услуги розничной торговли на рынке продовольственных товаров с предложением обобщенного комплексного показателя – коэффициента эффективности услуг розничной торговли и шкалы его значений;

– на основе исследования процессов создания и оказания услуги розничного торгового предприятия на рынке продовольственных товаров, предложены: модель совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли; показатель уровня цифрового развития оказания услуг розничной торговли; матрица стратегического планирования процесса цифрового развития бизнес-модели предприятия розничной торговли «эффективность услуг – уровень цифрового развития».

Дальнейшие направления исследования заключаются в возможности продолжения работы по расширению состава научных дефиниций экономики розничной торговли, экономики услуг, цифровой экономики, разработки новых положений, показателей и апробации методики оценки эффективности услуг розничной торговли для торговых сетей с расчетом сетевого эффекта.

IV. Список работ, в которых опубликованы основные положения диссертации

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Веремеенко, О.С. Эволюция розничной торговли продовольственными товарами в Российской Федерации / Л.Т. Смоленцева, О.С. Веремеенко // Вестник Алтайской акад. экономики и права. – 2019. – № 9. – С. 107–113.
2. Веремеенко, О.С. Концептуальные подходы к формированию механизма повышения эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами / О.С. Веремеенко, Ю.Ю. Сулова, А.В. Волошин // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 3(116). – С. 631–636.
3. Веремеенко, О.С. Сущность рынка услуг розничной торговли продовольственными товарами и взаимодействие его участников / О.С. Веремеенко, Ю.Ю. Сулова, А.В. Волошин // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 4(117). – С. 695–700.
4. Веремеенко, О.С. Направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: трансформация традиционной бизнес-модели в цифровую / О.С. Веремеенко, Ю.Ю. Сулова, А.В. Волошин, О.Т. Сартене, Ю.Л. Александров, С.К. Демченко // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2(139). – С. 372–377.
5. Веремеенко, О.С. Формирование системы показателей оценки эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров / О.С. Веремеенко // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. – 2022. – № 3-4 (55). – С. 118-128.

Статьи, опубликованные в прочих изданиях:

6. Veremeyenko, O. Economic prerequisites of market services development in the sphere of food commodities trade in the region / O. Veremeyenko, L. Yushkova // Social and economic innovatics: trends, forecasts and perspectives: conference proceedings of the III International Conference / under the editorship of PhD, senior lecturer K.V. Bagmet, assistant K.A. Andikaeva. – Stavropol: SEKVOJA, 2016. – Pp. 253–256
7. Веремеенко, О.С. Влияние геополитических решений на ценовые решения субъектов продовольственных рынков / О.С. Веремеенко // Региональный рынок в условиях кризиса: сб. материалов I Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, 23 декабря 2016 г. / под общ. ред. Ю.Ю. Сусловой. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. – С. 308–311.
8. Веремеенко, О.С. Тенденции и особенности развития розничной торговли в России / Л.Т. Смоленцева, О.С. Веремеенко // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, 2018. – № 7(7). – С. 317–320.
9. Веремеенко, О.С. Модели развития розничной торговли в России / О.С. Веремеенко, Л.Т. Смоленцева // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – 2020. – № 9. – С. 253 – 256.
10. Веремеенко, О.С. Сущность эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами / О.С. Веремеенко // Маркетинговое управление конкурентоспособностью в условиях глобальных вызовов: сб. тезисов докладов XI Междунар. науч.-практ. конф. Молодых ученых и студентов, 8 апреля 2020. – Днепр: Университет имени Альфреда Нобеля, 2020. – С. 101.
11. Веремеенко, О.С. Факторы, влияющие на формирование механизма повышения эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами / О.С. Веремеенко // Россия и Европа: связь культуры и экономики: сб. материалов XXVI Междунар. науч.-практ. конф., 26 февраля 2020 года; отв. ред. Н.В. Уварина. – Прага: WORLD PRESS s.r.o., 2020. – С.146-149.
12. Веремеенко, О.С. Методика оценки эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами / О.С. Веремеенко // Экономика XXI века: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., посвященной году науки и технологий в РФ, 10 декабря 2021 г./ под. ред. О.А. Чистяковой. – Новосибирск, 2021. – С. 89–93.
13. Веремеенко, О.С. Прогнозирование оборота розничной торговли на рынке продовольственных товаров как основа принятия тактических и стратегических решений по повышению эффективности услуг / О.С. Веремеенко // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2022. – Т.2. – № 1. – С. 1–10.
14. Веремеенко, О.С. Научно-методические подходы к разработке механизма повышения эффективности услуг розничной торговли / О.С. Веремеенко // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность ответственность бизнеса: сб. материалов IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, 08-10 декабря 2022 г. / отв. за вып. Ю.Ю. Сусловой. – Красноярск: СФУ, 2023. – С. 60-62.