

УДК 33 DOI: 10.14451/1.228.239

Эффективность организационно-экономических механизмов в сфере розничной торговли в условиях цифровизации

© 2023 Лю Хуацзянь

Аспирант, кафедра экономической теории и менеджмента. Московский педагогический государственный университет.

E-mail: xr931011@gmail.com

Ключевые слова: глобализация, цифровизация, розничная торговля, цепочка поставок, продажи, прибыль, технологии, цифровая трансформация, цифровая экосистема, экономический рост.

В свете неуклонного роста цифровизации растет потребность в тщательном научном осмыслении вопроса о том, насколько эффективными могут представляться организационно-экономические механизмы для предприятий, занимающихся розничной торговлей товарами. Данными обстоятельствами обусловлена актуальность избранной темы. Степень научной разработанности. Основные вопросы, которые ставятся исследователями, включают в себя проблемы внедрения цифровых инноваций в розничную торговлю (Bollweg et al., 2020; Bradley et al., 2021), исследование влияния искусственного интеллекта на бизнес-модели (Bursuom et al., 2021; Capatina et al., 2020), а также изучение новых форм организации торговли и маркетинга в условиях цифровизации (Chaffey & Smith, 2017; Endres, Stoiber, & Wenzl, 2019). Российские исследователи также активно занимаются данной темой. В их работах анализируются преимущества и недостатки внедрения цифровых технологий в розничную торговлю (Гутникова, 2022; Кутузов, 2023), исследуются перспективы развития цифровых экосистем (Лукинова et al., 2023; «Российские цифровые экосистемы: перспективы развития»), а также разрабатываются модели организационно-экономических механизмов в сфере торговли (Бессарабов & Энглеззи, 2022, 2023; Тумаков, Бессарабов, & Энглеззи, 2023). Однако, несмотря на значительный объем исследований, тема все еще имеет потенциал для дальнейшего изучения, учитывая быстрое развитие цифровых технологий и их влияние на розничную торговлю. Предмет исследования – модель воздействия цифровизации на рост розничных предприятий с учетом различных проблем и препятствий, связанных с цифровой трансформацией. В статье проводится систематический анализ существующей литературы с использованием методов библиометрического анализа и сетевой визуализации. В результате исследования выявлены нерешенные проблемы в данной области, что подтверждает актуальность и необходимость дальнейшего изучения темы. При этом статья имеет значительное практическое значение, поскольку предлагает пути решения проблем, обусловленных цифровизацией розничной торговли. Выводы исследования подчеркивают ключевую роль цифровой трансформации в успешной работе сервисных и торговых компаний, а также в государственной цифровой экономике в целом. Данная работа является

плодотворным вкладом в академическую сферу и открывает новые горизонты для будущих исследований по данной теме.

Текущие тенденции цифровизации и глобализации в финансово-экономической сфере любой страны подтверждают неизбежность перехода от постиндустриального общества к информационному. Это проявляется в социально-экономических изменениях и цифровой трансформации всех бизнес-процессов на уровне национальной экономики, основанных на развитии информации как ключевого производственного ресурса.

Во всех экономических системах розничная торговля, выполняющая определенные функции, занимает ключевую позицию. Она активно соединяет различные потребности покупателей с конкретными предложениями от производителей. В задачи розничной торговли входит формирование набора продуктов, физическая дистрибуция товаров, проведение юридических процедур с клиентом, предоставление информации и обеспечение связи, а также предоставление дополнительных услуг. Традиционно эти обязанности в основном выполнялись обычными розничными продавцами. Хотя существовали и другие способы розничной торговли, включая почтовые операции, модель «дверь в дверь». При этом стационарная розничная торговля составляла до недавнего времени основу сегмента.

В настоящее время в цифровой экономике активность компаний в области услуг и торговли имеет значительное влияние на уровень занятости и продуктивность труда. В то время как показатели первого и второго сектора относительно стабильны, именно индексы продуктивности труда в секторах услуг и торговли характеризуются высокой динамикой и быстро растущей тенденцией.

Прогресс в цифровых технологиях способствует значительному прорыву в области розничной торговли. Скорость этих изменений резко увеличилась в эпоху кризиса, вызванного Covid-19. Например, с февраля 2020 года по апрель 2021 года пандемия привела к увеличению объемов

покупок по всему миру, а капитализация рынка розничной торговли выросла на 35% [15]. Это привело к бурному росту инноваций в бизнес-моделях розничной торговли, которые ориентированы на удовлетворение растущих потребностей клиентов, внедрение новых технологий, оптимизацию цепочек поставок, решение проблем с логистикой и использование цифрового маркетинга. Те ритейлеры, которые заблаговременно подготовились и уже применили передовые цифровые бизнес-модели до начала пандемии, существенно увеличили свое преимущество перед конкурентами, увеличив свою рыночную стоимость [9].

Эффективность и преимущества цифровизации в розничной торговле очевидны по трем основаниям. Во-первых, розничные продавцы предлагают товары, обычно произведенные третьими сторонами, что делает важным наличие эффективного процесса и системы управления цепочкой поставок для сохранения конкурентоспособности. Во-вторых, ритейлеры находятся на последнем этапе цепочки поставок и взаимодействуют с конечными потребителями, это означает, что цифровизация взаимодействия с клиентами может повысить продажи и эффективность. В-третьих, розничная торговля является одной из ведущих отраслей во многих странах, учитывая большое количество занятых в ней работников и генерируемую добавленную стоимость. Эта ключевая роль в цепочке поставок делает инновации, основанные на цифровизации, крайне важными для розничного бизнеса. Таким образом, глубокое понимание того, как цифровизация способствует инновациям в бизнес-моделях, имеет практическую и теоретическую значимость.

Следовательно, важно выявить ключевые характеристики и актуальное положение компаний, занимающихся розничной торговлей. Следует отметить, что оборот компаний, работающих

в сфере розничной торговли, в первом квартале 2023 года показывает тенденцию к уменьшению, достигая чуть более 10,37 трлн рублей, или 92,7% (в сопоставимых ценах) по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [13].

В первом квартале 2023 года был зафиксирован рост продаж через Интернет на 13,4% в таких крупных и средних компаниях как Ozon, Wildberries и Ситилинк, которые составляют 44,2% от общего объема интернет-продаж. Также стоит отметить, что в 2022 году большая часть (55,7%) оборота розничной торговли приходилась на крупные и средние организации, в то время как в 2021 году их доля составляла 56,1% [13].

Согласно аналитическому агентству INFOLine, в 2022 году продажи 10 ведущих ритейлеров увеличились на 15,9%, достигнув 8,9 трлн рублей. Также был отмечен рекордный рост объемов торговли на маркетплейсах – на 92%, что составило 2,03 трлн рублей. Данные о выручке крупнейших российских ритейлеров и ее динамике представлены на рисунке 1.

Уровень уверенности предпринимателей (отражающий бизнес-среду в сфере розничной торговли) заметно увеличился в первом квартале 2023 года относительно предшествующего квартала, достигнув 0%. Руководители и менеджеры компаний, занимающихся розничной торговлей, выделяют, что главными препятствиями для деловой активности в данном секторе являются недостаточный платежеспособный спрос и высокая налоговая нагрузка.

Для сравнения, следует отметить, что оборот организаций, занимающихся оптовой торговлей, показывает небольшой рост: в марте 2023 года он составил – 79,4 %, а в марте 2022 года – 78,4 %. Это составило 93,1% относительно марта 2022 года (при сопоставлении цен). Что касается показателя уверенности предпринимателей в оптовой торговле, то в первом квартале 2023 года он был (+1,8%), в то время как в первом квартале 2022 года он составил (–15,3%) [5].

Исследование текущего положения и направлений развития компаний в области розничной

торговли выявило, что обороты предприятий и число офлайн-магазинов имеют тенденцию к сокращению. В то же время наблюдается устойчивый рост сетевой торговли (торговых ассоциаций).

В настоящее время в ряде стран происходит внедрение концепций и стратегических программ по цифровой трансформации.

Процесс перехода экономики и общества в цифровую эпоху имеет свое уникальное наименование и конечное направление в каждой стране: в России это называется «цифровая экономика», в Германии – «Индустрия 4.0», в США – «Индустриальный интернет-консорциум», а в Японии – это стратегия «Общество 5.0» [10]. Последняя стала основой для появления в 2017 году в Ганновере (Германия) концепции «Индустрия 5.0» – это промышленная революция, целью которой является создание и применение новшеств для создания промышленности, ориентированной на человека, устойчивой и способной к долгосрочному функционированию.

На территории России была разработана программа под названием «Цифровая экономика Российской Федерации». Она была утверждена 4 июня 2019 года протоколом № 7 и является частью исполнения Указов главы государства. Среди них – Указ от 7 мая 2018 года № 204, посвященный национальным целям и стратегическим задачам развития страны до 2024 года [8], а также Указ от 21.07.2020 № 474, который определяет национальные цели развития РФ до 2030 года [7].

В процессе осуществления национальной программы был отмечен процесс цифрового преобразования, который затрагивает не только социально-экономический сектор страны (например, «электронное государство», «умный город» и т. д.) [11], но также область бизнеса и услуг в общем плане, оказывая влияние на развитие сервисных и торговых предприятий.

Аналитический доклад КМДА указывает на существенное изменение в отношении руководящего состава внутри национальных розничных торговых компаний по отношению к цифровизации.

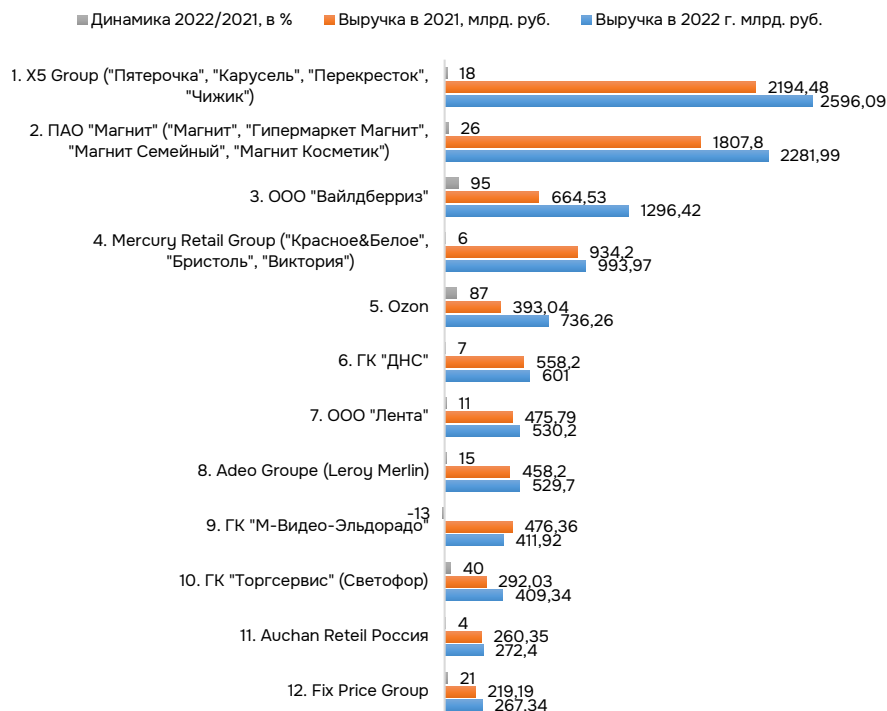


Рис. 1. Топ-10 крупнейших российских ритейлеров. Составлено автором на основе [12].

Это способствовало быстрому увеличению цифровой трансформации бизнеса и широкому распространению ИТ-рынка, что в целом определяет уровень цифровой зрелости предприятий.

На данный момент, основными областями применения цифровых технологий в сфере розничной торговли стали: цифровое преобразование бизнес-процессов, управление электронными данными, а также контроль над клиентским опытом и реализация омни-канальности. Под последним понимается интеграция различных ИКТ и каналов в единую систему для постоянной связи с клиентом или покупателем как в онлайн, так и в офлайн режимах с целью эффективного контроля над стоимостью товаров и услуг [4].

Несмотря на множество компаний и широкий выбор предлагаемых ИТ-систем и инструментов, российские компании в сфере обслуживания и торговли столкнулись с тем, что их технологии и цифровая инфраструктура значительно уступают потребностям их бизнеса. Это вызывает проблему, которую можно рассматривать как каузальную атрибуцию, потому что она представляет собой двухстороннюю причинно-следственную связь: эффективность вы-

полнения стратегии цифровой трансформации в компаниях обслуживания и торговли зависит от функциональных возможностей их цифровой инфраструктуры. В то же время, цифровая инфраструктура компании должна обеспечивать координацию и своевременное выполнение различных видов бизнес-процессов (в зависимости от потребительского спроса и характеристик предлагаемых товаров и услуг), в то время как требования и потребности бизнеса в цифровой инфраструктуре растут с каждым днем [17].

Сказать, что асинхронность в определенных областях вызывает дисбаланс в цифровом развитии сервисных и торговых компаний, будет правильно. С другой стороны, мы можем сказать, что главной целью и особенностью влияния цифровизации на развитие компаний в области розничной торговли является согласование уровня цифровой зрелости с темпами роста ИТ-рынка.

С этой точки зрения, в первой секции «Направления (сферы, этапы) цифровизации компании», автор предлагает именно приоритетные области цифровизации для местных компаний в сфере услуг и торговли. Эти области определяют

уровень цифровой зрелости компании (оценка основана на приоритетных направлениях или областях цифровой трансформации, таких как цифровизация бизнес-процессов, управление на основе данных, цифровая инфраструктура, внедрение клиентоориентированных принципов, управление ценностями, генерация гипотез и разработка новых продуктов, цифровая культура и цифровое партнерство) [6].

Реализация ключевых стратегий в значительной степени зависит от степени развития информационно-технологического рынка (то есть степени удовлетворения бизнес-потребностей) и эффективности использования ИТ-инструментов. Важно подчеркнуть, что эта связь между цифровой зрелостью и развитием ИТ-рынка определяет цифровую эволюцию и направление развития компаний в области сервиса и торговли в рамках интегрированной цифровой экосистемы.

Результатом применения указанного синхронного цифрового преобразования бизнеса является склонность к созданию единого информационного поля в виде цифровой экосистемы, включающей все ее составляющие и участников (производителей и потребителей товаров и услуг). Это уменьшает транзакционные расходы за счет исключения посредников из бизнес-процессов и предоставляет возможность для потребителя получить «единую точку входа ко всем товарам и сервисным услугам в пределах данной экосистемы».

Верность и обоснованность важности координации цифровой зрелости компании и прогресса ИТ-рынка, способствующих созданию качественно нового подхода к организации бизнес-структуры компании, подтверждают уже существующие цифровые экосистемы ведущих игроков в сфере услуг и коммерции.

На данный момент наиболее продвинутыми цифровыми экосистемами считаются те, что созданы в США и Китае: Google, Amazon, Apple, Microsoft, Tencent, Alibaba, Uber, Facebook, Airbnb и другие [1].

В России цифровые экосистемы представлены

в ряде сфер: в розничной торговле – X5 Retail Group, Ozon, Wildberries, Авито; в ИТ и телекоммуникациях – Яндекс, VK, МТС, МегаФон; в банковской сфере – Сбер, Тинькофф, ВТБ; в сфере цифрового сотрудничества – «Сеть партнерств» (Газпромбанк) [16].

Согласно отчету «Цифровые экосистемы в России», созданному Институтом экономической политики имени Егора Гайдара, крупнейшие цифровые экосистемы России, по сравнению с международными, находятся на начальных стадиях своего формирования или развития. Это свидетельствует о том, что их потенциал еще не полностью реализован, как подтверждает и тот факт, что средняя чистая прибыль российской цифровой экосистемы в 60 раз ниже, чем у иностранных [14].

Предложенная модель воздействия цифровизации на рост розничных предприятий предполагает, что отметка достаточной цифровой зрелости компании (реализация всех ключевых областей цифровизации при условии координации и объединения всех услуг компании) и вход в мультиплоскостной рынок способствуют созданию цифровой площадки, поддерживающей функционирование цифровой экосистемы.

Как было отмечено, цифровые платформы и экосистемы, основанные на многофункциональном рынке, включают большое количество экономических активов, взаимодействующих друг с другом и с платформами. Это усложняет рыночные взаимоотношения и может привести к ценовым искажениям из-за стремления максимизировать число сделок на цифровой платформе. В таких обстоятельствах требуется не только внутренняя саморегуляция конкурентной политики, но и внешнее вмешательство со стороны государственных органов через реализацию мер, инструментов, проектов и инициатив по управлению активностью цифровых экосистем, что было подчеркнуто в ранее проведенных исследованиях [2; 3].

Исследования в области воздействия цифровизации на рост сервисных и торговых компаний подтверждают, что цифровая трансформация играет ключевую роль в обеспечении успешной

и конкурентной работы как отдельных сервисных и торговых предприятий, так и государственной цифровой экономики в целом. Благодаря множеству преимуществ, прогресс в области информационных технологий, электронной торговли и платформенной экономики направил развитие сервисных и торговых компаний по цифровому пути.

Подводя итоги настоящего исследования, необходимо сформировать следующие выводы. Исследование подчеркивает актуальность проблемы эффективности организационно-экономических механизмов в условиях цифровизации розничной торговли. Несмотря на значительное количество научных работ по данной тематике, остаются нерешенные вопросы и про-

блемы, требующие дальнейшего изучения. Проведенный анализ существующей литературы позволил выявить ключевые направления исследований в данной области, включая внедрение цифровых инноваций, влияние искусственного интеллекта на бизнес-модели и развитие новых форм организации торговли и маркетинга. Цифровизация оказывает значительное влияние на рост розничных предприятий, однако с цифровой трансформацией связаны различные проблемы и препятствия, которые требуют научного осмысления и разработки эффективных стратегий их преодоления. Результаты исследования подчеркивают ключевую роль цифровой трансформации в успешной работе сервисных и торговых компаний и в государственной цифровой экономике в целом.

Библиографический список

1. AI-enabled business-model innovation and transformation in industrial ecosystems: A framework, model and outline for further research / T. Burstrom [et al.] // *Journal of Business Research*. – 2021. – No. 127. – P. 85–95.
2. Bessarabov V. O., Englizi V. Yu. Mechanism for managing the digital transformation of service and trade enterprises. Copyright. – 2023.
3. Bessarabov V. O., Englizi V. Yu. On the issue of a digital passport for service and trade enterprises. *First Economic Journal*. 2022. –
4. Bobkov A. V., Vologzhanina A. D. Evolution of the traditional format of retail trade as a factor in ensuring consumer safety in the food segment. *Innovations and Investments*. – 2019.
5. Business climate in retail and wholesale trade in the first quarter of 2023. – Moscow : National Research University Higher School of Economics, 2023. – 12 p.
6. Company management within the framework of an ecosystem approach in the digital economy / O. A. Lukinova [et al.] // *Financial Markets and Banks*. – 2023. – No. 2. – P. 29–34.
7. Decree of the President of the Russian Federation dated July 21, 2020 No. 474 “On the national goals of the development of the Russian Federation for the period up to 2030”.
8. Decree of the President of the Russian Federation dated May 7, 2018 No. 204 (as amended on July 21, 2020) “On the national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024”.
9. Drivers and barriers of the digitalization of local owner-operated retail outlets / L. Bollweg [et al.] // *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. – 2020. – 32(2). – P. 173–201.
10. Endres H., Stoiber K., Wenzl N. M. Managing digital transformation through hybrid business models // *Journal of Business Strategy*. – 2019. – 41 (6). – P. 49–56.
11. Kutuzov D. M. Innovations and their application in the retail trade. *Science Bulletin*. 2023. –
12. Passport of the national project “National Program ‘Digital Economy of the Russian Federation’ ” (approved by the Presidium of the Council under the President of the Russian Federation for Strategic Development and National Projects, Protocol No. 7 of June 4, 2019).
13. Retail trade turnover in the first quarter of 2023 decreased by 7.3%. – URL: <https://rg.ru/2023/05/03/oborot-rozничnoj-torgovli-v-pervom-kvartale-2023-goda-snizilsia-na-73.html>.
14. Russian digital ecosystems: development prospects. – URL: <https://cdo2day.ru/analytics/cifrovye-jekosistemy-v-rossii-perspektivy-razvitiya>.
15. Russian retail trade before, during and after the coronavirus crisis / Simachev Yu. V. [et al.] // *ECO*. – 2021. – 5 (563). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-rozничnaya-torgovlya-do-vo-vremya-i-posle-koronakrizisa>.
16. Trends and forecasts for the development of the e-Commerce market in 2023 / I. Kretov [et al.] ; *Retail & Loyalty Journal Website*. – URL: <https://retail-loyalty.org/articles/trendy-i-prognozy-po-razvitiyu-rynka-ecommerce-v-2023-godu>.
17. Why retail outperformers are pulling ahead / C. Bradley [et al.] ; McKinsey & Company. – 2021. – URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/why-retail-outperformers-are-pulling-ahead>.

УДК 336.27 DOI: 10.14451/1.228.245

Финансирование бюджетов регионов в современных условиях, включая роль ESG-инструментов

© 2023 **Лебедева Марина Евгеньевна**

Главный научный сотрудник, доктор экономических наук, профессор, Руководитель центра межвузовского сотрудничества. Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, РФ, Санкт-Петербург.

E-mail: lemar3@yandex.ru

© 2023 **Барашенков Вячеслав Витальевич**

Аспирант. Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, РФ, Санкт-Петербург. Старший научный сотрудник. Научно-исследовательский институт Министерства финансов РФ, РФ, Москва.

E-mail: bvv@nifi.ru

© 2023 **Затевахина Анна Васильевна**

Первый проректор, доктор экономических наук, профессор. Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, РФ, Санкт-Петербург.

E-mail: zatevakhina@ibispsb.ru

Ключевые слова: субфедеральные облигации, ESG-облигации, региональная экономика, субфедеральные бюджеты, региональные бюджеты, финансовая платформа «Финуслуги», рейтинги выпусков облигаций, субфедеральные кредитные рейтинги, ключевая ставка ЦБ РФ, бюджетные кредиты.

В условиях роста ключевой ставки ЦБ РФ, существенно меняется рынок финансирования региональных (субфедеральных) бюджетов. Происходит замещение рыночных финансовых инструментов, таких как субфедеральные облигации и банковские кредиты, бюджетными кредитами от федерального правительства. При этом в целом по РФ происходит рост доходов бюджетов регионов, хотя по многим регионам фиксируется дефицит бюджетов. ESG-облигации для населения, размещаемые через электронные финансовые платформы, могут стать востребованным финансовым инструментом для властей регионов. Выпуск ESG-облигаций укрепляет авторитет властей, через реализацию востребованных населением инвестиционных проектов. Кроме того, выпуск ESG-облигаций косвенно положительно влияет на кредитный рейтинг регионов, поскольку средства от выпуска таких облигаций используются целевым характером на улучшение инфраструктуры регионов.