

*На правах рукописи*



**Энглезви Виктория Юрьевна**

**РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА И ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ  
ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Специальность 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика  
(экономика сферы услуг)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Донецк – 2024

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

**Научный руководитель:** доктор экономических наук, доцент  
**Бессарабов Владислав Олегович**

**Официальные оппоненты:** **Денисенко Игорь Анатольевич**  
доктор экономических наук, профессор,  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»,  
профессор кафедры «Техносферная безопасность»

**Синицына Карина Игоревна**  
кандидат экономических наук,  
Государственное бюджетное учреждение «Институт экономических исследований», заведующий отделом междисциплинарных научных исследований, инноваций и подготовки научно-педагогических кадров

**Ведущая организация:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «**Майкопский государственный технологический университет**»

Защита состоится «25» июня 2024 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.490.01 на базе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283001, г. Донецк, пр-т, Театральный, 28, ауд. 7304, e-mail: dissovet\_donnuet@mail.ru

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.ru>).

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета 24.2.490.01  
д.э.н., доцент



А.Н. Германчук

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы.** Развитие предприятий современной сферы услуг находится под пристальным вниманием как государственных органов, так и других заинтересованных сторон. Такое внимание, с одной стороны, связано с неизбежно возрастающей динамикой развития отрасли, а с другой – темпами ее цифровизации. По оценкам специалистов, наиболее интенсивно цифровые технологии внедряются в деятельность предприятий сервиса и торговли, чему только за последние годы способствовали пандемия коронавирусной инфекции, развитие цифровых экосистем, рост популярности маркетплейсов.

Современные цифровые технологии позволяют существенно повысить результативность и эффективность деятельности предприятий сервиса и торговли, а также служат ключевым фактором трансформации экономики на микро-, мезо-, макроуровнях. Однако вопросы, связанные с разработкой действенных механизмов развития указанных предприятий, остаются недостаточно изученными, несмотря на свою актуальность. Такая ситуация приводит к возникновению целого ряда проблем цифровизации предприятий сервиса и торговли, которые должны быть решены как при помощи соответствующего теоретического обоснования, так и разработки практических рекомендаций, реализация которых сохраняет эпистемологическую целостность экономической науки в современном «цифровом» мире.

Исходя из этого, развитие предприятий сервиса и торговли в условиях постоянно возрастающей конкуренции обуславливает необходимость и подчеркивает своевременность разработки современных концепций, механизмов, моделей, учитывающих реалии цифровизации.

**Степень разработанности проблемы.** Значительный вклад в формирование теоретико-методологических основ развития предприятий сферы услуг внесли исследования Е.М. Азарян, С.Б. Алексеева, Н.И. Алексеевой, И.А. Ангелиной, Р.И. Балашовой, А.Г. Барабашева, Н.В. Ващенко, Н.Ю. Возияновой, Ч. Гренрооса (Ch. Grönroos), С.Ю. Гришина, Н.Н. Давидчук, Л.И. Донец, К.В. Екимовой, В.Д. Малыгиной, Г.А. Карповой, Р. Коуза (R. Coase), Дж. Макдугалла (G. McDougall), А.М. Марголина, В.А. Орловой, А. Парашурамана (A. Parasuraman), Е.И. Пискун, Л.Л. Покровской, Л. Радойко (L. Radojko), Д.В. Силакова, И.Ю. Склярова, О. Уильямсона (O. Williamson), А.В. Шмидта, М. Энрайта (M. Enright).

Важное значение имеют результаты, полученные Е.В. Беликовой, В.О. Бессарабовым, Ю.С. Валеевой, В.А. Гороховой, И.А. Денисенко, Н.Б. Завьяловой, Л.Д. Капранова, Т.С. Наролиной, А.А. Кизим, С.Б. Огневцевым, Т. Олива (T. Olive), К.И. Сеницыной, Т.И. Смотровой, Н.П. Тархановым, С. Тафти (S. Tafti), А. Тугуи (A. Tugui), С. Файяза (S. Fayyaz), С. Эмами (S. Emami), направленные на всестороннее развитие предприятий сервиса и торговли в современных условиях внедрения цифровых технологий.

Кроме того, обращают на себя внимание публикации М. Гетца (M. Götz), У. Даттона (W. Dutton), Завьяловой М.Б. М.И. Исаева, Г.Б. Клейнера, Т. Мезенбурга (T. Mesenbourg), Н. Негропонте (N.Negroponte), Ю. Но (Y. Noh), П.А. Прохоренкова, Д. Тапскотта (D. Tapscott), Дж. Фонтейна (J. Fountaine), Э. Челимски (E. Chelimsky), Е.В. Ширинкиной, К.А. Шумиловой, Дж. Эллиотта (J. Elliott), посвященные исследованию особенностей цифровизации всего спектра социально-экономических отношений на микро- и макроуровнях и формированию современных механизмов цифровой экономики.

Обращая внимание на значимость уже полученных учеными результатов, следует отметить недостаточную изученность концептуальных основ развития предприятий сервиса и торговли, предполагающих формирование комплексных теоретических исследований и практических разработок, учитывающих региональные особенности цифровизации.

Сказанное подчеркивает актуальность диссертационной работы, которая определяется необходимостью исследования диалектики предприятий сервиса и торговли; изучения природы и характера влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли; анализа современного состояния отечественных предприятий сервиса и торговли; разработки и реализации механизма цифровизации предприятий сервиса и торговли; формирования научно-методического подхода к оценке финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли; моделирования архитектоники цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли.

**Целью** диссертационной работы является разработка теоретико-методических положений и практических рекомендаций по развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации.

Достижение цели исследования связано с решением ряда теоретических и практических **задач**, а именно:

- 1) исследовать особенности диалектики предприятий сервиса и торговли, обосновав влияние цифровизации на их развитие;
- 2) разработать концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации;
- 3) сформировать механизм цифровизации предприятий сервиса и торговли на основе анализа отечественного и зарубежного опыта их развития;
- 4) сформировать научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли;
- 5) разработать модель архитектоники цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли, учитывающую проблемы их развития в Донецкой Народной Республике.

**Объектом исследования** является процесс развития предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации.

**Предметом исследования** являются теоретические, методические и прикладные положения развития предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации.

**Теоретическую и методологическую основу** исследования составили научные труды отечественных и зарубежных ученых по современным

проблемам развития предприятий сервиса и торговли. В ходе исследования были использованы материалы научно-практических конференций и семинаров по теме диссертационной работы, а также материалы специальной, общеэкономической научной литературы и периодических изданий.

Для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач использованы следующие общенаучные и специальные методы: индукции и дедукции, анализа и синтеза – для исследования диалектики предприятий сервиса и торговли; абстрактного и логического анализа – для обоснования влияния цифровизации на развитие исследуемых предприятий; системного и экосистемного подхода – для разработки концептуального подхода к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации; сравнительного анализа и анкетирования – для изучения зарубежного и отечественного опыта развития предприятий сервиса и торговли; методы математического анализа – для формирования основы научно-методического подхода к оценке финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли; графический метод – для наглядного отражения результатов исследования. Реализация метода моделирования была положена в основу разработанных в диссертационной работе концептуального подхода, механизма и предложенных моделей.

**Информационно-эмпирическую базу исследования** составили: данные Всероссийской академии внешней торговли; статистическая информация Российский центр исследований АТЭС; сборники Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; научные публикации отечественных и зарубежных авторов, информационные ресурсы сети Интернет; результаты проведенных автором опросов работников предприятий сервиса и торговли Донецкой Народной Республики; диссертационные работы по тематике исследования.

**Научная новизна полученных результатов** заключается в разработке теоретических положений и формировании методических рекомендаций по развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации. Основные результаты исследования, составляющие его научную новизну, полученные лично автором и выносимые на защиту:

1. Разработана модель диалектики предприятий сервиса и торговли, которая, в отличие от существующих, учитывает особенности спиралевидной эволюции социума и способствует реализации законов диалектики в процессе развития предприятий (от просветительского периода до переходного к цифровой экономике этапа), создавая теоретико-эмпирическую основу для их устойчивого развития, формируя приоритетные направления цифровизации рынков услуг и товаров.

2. Разработан концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации, основу которого отличает совокупность элементов, теоретического, аналитического, методического и практического блоков, направленных на адаптацию предприятий к условиям широкомасштабной цифровой трансформации и способствующих повышению

их рентабельности, финансовой стабильности и конкурентоспособности при помощи внедрения цифровых инструментов и моделей.

3. Сформирован механизм цифровизации предприятий сервиса и торговли, теоретическая, функциональная, практическая и циклическая компоненты которого позволяют, в отличие от существующих, определить уровень цифровизации предприятий сервиса и торговли, оценить финансовую устойчивость для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли, разработать цифровой паспорт предприятий сервиса и торговли.

4. Предложен научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли, который учитывает эффективность формирования и инвестирования финансовых ресурсов, направленных на цифровизацию деятельности, и позволяет, в отличие от существующих, через призму матричного позиционирования формировать кортеж показателей для принятия стратегических и тактических управленческих решений по развитию предприятия.

5. Разработана модель архитектуры цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли, структура и содержание которого отличаются направленностью на формирование комплексной и объективной информации о цифровизации, а инструментарий реализации позволяет развивать потенциал предприятия, повышать эффективность бизнес-процессов и производительность труда с учетом приоритетов цифровизации.

Результаты исследования соответствуют паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика, в части п. 4.3. Закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг, 4.13 Экономика торговли, Оптовая и розничная торговля, 4.20 Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в том, что представленные в диссертационной работе теоретические положения направлены на развитие предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации посредством научно обоснованных разработок. Предложенные в диссертации рекомендации могут стать основой для дальнейших исследований концепций, механизмов, моделей в области региональной и отраслевой экономики, а также формирования стратегических направлений развития предприятий сервиса и торговли.

**Практическая значимость исследования** заключается в обогащении практики научно обоснованными рекомендациями по совершенствованию методических подходов к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации с целью повышения их конкурентоспособности в современных социально-экономических условиях. Наиболее важное практическое значение имеют: рекомендации по разработке и реализации механизма цифровизации предприятий сервиса и торговли; рекомендации по реализации современных программных продуктов для цифровизации деятельности предприятий сервиса и торговли; рекомендации по составлению цифрового паспорта для предприятий сервиса и торговли; рекомендации по оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли для целей цифровизации.

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках госбюджетных и хоздоговорных тем: «Потребительский рынок Донбасса: мониторинг, стратегии, перспективы» (№Г-2017-1); «Развитие сферы услуг в нестабильной рыночной среде» (№Г-2017-12-2); «Форсайт-исследования сферы товаров и услуг» (№Г-2020-9); «Разработка методических рекомендаций по моделированию бизнес-процессов предприятия с использованием современных программных средств» (№050 хт/2022); «Цифровая трансформация как императив инновационного развития региона» (№ Г-2023-12).

Основные результаты диссертационной работы обсуждались и получили высокую оценку на 9 конференциях различного уровня: «Теория и практика бухгалтерского учета в условиях интеграции: состояние, проблемы и перспективы развития» (г. Донецк, 2022 г.), «Проблемы социального и научно-технического развития в современном мире» (г. Рубцовск, 2023 г.), «Анализ состояния и перспективы развития экономики России» (г. Иваново, 2023 г.), «Экономическая безопасность агропромышленного комплекса: проблемы и направления обеспечения» (г. Киров, 2023 г.), «Инновационный потенциал развития науки в современном мире: достижения и инновации» (г. Уфа, 2023 г.), «Устойчивое развитие России-2023» (г. Петрозаводск, 2023 г.), «Innovations and Tendencies of State-of-Art Science» (г. Роттердам, 2023 г.), «Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» (г. Донецк, 2023 г.), «Теория и практика бухгалтерского учета в условиях интеграции: состояние, проблемы и перспективы развития» (г. Донецк, 2023 г.).

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в деятельность: Администрации города Донецка (г. Донецк, справка № 3625/01-13 от 09.06.2023 г.), ООО «Континент-центр» (г. Донецк, справка № 168-3 от 05.04.2023 г.), ООО «Информационный центр «Профессионал» (г. Донецк, справка № 19-2/4 от 21.04.2023 г.), ИП Кривко Лилия Александровна (г. Донецк, справка №12/7 от 18.05.2023 г.), ООО «Гурман» (г. Донецк, справка № 034-8 от 23.05.2023 г.), ООО «Атлас Донбасса» (г. Донецк, справка № 43/1 от 25.05.2023 г.), ГК «Филиал № 4 Гостиницы Донбасса» (г. Донецк, справка № 03-11 от 02.06.2023 г.)

Материалы научного исследования используются в учебном процессе при подготовке учебно-методических комплексов дисциплин: «Организация услуг на потребительском рынке», «Исследование рынка товаров и услуг», «Конъюнктура рынков товаров и услуг», «Экономика торговли», «Экономика предприятий сервиса» в ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка № 02.01/805 от 06.06.2023 г.).

**Публикации.** Основные положения диссертационной работы изложены в 21 научной публикации: 1 коллективной монографии, 11 статьях в

рецензируемых научных изданиях, 9 тезисах докладов. Общий объем публикаций составляет 9,45 п.л., из которых лично автору принадлежат 7,48 п.л.

**Структура и содержание работы** соответствует предмету, цели и задачам исследования. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, 4 приложений. Основное содержание работы представлено на 196 страницах, проиллюстрировано 29 таблицами и 22 рисунками. Список литературы включает 258 источников, в том числе 28 на иностранных языках.

Во **введении** обоснована актуальность темы диссертационной работы, определена степень ее разработанности, сформулированы цель и задачи; представлены объект, предмет, методы исследования; раскрыты научная новизна, теоретическое и практическое значение результатов; изложены результаты апробации; количество публикаций, общий объем и структура диссертационной работы.

В **первой главе** диссертационной работы «Теоретические основы развития предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации» исследованы особенности диалектики предприятий сервиса и торговли; рассмотрена природа и характер влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли; разработан концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации.

Во **второй главе** «Исследование современных особенностей деятельности предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации» проанализирован зарубежный опыт развития предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации; исследованы современные особенности деятельности предприятий сервиса и торговли в Российской Федерации; проведен аналитический обзор проблем развития отечественных предприятий сервиса и торговли Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации.

В **третьей главе** «Совершенствование организационно-методических основ цифровизации предприятий сервиса и торговли» разработан механизм цифровизации предприятий сервиса и торговли; сформирован научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли; предложена модель архитектоники цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли.

В **заключении** сформулированы выводы по результатам проведенного исследования.

В **приложениях** представлены материалы, дополняющие отдельные положения диссертационной работы.



## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

**1. Разработана модель диалектики предприятий сервиса и торговли, которая, в отличие от существующих, учитывает особенности спиралевидной эволюции социума и способствует реализации законов диалектики в процессе развития предприятий (от просветительского периода до переходного к цифровой экономике этапа), создавая теоретико-эмпирическую основу для их устойчивого развития, формируя приоритетные направления цифровизации рынков услуг и товаров.**

Диалектика предприятий сервиса и торговли в диссертационной работе рассмотрена через призму предложенной модели спиралевидной эволюции общества, которая затрагивает все ее этапы: от рабовладельческого строя до информационного общества и цифровой трансформации социально-экономических отношений. Выявленные особенности и роль предприятий сервиса и торговли на каждом из этапов позволили выделить закономерности их развития, которые привели к современным особенностям их деятельности в экономике знаний. Учитывая полученные результаты, в работе предложена классификация исследуемых предприятий, учитывающая характеристики и признаки их идентификации в онлайн-пространстве (онлайн-магазины, маркетплейсы, площадки и т.д.).

В диссертации акцентировано внимание на том, что современные реалии развития экономических, социальных, геополитических отношений привели к формированию «сервисной» цивилизации, в которой особое значение отводится исследуемым в диссертации предприятиям. Для комплексного понимания событийных дрейфов и факторов-драйверов, оказывающих влияние на развитие предприятий сервиса и торговли, в ходе исследования была разработана соответствующая модель (рисунок 1), логика структуры и содержания которой обусловлена логическими императивами законов диалектики (единства и борьбы противоположностей, перехода из количественного роста в качественное изменение, отрицания отрицания).

При этом установлено, что временной период развития предприятий сервиса и торговли значительно сокращается (как вследствие «сервисной» революции, так и цифровой трансформации), что указывает на диалектический скачок в виде ускоренного темпа роста объемов сферы услуг, который сопровождается активной цифровизацией.

Генезис направлений цифровизации и ее инструментария рассмотрен в диссертации при помощи модели (рисунок 2), которая, с одной стороны детализирует диалектику предприятий сервиса и торговли, а с другой – формирует перспективную траекторию разработки теоретико-методических основ исследуемой проблематики, которые должны составлять фундамент современных концепций, механизмов, моделей, алгоритмов.

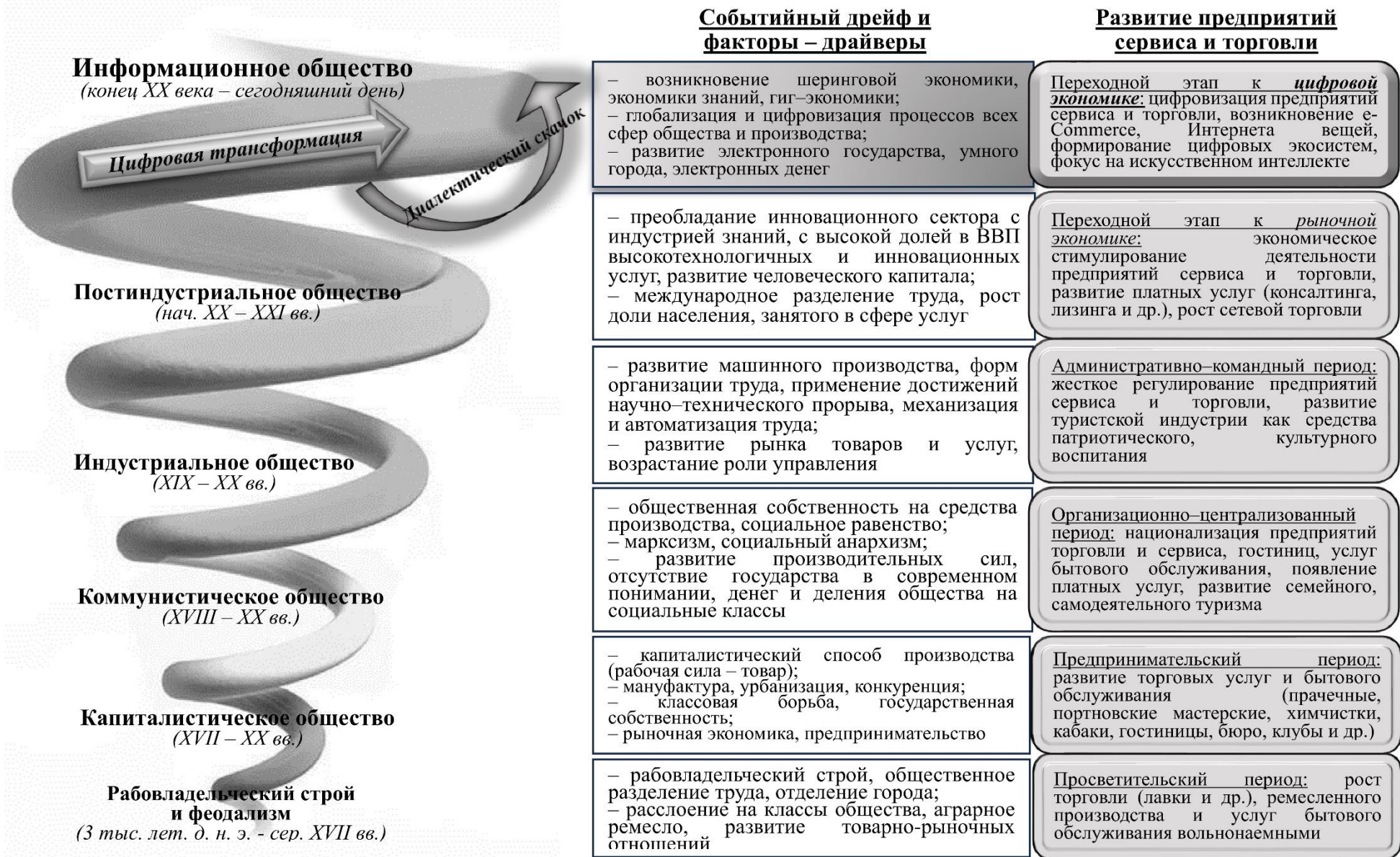


Рисунок 1 – Модель диалектики предприятий сервиса и торговли

| Направления (сферы, этапы) цифровизации предприятия                                 | Инструменты цифровизации (системы, платформы и пр. ИТ-рынка)  | Влияние цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли   |
|---|---|---|
| <p><b>1. Цифровизация бизнес-процессов</b></p>                                      | <p>- системы кибербезопасности и управления ИТ-службой, ИТ-инфраструктурой и ИТ-активами; управления контентом;<br/>- методы процессной аналитики (process mining) и системы управления финансово-хозяйственной деятельностью и др.</p> | <p>Централизованное и оперативное системное управление бизнес-процессами цифрового предприятия (учет и контроль товарооборота, качества сервиса, маркетинг и т.д.)</p>  |
| <p><b>2. Управление на основе данных</b></p>  | <p>Бизнес-аналитика (BI – Business Intelligence), искусственный интеллект (AI – Artificial intelligence), большие данные (Big Data), управление основными данными (MDM – Master data management) и др.</p>                              | <p>Обеспечение скорости и точности сбора и анализа данных на основе оцифрованного фулфилмента, повышение продаж, конкурентоспособности, рост клиентской базы и др.</p>  |
| <p><b>3. Цифровая инфраструктура и технологии предприятия</b></p>                   | <p>Data Science (Big Data), роботизация процессов (RPA), дополненная и виртуальная реальность (AR/VR), промышленный интернет вещей (IIoT – Industrial Internet of Things) и др.</p>   | <p>Интеграция локальных ИТ-платформ предприятия с облачными сервисами, централизованное оперативное и надежное управление системами хранения данных и т.п.</p>  |
| <p><b>4. Клиентоцентричность и управление клиентским опытом</b></p>                 | <p>Оmnikanальность и электронная коммерция с помощью личных кабинетов и промоакций в интернет-магазинах, веб-сайтах, приложениях, чат-боты, SEO-продвижение через социальные сети, маркетингплейсы и др.</p>                            | <p>Позволяет повысить лояльность клиента к товару или услуге; зарабатывать больше на клиентском сервисе; повысить качество продаж; увеличить уровень удовлетворенности клиентов и др.</p>                                       |
| <p><b>5. Управление ценностью товаров и услуг</b></p>                               | <p>Сквозная система управления жизненным циклом товаров Product Lifecycle Management (PLMX), открытые цифровые интерфейсы (например, отзывы о товаре, оценка качества сервиса) и др.</p>  | <p>Возможность определить степень удовлетворения клиента в реальном времени, оперативно получить обратную связь о качестве сервиса и товара, что обеспечивает сокращение издержек на управление ценностью товара или услуги</p> |
| <p><b>6. Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (R&amp;D)</b></p> | <p>Системы управления проектами, исследованиями, разработкой, проектированием и внедрением (APM, Project management, программы имитационного моделирования и др.)</p>   | <p>Цифровые платформы и системы для НИОКР позволяют сократить издержки на тестирование и внедрение новых разработок, обеспечивая конкурентные преимущества предприятия, и т.п.</p>  |
| <p><b>7. Цифровая культура и цифровое партнерство</b></p>                           | <p>Принципы, ценности и компетенции цифровой культуры; открытое и активное цифровое партнерство в диджитал-хабах, размещение своих товаров и сервисов на цифровых площадках и др.</p>   | <p>Буст рыночной экспансии, совмещение клиентских аудиторий и кросс-продажи новых товаров и услуг, сокращение времени и затрат по их выводу на рынок, добавление им ценности, и др.</p>   |

Цифровая трансформация



Рисунок 2 – Модель влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли

**2. Разработан концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации, основу которого отличает совокупность элементов, теоретического, аналитического, методического и практического блоков, направленных на адаптацию предприятий к условиям широкомасштабной цифровой трансформации и способствующих повышению их рентабельности, финансовой стабильности и конкурентоспособности при помощи внедрения цифровых инструментов и моделей.**

Результаты исследования диалектики предприятий сервиса и торговли под влиянием цифровизации свидетельствует, что в условиях глобализации, интернационализации и широко масштабной цифровой трансформации экономики и сферы услуг возникает качественно новый экосистемный подход к созданию концептуальных разработок. Обосновано, что его реализация в совокупности с системным подходом через призму научно обоснованных положений трансформирует функции предприятий сервиса и торговли, обеспечивая формирование конкурентных преимуществ, основанных на цифровых моделях и инструментах. При этом реализация системного и экосистемного подходов в диссертации дополнена исследованием особенностей экосистем, цифровых экосистем, а также логики и принципов их функционирования применительно к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации.

Принимая вышесказанное во внимание, в диссертации разработан концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации (рисунок 3), социально-экономический эффект от реализации которого на микроуровне связан с последовательной и эффективной трансформацией бизнес-моделей, обеспечивающих достижение цифровой зрелости, а на макро – с ростом благосостояния общества, повышением качества жизни населения в результате создания конкурентоспособной потребительской ценности товаров и услуг при помощи современных цифровых технологий.

**3. Сформирован механизм цифровизации предприятий сервиса и торговли, теоретическая, функциональная, практическая и циклическая компоненты которого позволяют, в отличие от существующих, определить уровень цифровизации предприятий сервиса и торговли, оценить финансовую устойчивость для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли, разработать цифровой паспорт предприятий сервиса и торговли.**

Формированию механизма цифровизации предприятий сервиса и торговли способствовали результаты анализа зарубежного и отечественного опыта их развития. Успешный зарубежный опыт эффективной реализации цифровых технологий в сфере сервиса и торговли проанализирован в диссертации на примере истории развития Amazon, Alibaba, eBay, Uber. Обосновано, что развитие предприятий сервиса и торговли в современных условиях определяется характером и моделью поведения потребителя.



Рисунок 3 – Концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации

В свою очередь, современные особенности деятельности предприятий сервиса и торговли в Российской Федерации, которые были исследованы в диссертации, связаны, с одной стороны, с ростом динамики заказа услуг и товаров через Интернет (на маркетплейсах, через социальные сети и др.), а с другой – реализацией бизнес-моделей, предполагающих цифровизацию цепочки «товар (услуга)-деньги-товар (услуга)». В исследовании акцентировано внимание на устойчивой положительной динамике использования Интернета для закупки товаров и услуг населением Российской Федерации, начиная с 2015 г. Отмечен ежегодный равномерный прирост объемов торговли услугами и товарами на уровне от + 0,1% до + 1,2 %.

Установлено, что за последние два года 45% всего объема заказов в сфере услуг, выполняемых микрокомпаниями и самозанятыми, было привлечено посредством онлайн-каналов. В диссертации отмечено, что по состоянию на 2023 г. число предприятий в сфере общественного питания, использующих доставку еды, увеличилось в 1,5 раза по сравнению с 2020 г. Выявлено, что 61 % российских заведений питания используют этот сервис, причем как собственными силами, так и привлекая сторонние компании.

Результаты анализа динамики показателей (от применения мобильных устройств населением для выхода в Интернет до удельного веса затрат предприятий сервиса и торговли на создание, распространение и использование цифровых технологий в общей доле затрат) были подкреплены исследованием особенностей работы современных маркетплейсов, активно функционирующих в Российской Федерации. Изучение моделей их деятельности (FBS, FBO, DBS и Экспресс) позволило систематизировать их в две группы: площадки с высокими оборотами и невысоким средним чеком (Ozon, Wildberries); площадки с небольшими оборотами, но высоким средним чеком (Яндекс.Маркет и СберМегаМаркет). При этом установлено, что средний чек на маркетплейсах за исследуемый период составил от 1040 до 4470 руб. Такие результаты связаны как с активной реализацией цифровых технологий предприятиями, так и с высокими темпами цифровизации экономики Российской Федерации (темпы которой достигают 10 % за последние годы), созданием новых бизнес-моделей и механизмов.

Вышесказанное было положено в основу механизма цифровизации предприятий сервиса и торговли (рисунок 4). Структурно предложенный механизм состоит из 4 компонент: теоретической, функциональной, практической, циклической. Взаимосвязь между элементами подчинена следующему тезису: от теоретического обоснования через реализацию инструментария к практической реализации на основе четкого циклического алгоритма PDCA. При этом важное значение для реализации механизма имеет как инструментарий (функциональная компонента), так и результаты оценки уровня цифровизации предприятий сервиса и торговли (циклическая компонента) для получения экономического и социального эффекта от рекомендаций в рамках практической компоненты, которые были разработаны для каждого исследуемого предприятия сервиса и торговли.

## МЕХАНИЗМ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА И ТОРГОВЛИ

### Теоретическая компонента

**Цель** – цифровизация предприятий сервиса и торговли

**Задачи:** внедрение цифровых технологий в деятельность; оптимизация процесса; модернизация и автоматизация бизнес-процессов; оптимизация и реинжиниринг управляющей и управляемой систем предприятий сервиса и торговли

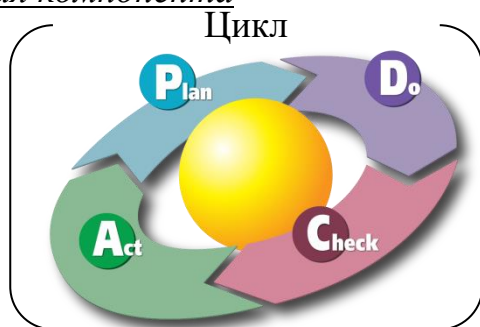
**Объект** – деятельность предприятий сервиса и торговли

**Предмет** – теория и методика цифровизации предприятий сервиса и торговли

### Функциональная компонента

**Модели:** диалектика предприятий сервиса и торговли; влияние цифровизации на предприятия; архитектура цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли

**Инструменты:** специализированные системы; системы управления контентом, финансово-хозяйственной деятельностью и т.д.



### Практическая компонента

- ✓ определение уровня цифровизации предприятий сервиса и торговли;
- ✓ оценка финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли;
- ✓ формирование цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли.

Экономический

Эффект

**Результат – цифровизация предприятий сервиса и торговли**

Эффект

Социальный

### Циклическая компонента



Рисунок 4 – Механизм цифровизации предприятий сервиса и торговли

**4. Предложен научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли, который учитывает эффективность формирования и инвестирования финансовых ресурсов, направленных на цифровизацию деятельности, и позволяет, в отличие от существующих, через призму матричного позиционирования формировать кортеж показателей для принятия стратегических и тактических управленческих решений по развитию предприятия.**

Предложенные в диссертации практические рекомендации (на основе сформированной тетрады цифровизации предприятий как открытых систем со структурой: «объект – среда – процесс – проект») непосредственно влияют на уровень финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли, для определения которого был предложен соответствующий научно-методический подход (таблица 1).

Совокупность этапов реализации предложенной разработки помимо одноименной цели предполагает формирование кортежа показателей оценки уровня финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли посредством соответствующей матрицы для наглядного отражения результатов согласно разработанной в диссертационной работе шкале («низкий», «средний», «достаточно высокий», «высокий»).

Практическое применение предложенной разработки позволяет руководству предприятий сконцентрировать внимание на формировании рациональной структуры капитала и эффективности его инвестирования в различные направления цифровизации для реализации основных функций сервиса и торговли, обоснованно определить направления инновационного обновления действующих бизнес-моделей и стратегические перспективы устойчивого развития. Кроме того, предложенные разработки позволили повысить уровень финансовой устойчивости исследуемых предприятий сервиса и торговли (рисунок 5).

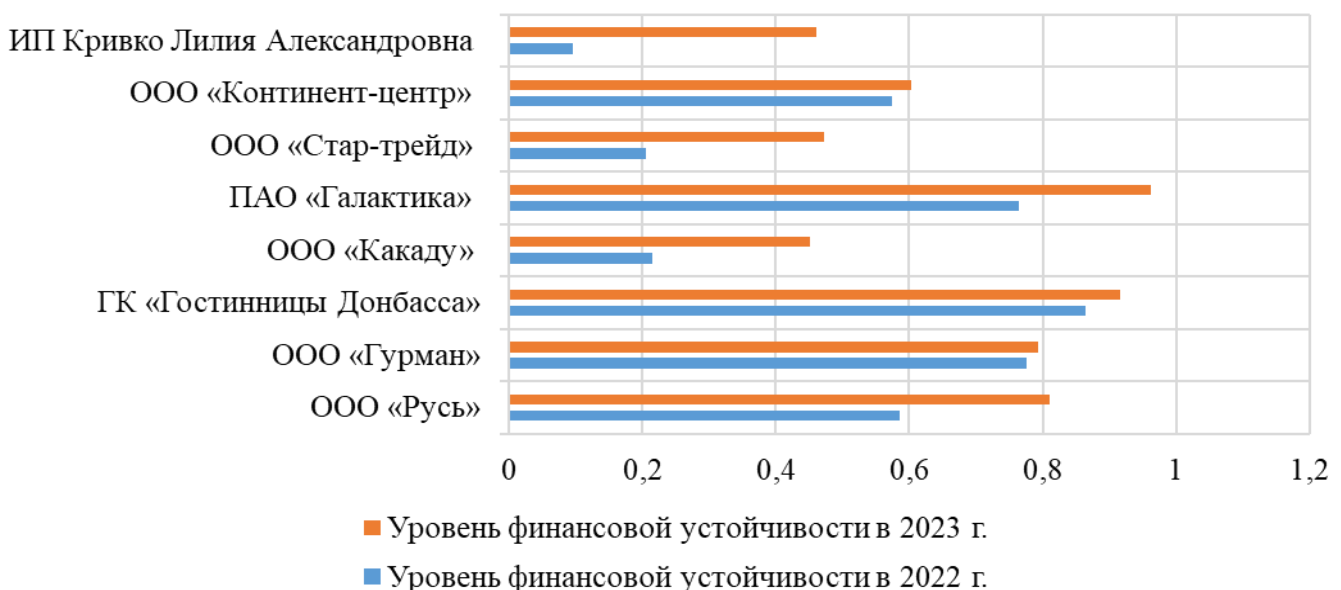
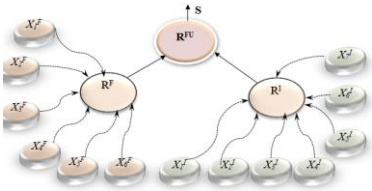


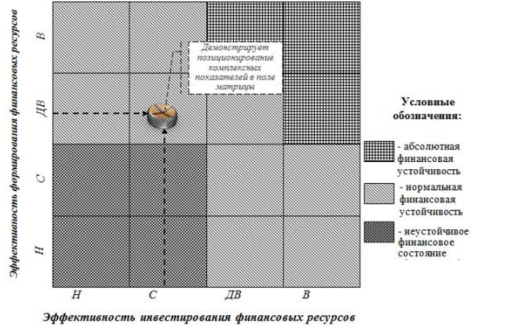
Рисунок 5 – Уровень финансовой устойчивости исследуемых предприятий сервиса и торговли



Таблица 1 – Научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли

| Этап<br>1  | Реализация этапа<br>2   |   |
|--|---|---|
| <p><u>Формирование кортежа показателей оценки уровня финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли</u></p>                          | <p><math>R^{FU} = \langle R^F; R^I \rangle</math></p> <p><math>R^F = \langle X_1^F; X_2^F; X_3^F; X_4^F; X_5^F; X_6^F \rangle</math>      <math>R^I = \langle X_1^I; X_2^I; X_3^I; X_4^I; X_5^I; X_6^I; X_7^I \rangle</math></p> <p><math>R^F</math> – кортеж показателей, которые характеризуют эффективность формирования финансовых ресурсов i-го предприятия сервиса или торговли; <math>R^I</math> – кортеж показателей, которые характеризуют эффективность инвестирования финансовых ресурсов i-го предприятия сервиса или торговли;</p>   |   |
| <p><u>Иерархическая классификация индикаторов оценки финансовой устойчивости предприятий сервиса или торговли для целей цифровизации</u></p> |    | <p><math>X_1^F</math> - коэффициент оборачиваемости оборотных активов; <math>X_2^F</math> - коэффициент оборачиваемости запасов; <math>X_3^F</math> - коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности; <math>X_4^F</math> - коэффициент обеспеченности товарооборота (в предприятиях сервиса - выручки от реализации) оборотными активами; <math>X_5^F</math> - коэффициент обеспеченности оборотных активов собственным капиталом; <math>X_6^F</math> - коэффициент мобильности оборотных активов; <math>X_1^I</math> - коэффициент рентабельности финансовых ресурсов; <math>X_2^I</math> - коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженностей; <math>X_3^I</math> - коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами; <math>X_4^I</math> - коэффициент маневренности собственного капитала; <math>X_5^I</math> - коэффициент покрытия; <math>X_6^I</math> - коэффициент автономии; <math>X_7^I</math> - коэффициент финансовой зависимости.</p> |
| <p><u>Стандартизация кортежа показателей согласно нормативному (эталонному) значению</u></p>   | <p><math>R^F = 1 - \frac{1}{\sqrt{n}} \sum_{i=1}^n (\omega_{ij}^F \times (1 - Z_{ij}^F)^2); \sum_{i=1}^n \omega_{ij}^F = 1</math>      <math>R^I = 1 - \frac{1}{\sqrt{n}} \sum_{i=1}^n (\omega_{ij}^I \times (1 - Z_{ij}^I)^2); \sum_{i=1}^n \omega_{ij}^I = 1</math></p> <p><math>Z_i^{F(I)} = \frac{X_{ij} - M_j}{\sigma_j}</math>      <math>\overline{X_{ij}} = M_j = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij}; j = 1, \dots, n</math>      <math>\sigma_j = \left[ \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (X_{ij} - M_j)^2 \right]^{0,5}</math></p> <p><math>Z_{ij}^F; Z_{ij}^I</math> - стандартизированное значение j-го индикатора оценки финансовой устойчивости предприятия; <math>X_{ij}</math> – фактическое значение j-го индикатора оценки финансовой устойчивости предприятия; <math>M_j = \overline{X_{ij}}</math> – математическое ожидание индикатора <math>X_j</math>; <math>\sigma_j</math> – среднее квадратическое отклонение индикатора финансовой устойчивости <math>X_j</math>; <math>\omega_{ij}^F; \omega_{ij}^I</math> – значимость j-го индикатора финансовой устойчивости предприятия.</p> |   |

Продолжение таблицы 1

| 1   | 2  |                         |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
|---|--|-------------------------|---------------|-------------|------------------|-------------------|-------------------------|------------------|------------------|-------------|---------------|---------------|------------|
| <p><u>Формирование матрицы попарных сравнений индикаторов оценки уровня финансовой устойчивости</u></p>   | $\tilde{A} = \ a_{ij}\ , a_{ij} \in \{-1, 0, 1\}$ $\tilde{A}^+ = \ a^+_{ij}\ , a_{ij} \in \{0, 1, 2\}$ <p><math>a_{ij} = -1</math> означает преимущество индикатора оценки уровня финансовой устойчивости <math>X_j</math> по сравнению с индикатором <math>X_i</math>; <math>a_{ij} = 0</math> – равноценность индикаторов оценки уровня финансовой устойчивости <math>X_j</math> и <math>X_i</math>; <math>a_{ij} \in [1, 2]</math> – преимущество индикатора оценки уровня финансовой устойчивости <math>X_i</math> по сравнению с <math>X_j</math>.</p>  |                         |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
| <p><u>Расчет значений коэффициентов значимости индикаторов оценки уровня финансовой устойчивости</u></p>  | $\omega_{ij} = \frac{\sum_{j=1}^m a^+_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m a^+_{ij}}$ <p>В результате проведенных расчетов получены два вектора значимости индикаторов оценки уровня финансовой устойчивости предприятия: эффективности формирования финансовых ресурсов (<math>\omega_i^F</math>) и эффективности инвестирования (<math>\omega_i^I</math>):</p> $\omega_1^F = 0,167; \omega_2^F = 0,119; \omega_3^F = 0,214; \omega_4^F = 0,167; \omega_5^F = 0,071; \omega_6^F = 0,262$ $\omega_1^I = 0,137; \omega_2^I = 0,137; \omega_3^I = 0,176; \omega_4^I = 0,098; \omega_5^I = 0,098; \omega_6^I = 0,216; \omega_7^I = 0,137$  |                         |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
| <p><u>Расчет уровня финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли для целей цифровизации</u></p> | $R^F = 1 - \frac{1}{\sqrt{6}} \sum_{i=1}^n (0,167 \times (1 - Z_1^F)^2 + 0,119 \times (1 - Z_2^F)^2 + 0,214 \times (1 - Z_3^F)^2 + 0,167 \times (1 - Z_4^F)^2 + 0,071 \times (1 - Z_5^F)^2 + 0,262 \times (1 - Z_6^F)^2)$ $R^I = 1 - \frac{1}{\sqrt{7}} \sum_{i=1}^n (0,137 \times (1 - Z_1^I)^2 + 0,137 \times (1 - Z_2^I)^2 + 0,176 \times (1 - Z_3^I)^2 + 0,098 \times (1 - Z_4^I)^2 + 0,098 \times (1 - Z_5^I)^2 + 0,216 \times (1 - Z_6^I)^2 + 0,137 \times (1 - Z_7^I)^2)$   |                         |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
| <p><u>Формирование матрицы уровня и типов финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли</u></p>  | $i = \frac{R_{\max} - R_{\min}}{1 + 3,32 \times \text{Lg}N}$ <p><math>R_{\max}, R_{\min}</math> – наибольшее и наименьшее значение интегрального показателя эффективности формирования (<math>R^F</math>) и эффективности инвестирования (<math>R^I</math>) финансовых ресурсов предприятия; <math>N</math> – количество наблюдений.</p> <table border="1" data-bbox="1014 1265 2047 1377"> <tr> <td><math>R^F &gt; 0,937</math></td> <td><math>R^I &gt; 0,712</math></td> <td>высокий (В)</td> </tr> <tr> <td>{0,832... 0,936}</td> <td>{0,618 ... 0,711}</td> <td>достаточно высокий (ДВ)</td> </tr> <tr> <td>{0,421... 0,831}</td> <td>{0,432... 0,617}</td> <td>средний (С)</td> </tr> <tr> <td><math>R^F &lt; 0,420</math></td> <td><math>R^I &lt; 0,431</math></td> <td>низкий (Н)</td> </tr> </table>  | $R^F > 0,937$           | $R^I > 0,712$ | высокий (В) | {0,832... 0,936} | {0,618 ... 0,711} | достаточно высокий (ДВ) | {0,421... 0,831} | {0,432... 0,617} | средний (С) | $R^F < 0,420$ | $R^I < 0,431$ | низкий (Н) |
| $R^F > 0,937$   | $R^I > 0,712$  | высокий (В)             |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
| {0,832... 0,936}  | {0,618 ... 0,711}  | достаточно высокий (ДВ) |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
| {0,421... 0,831}  | {0,432... 0,617}   | средний (С)             |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |
| $R^F < 0,420$   | $R^I < 0,431$  | низкий (Н)              |               |             |                  |                   |                         |                  |                  |             |               |               |            |

**5. Разработана модель архитектоники цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли, структура и содержание которого отличаются направленностью на формирование комплексной и объективной информации о цифровизации, а инструментарий реализации позволяет развивать потенциал предприятия, повышать эффективность бизнес-процессов и производительность труда с учетом приоритетов цифровизации.**

Предшествующий разработке модели архитектоники цифрового паспорта анализ проблем, препятствующих активному развитию отечественных предприятий сервиса и торговли, позволил подчеркнуть беспрецедентный уровень применения информационно-коммуникационных технологий, особенно вследствие как пандемии Covid-19, так и новых геополитических реалий. Влияние данных факторов наблюдается как «напрямую» на деятельность предприятий Донецкой Народной Республики, так и «опосредованно» через контрагентов из других регионов Российской Федерации.

В ходе исследования был проведен анкетный опрос руководителей, заместителей, менеджеров структурных подразделений, ведущих специалистов предприятий сервиса и торговли Донецкой Народной Республики. В результате при систематизации проблем развития отечественных предприятий сервиса и торговли были учтены мнения 118 респондентов (таблица 2), группировка ответов которых позволила детально проанализировать их взгляды на реалии цифровизации экономики Донецкой Народной Республики на современном этапе ее развития.

Таблица 2 – Распределение ответов респондентов о проблемах развития предприятий сервиса и торговли Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации

| Проблемы   | Распределение ответов респондентов |          |                                     |          |                     |          |
|--|------------------------------------|----------|-------------------------------------|----------|---------------------|----------|
|  | Руководители и их заместители      |          | Менеджеры структурных подразделений |          | Ведущие специалисты |          |
|  | Место                              | %        | Место                               | %        | Место               | %        |
| <b>1</b>   | <b>2</b>                           | <b>3</b> | <b>4</b>                            | <b>5</b> | <b>6</b>            | <b>7</b> |
| Продолжение военного конфликта на территории Донецкой Народной Республики  | 1                                  | 83,7     | 1                                   | 76,5     | 1                   | 81,6     |
| Отсутствие финансовых возможностей для развития деятельности (недостаток источников формирования заемного капитала) и реализации инструментария цифровизации | 2                                  | 74,1     | 9                                   | 44,8     | 9                   | 53,7     |
| Активные структурные трансформации экономики Донецкой Народной Республики в переходный период  | 3                                  | 70,3     | 4                                   | 67,4     | 8                   | 55,2     |

Продолжение таблицы 2

| <b>1</b>  | <b>2</b>  | <b>3</b> | <b>4</b>  | <b>5</b> | <b>6</b>  | <b>7</b> |
|---|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
| Стремительный рост количества проверок со стороны государственных органов в переходный период   | <b>4</b>  | 62,8     | <b>5</b>  | 61,7     | <b>7</b>  | 58,9     |
| Недостаток проектов государственно-частного партнерства по развитию предпринимательства и цифровизации экономики  | <b>5</b>  | 60,7     | <b>10</b> | 26,3     | <b>6</b>  | 61,7     |
| Дискуссионность положений нормативно-правовой и нормативно-справочной информации  | <b>6</b>  | 55,9     | <b>7</b>  | 53,4     | <b>10</b> | 11,3     |
| Недостаточный уровень применения современных информационных технологий контрагентами  | <b>7</b>  | 51,4     | <b>2</b>  | 74,8     | <b>3</b>  | 75,8     |
| Низкий уровень мотивации работников для развития как предприятия, так и собственных профессиональных навыков в сфере цифровых технологий                              | <b>8</b>  | 49,3     | <b>6</b>  | 58,7     | <b>2</b>  | 79,4     |
| Рост текучести кадров, способных внедрять цифровые технологии   | <b>9</b>  | 34,8     | <b>3</b>  | 69,3     | <b>5</b>  | 63,1     |
| Недостаточно высокий уровень «цифровизации» населения (коллег) в Донецкой Народной Республике и скептицизм в отношении цифровых технологий для заказа услуг и товаров | <b>10</b> | 31,2     | <b>8</b>  | 47,6     | <b>4</b>  | 71,6     |

При этом обосновано, что для формирования стратегических ориентиров цифровизации и определения уровня решения ее тактических задач целесообразным является составление цифрового паспорта предприятиями сервиса и торговли. Для этих целей в диссертационной работе была разработана модель архитектуры цифрового паспорта предприятия сервиса и торговли (рисунок 6), реализация которой на практике позволяет формировать информационный массив данных, необходимых для оценки уровня цифровизации предприятий сервиса и торговли; анализа эффективности внедрения и готовность к цифровой трансформации; исследования агрегированных (интегральных) показателей, связанных с цифровой трансформацией деятельности.

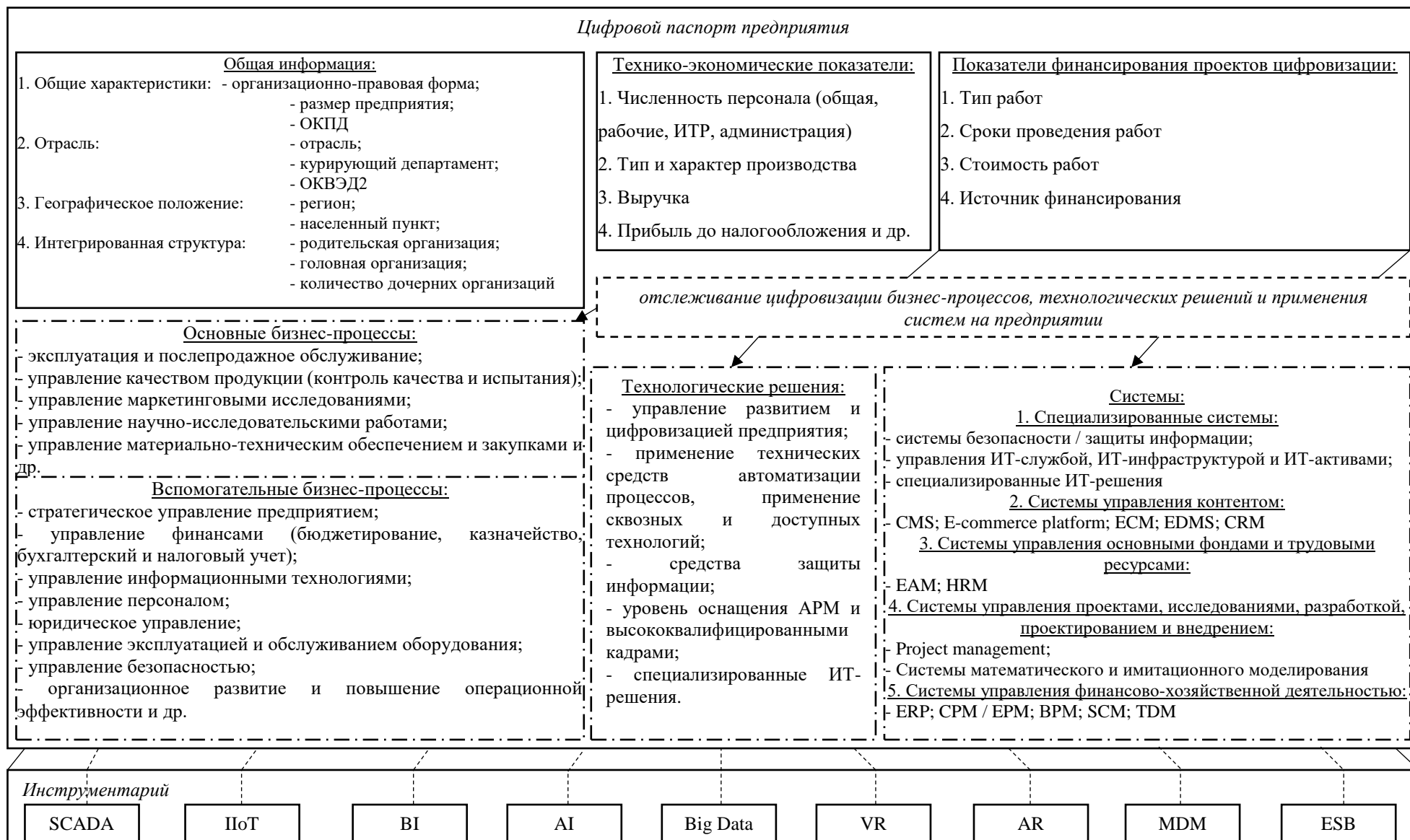


Рисунок 6 – Модель архитектуры цифрового паспорта предприятия сервиса и торговли

Формирование цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли при помощи предложенного в диссертации инструментария позволит получить частную или государственную поддержку реализации проектов цифровизации; выявить наиболее сложные этапы цифровизации; обоснованно сформировать предложения по мерам государственной поддержки цифровизации и предложить мероприятия по контролю достижения показателей их эффективности.

Реализация разработанных рекомендаций для каждого исследуемого предприятия сервиса и торговли позволила повысить уровень их цифровизации (рисунок 7).

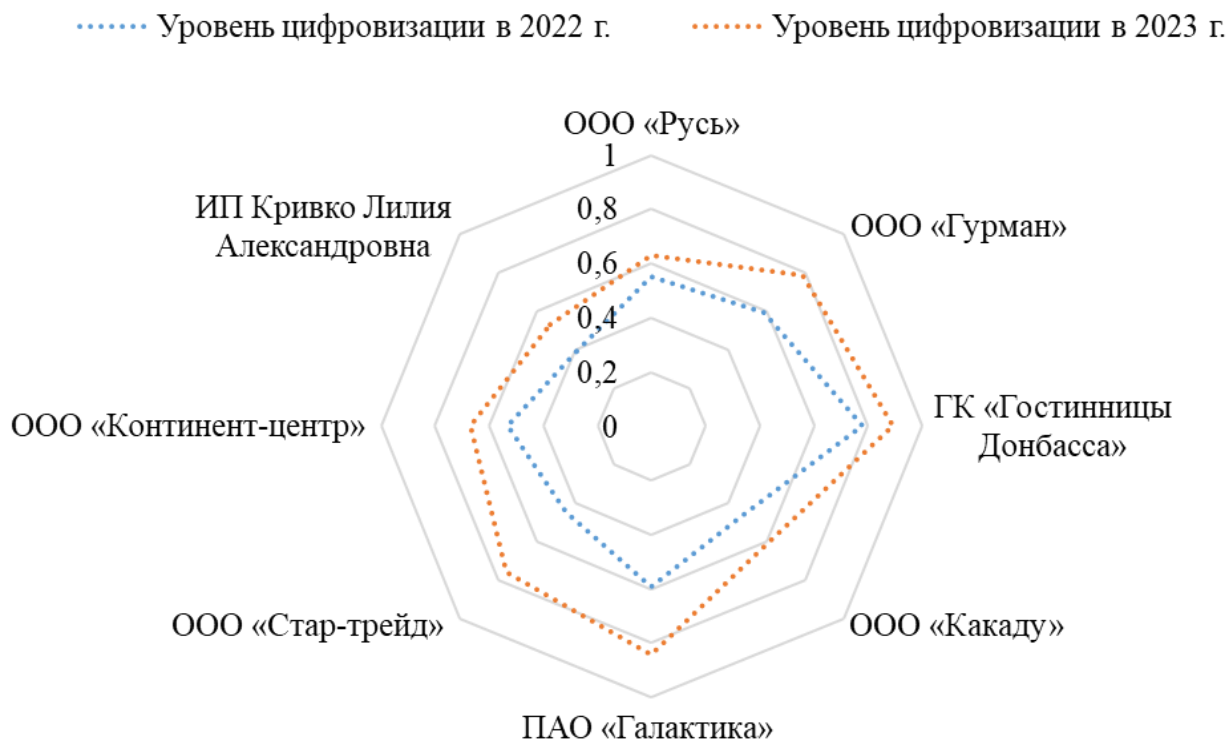


Рисунок 7 – Уровень цифровизации исследуемых предприятий сервиса и торговли

Отмечена существенная динамика роста индекса цифровизации, который был рассчитан в диссертационной работе. Наибольший темп роста индекса цифровизации наблюдается на предприятиях торговли, в первую очередь, за счет внедрения рекомендаций по: разработке и реализации механизма цифровизации предприятий сервиса и торговли; реализации современных программных продуктов для цифровизации деятельности предприятий сервиса и торговли; составлению цифрового паспорта для предприятий сервиса и торговли; оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли для целей цифровизации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе представлено решение научной задачи по разработке теоретико-методических положений и практических рекомендаций,

направленных на развитие предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации. Результаты исследования представлены следующими выводами.

1. Особенности диалектики предприятий сервиса и торговли исследованы при помощи разработки соответствующей модели, объединяющей этапы, событийный дрейф, факторы-драйверы, диалектический скачок развития рынка услуг и товаров. Реализация законов диалектики в предложенной разработке формирует комплексный взгляд на процесс развития предприятий сервиса и торговли, лежит в основе пояснения особенностей цифровизации их деятельности. Кроме этого, рассмотренные в диссертации характеристики, классификации и особенности функционирования предприятий сервиса и торговли позволили сформировать дальнейший вектор их развития, который лежит в плоскости становления «сервисной» экономики и интеграции предприятий в онлайн-пространство. При этом акцентировано внимание на природе и характере влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли и уровень цифровой зрелости через изучение их генезиса и современного состояния, вследствие чего подчеркнута значимость экосистемного подхода для рынка услуг и товаров. Исходя из этого, предложенная модель влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли направлена на формирование теоретико-эмпирических ориентиров цифровой зрелости и организационно-методических векторов эволюции цифровых платформ и экосистем.

2. Разработан концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации экономики, в основу которого положены ключевые положения современных экосистем и цифровых платформ, интегрированных в четыре взаимосвязанных и взаимообусловленных блока: теоретический, аналитический, методический, практический. Реализация предложенного концептуального подхода, предполагающего разработку механизма цифровизации предприятий сервиса и торговли, обеспечит устойчивое их развитие и адаптацию к современным социально-экономическим условиям деятельности. Это достигается за счет внедрения цифровых продуктов в деятельность предприятий сервиса и торговли, реализации научно-методического подхода к оценке финансовой устойчивости для целей цифровизации предприятий сервиса и торговли, составления цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли.

3. Проанализирован зарубежный опыт развития предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации, в результате чего сделан вывод о том, что развитие цифровых технологий предопределило существование двух уровней трансформации: глобальный – цифровая трансформация отрасли; локальный – цифровизация отдельных бизнес-процессов предприятий сервиса и торговли. Первый уровень предполагает создание фундаментальной цифровой основы отрасли для полной замены устаревших инструментов ее развития. Второй уровень связан с переводом в цифровую плоскость отдельных бизнес-процессов с целью снижения влияния человеческого фактора, повышения скорости обработки информации (заявок, заказов), что существенно влияет на показатели

деятельности предприятий сервиса и торговли. Для обоснования логики выделения указанных уровней в ходе исследования проанализирована деятельность технологических гигантов современного сектора e-commerce, как Amazon, Alibaba и eBay. Кроме этого, исследованы современные особенности деятельности предприятий сервиса и торговли в Российской Федерации. Для этого была детально проанализирована динамика показателей: от использования Интернета населением для заказа услуг и товаров до деятельности ведущих маркетплейсов. Существенные изменения, происходящие в сфере сервиса и торговли под влияние ряда социально-экономических и геополитических обстоятельств, вынуждают отечественные предприятия активно использовать цифровые технологии в своей деятельности. Это связано, с одной стороны, с ростом динамики заказа услуг и товаров через Интернет (на маркетплейсах, через социальные сети и др.), а с другой – реализацией бизнес-моделей, предполагающих цифровизацию всех цепочки «товар (услуга)-деньги-товар (услуга)».

Разработан механизм цифровизации предприятий сервиса и торговли, в рамках теоретического обоснования которого выделены объект, предмет, цели и задачи, а практического – ряд функциональных моделей и циклический алгоритм PDCA. Реализация механизма при помощи предложенных для исследуемых предприятий сервиса и торговли (исходя из определенного уровня их цифровизации) рекомендаций способствует достижению как экономического (рост финансовых результатов), так и социального эффекта (повышения имиджа в глазах общественности). Кроме того, гибкость элементов механизма, рассматриваемых в рамках теоретической, функциональной, циклической и практической компонент, направлена на повышение конкурентоспособности предприятий сервиса и торговли и их максимальную адаптацию к работе в онлайн-пространстве.

4. Сформирован научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли, который основывается на многокритериальной системе кортежа показателей эффективности формирования и использования финансовых ресурсов для целей цифровизации. Реализация научно-методического подхода позволяет на основе матричного позиционирования определить тип финансовой устойчивости (абсолютная, нормальная, неустойчивое финансовое состояние), что способствует обоснованному принятию управленческих решений относительно направлений, этапов и форматов цифровизации предприятий сервиса и торговли.

5. Проведен аналитический обзор проблем развития предприятий сервиса и торговли Донецкой Народной Республики в условиях цифровизации на основе проведения анкетного опроса. В результате выделен ряд проблем развития исследуемых предприятий, которые связаны как с особенностями функционирования экономики Российской Федерации в целом (трансформация логистических цепочек, импортозамещение, новые реалии работы в условиях санкций со стороны недружественных государств и т.д.), так и переходным периодом в Донецкой Народной Республике (активные структурные трансформации отечественной экономики, стремительный рост количества



проверок со стороны государственных органов, недостаточно высокий уровень «цифровизации» населения Донецкой Народной Республики и скептицизм в отношении цифровых технологий для заказа услуг, товаров и т.д.).

Разработана модель архитектуры цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли, предполагающая раскрытие информации об основных и вспомогательных бизнес-процессах, технико-технологических показателях (и ряда других, связанных с цифровизацией), технологических решениях и различных программных продуктах. Формирование массива данных цифрового паспорта при помощи предложенного в исследовании инструментария (SCADA, BI, AI и др.) способствует формированию информационного обеспечения принятия управленческих решений относительно тактических результатов цифровизации и ее стратегических перспектив на предприятиях сервиса и торговли, повышая их потенциальную инвестиционную привлекательность.

## **СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### **Статьи в научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России для публикации результатов научных исследований**

1. Энглези, В.Ю. Диалектика предприятий сервиса и торговли / В.Ю. Энглези // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 4. – Том 4. – С. 6-12. – 0,56 п.л.

2. Энглези В.Ю. К вопросу о цифровом паспорте предприятий сервиса и торговли / В. О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Первый экономический журнал. – 2022. – № 11 (329). – С. 19-24. – 0,43 п.л. / 0,21 п.л.

*Личный вклад: разработана модель архитектуры цифрового паспорта предприятий сервиса и торговли*

3. Энглези, В.Ю. Механизм управления цифровой трансформацией предприятий сервиса и торговли / В.О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Копирайт. – 2023. – № 1. – С.82-95. – 0,59 п.л. / 0,29 п.л.

*Личный вклад: сформирована структура и содержание механизма цифровой трансформации предприятий сервиса и торговли.*

4. Энглези, В. Ю. О специфике финансовой устойчивости предприятий сферы услуг в условиях цифровизации экономики региона / В. О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Первый экономический журнал. – 2023. – № 3 (333). – С. 35-40. – 0,25 п.л. / 0,12 п.л.

*Личный вклад: обоснованы особенности оценки финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли.*

5. Энглези В.Ю. Модель организационно-экономического механизма реинжиниринга бизнес-процессов торговых предприятий новых регионов Российской Федерации / Е.А. Тумаков, В.О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Вестник Евразийской науки. – 2023. – № 3. – Том 15. – URL: <https://esj.today/03ecvn323.html>. – 0,84 п.л. / 0,28 п.л.

*Личный вклад: рассмотрены особенности реализации организационно-экономического механизма реинжиниринга бизнес-процессов в деятельности торговых предприятий в условиях применения отдельных программных продуктов.*

6. Энглези, В. Ю. Научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации сферы услуг / В.О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Управленческий учет. – 2023. – № 4. – С. 20-28. – 0,57 п.л. / 0,28 п.л.

*Личный вклад: разработан научно-методический подход к оценке финансовой устойчивости предприятий сервиса и торговли для целей цифровизации*

7. Энглези, В.Ю. Моделирование влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли / В.Ю. Энглези // Прикладные экономические исследования. – 2023. – № 3. – С. 31-39. – 0,63 п.л.

8. Энглези, В.Ю. Концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации / В.Ю. Энглези // Журнал прикладных исследований. – 2023. – № 9. – С. 51-57. – 0,61 п.л.

9. Энглези, В.Ю. Зарубежный опыт развития предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации / В.Ю. Энглези // Торговля и рынок. – 2023. – №3 (67), Т.1. – С. 114-123. – 0,66 п.л.

10. Энглези, В.Ю. К вопросу о современных особенностях деятельности предприятий сервиса и торговли в Российской Федерации / В.Ю. Энглези // Торговля и рынок. – 2023. – №4 (68), Т.1. – С. 80-88. – 0,6 п.л.

11. Энглези, В.Ю. Проблемы развития отечественных предприятий сервиса и торговли в условиях новых вызовов и цифровизации экономики / В. О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Научно-практический, теоретический журнал Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – №1-(142), Т.1. – С. 18-25. – 0,5 п.л. / 0,25 п.л.

*Личный вклад: проанализированы проблемы развития отечественных предприятий сервиса и торговли в условиях новых вызовов и цифровизации экономики.*

### **Монографии по теме диссертации**

12. Энглези В.Ю. Модель диалектики предприятий сервиса и торговли / В.Ю. Энглези// Развитие общества и науки в современных условиях: монография. – Петрозаводск: МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. – С.330-345. – 0,63 п.л.

### **Публикации в других научных журналах и изданиях**

13. Энглези, В.Ю. Научно-методический подход к оценке уровня цифровизации предприятий сервиса и торговли / В. Ю. Энглези // Теория и практика бухгалтерского учета в условиях интеграции: состояние, проблемы и перспективы развития: сборник научных трудов VIII Международной научно-практической конференции, Донецк, 23 декабря 2022 г. – Донецк: ДОННУЭТ, 2022. – С. 151-155. – 0,3 п.л.

14. Энглези В.Ю. Цифровой паспорт как фактор развития предприятий сервиса и торговли / В.Ю. Энглези // Проблемы социального и научно-технического развития в современном мире: сборник научных трудов XXV Всероссийской научно-технической конференции, Рубцовск, 21-22 апреля 2023 г. – Рубцовск: Рубцовский индустриальный институт, 2023. – С. 347-350. – 0,28 п.л.

15. Энглези, В. Ю. Об особенностях механизма управления цифровой трансформацией предприятий сервиса и торговли / В. Ю. Энглези // Анализ состояния и перспективы развития экономики России : материалы VII Всероссийской молодежной научно-практической конференции (с международным участием), Иваново, 28 апреля 2023 года. – Иваново: Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина, 2023. – С. 150-151. – 0,1 п.л.

16. Энглези, В. Ю. К вопросу о цифровом паспорте и бизнес-процессах предприятий сервиса и торговли / В. Ю. Энглези // Экономическая безопасность агропромышленного комплекса: проблемы и направления обеспечения : сборник научных трудов III национальной научно-практической конференции, Киров, 01 марта 2023 года. – Киров: Вятский государственный агротехнологический университет, 2023. – С. 66-69. – 0,28 п.л.

17. Энглези, В. Ю. О специфике финансовой устойчивости предприятий сферы услуг в условиях цифровизации экономики региона / В. Ю. Энглези // Инновационный потенциал развития науки в современном мире: достижения и инновации : сборник научных статей по материалам XII Международной научно-практической конференции, Уфа, 23 июня 2023 года. Часть 1. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "Научно-издательский центр "Вестник науки", 2023. – С. 138-143. – 0,25 п.л.

18. Энглези, В. Ю. Модель диалектики предприятий сервиса и торговли / В. Ю. Энглези // Устойчивое развитие России – 2023: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции, Петрозаводск, 20 июня 2023 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. – С. 178-185. – 0,34 п.л.

19. Энглези, В.Ю. Цифровизация предприятий сервиса и торговли как фактор их экономической безопасности в условиях новых вызовов / В. О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Innovations and Tendencies of State-of-Art Science: XXXIII International Multidisciplinary Conference. Proceedings of the Conference, 17 июля 2023 года. Том XXXIII. – Rotterdam, 2023. – 49-55 pp. – 0,21 п.л. / 0,1 п.л.

*Личный вклад: рассмотрены особенности цифровизация предприятий сервиса и торговли.*

20. Энглези В.Ю. Концептуальный подход к развитию предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации / В.Ю. Энглези // Теория и практика бухгалтерского учета в условиях интеграции: состояние, проблемы и перспективы развития: Сборник научных трудов IX Международной научно-практической конференции – Донецк, 25-27 октября 2023. – Донецк: ДОННУЭТ, 2023. – С.147-151. – 0,61 п.л.

21. Энглези В.Ю. Цифровой паспорт как фактор развития предприятий в условиях новых угроз экономической безопасности / В. О. Бессарабов, В.Ю. Энглези // Донецкие чтения-2023: Сборник научных трудов XIII Международной научно-практической конференции. Часть 1. – Донецк, 25 декабря 2023. – Донецк: ДонГУ, 2023. – С.14-16. – 0,21 п.л. / 0,1 п.л. *Личный вклад: рассмотрены преимущества составления предприятиями сервиса и торговли цифрового паспорта.*

Энглези Виктория Юрьевна

Развитие предприятий сервиса и торговли в условиях цифровизации

Автореф. дисс. на соискание учёной степени кандидата экон. наук

Подписано к печати 19.04.2024.

Формат 60x84x1/16. Бумага офсетная.

Гарнитура Times New Roman.

Печать – ризография. Усл. печ. лист. 1,5

Зак. № \_\_\_\_\_ Тираж 100 экз.

---

Отпечатано «ИП Кириенко С.Г.»

Государственная регистрации РФ от 10.01.2023 г.

ОРГНИП 329930100004282

ДНР, 83014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.

Тел. +7 (949) 524-50-36