

Отзыв официального оппонента

доктора экономических наук, доцента Пироговой Оксаны Евгеньевны на диссертацию Валеевой Юлии Сергеевны на тему «Развитие услуг розничных торговых сетей: теория, методология, практика», представленную к защите на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика» (экономические науки)

Актуальность темы диссертационного исследования. Информационно-коммуникационные технологии и инструменты в современных условиях становятся все более значимым драйвером интенсивного развития всех отраслей народного хозяйства России, в том числе торговли. Динамичное развитие ритейла России определяется его способностью быстрой адаптации к происходящим изменениям цифровой среды, опережающего и быстрого внедрения управленческих решений с учетом трансформации потребительских ценностей. Решение вопросов развития услуг российского ритейла способствует минимизации издержек обращения по доставке товаров до конечных потребителей посредством использования современных информационных и коммуникационных технологий, ускорения процессов сбора, обработки, анализа и обмена большим объемом разнообразной информации об элементах внутренней и внешней среды. Сетевизация и цифровизация услуг розничной торговли позволяет повысить своевременность и полноту удовлетворенности потребностей и запросов потребителей, поскольку предоставляет широкие возможности выстраивания тесных, взаимовыгодных отношений с ними, обеспечивая омниканальность процесса реализации товаров путем активного применения интернет-сервисов, искусственного интеллекта, робототехники и другого инструментария сквозных технологий и управленческих решений.

Ускорение процессов трансформации экономических систем на макро- и микроуровне, порождаемая глобализацией, усилением мировой экономической, социальной и политической нестабильности, ускорением и усложнением динамики потоков требует от управления непрерывных корректирующих воздействий, что возможно реализовать привлечением в анализ новых методов моделирования, отличающихся от методов классической эконометрики высокой точностью на основе отказа от искажения реальных данных сглаживанием.

Для эффективного управления развитием услуг торговых сетей имеющегося инструментария уже недостаточно, поэтому разработка соответствующей методологии развития услуг торговых сетей в трансформационной экономике становится является актуальной.

Помимо теоретических аспектов необходимо отметить недостаточность методологической проработки вопросов внедрения указанного инструментария в деятельность исследуемых сетей. В связи с этим тема диссертационного исследования Валеевой Юлии Сергеевны является актуальной.

Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендации, сформулированных в диссертации.

Обоснованность и достоверность сформулированных в диссертации научных положений, выводов и рекомендаций обеспечены применением в исследовании апробированных научных методов, корректным теоретическим и экономико-математическим обоснованием приведённых утверждений, непротиворечивостью полученных автором результатов, их соответствием теоретическим и методическим положениям в части развития методологии анализа и управления развитием услуг розничных торговых сетей. Приведённые теоретико-методологические подходы к формированию инструментария исследования оценки и управления услугами сетей опираются на труды отечественных и зарубежных ученых по вышеобозначенным аспектам.

В рамках исследования автором эффективно использованы фактология big data, корреляционно-регрессионный анализ, факторный анализ, метод сравнения и синтеза, step-анализ и др. методы, позволившие математически аргументировать и обосновывать наличие сетевого эффекта, эффективности услуг и деятельности розничных торговых сетей, уровня развития услуг сетей. Аналитическая строгость построенных моделей при определении ключевых факторов развития, точность обработки данных и релевантность эконометрических построений подтверждают адекватность полученных при исследовании моделей.

Теоретическая значимость результатов диссертации заключается в развитии научной методологии исследования развития услуг розничных торговых сетей, позволяющей проводить оценку уровня развития услуг, выявлять позитивные и негативные факторы развития, определять направление развития услуг, формировать соответствующую стратегию, а также план управленческих решений с применением цифровых и сквозных технологий для оптимизации бизнес-процессов услуг торговых сетей.

На основе рассмотрения существующих российских и зарубежных подходов о формировании потребительской ценности в рамках макропроцесса услуг розничных торговых сетей в диссертации разработаны и обоснованы роль и получаемые институциональными, конечными потребителями и самой розничной торговой сетью ценности. Дополнены теоретические положения теории клиентоориентированности в части научного обоснования теоретико-методологических аспектов клиентоориентированности персонала се-

тей. Представлена аналитика эволюции трансформации потребительской ценности за последние 15 лет, особенности и новые характеристики услуг, которые позволили выделить бизнес-процессы услуг сетей в отдельное направление с ориентацией на всех участников совокупной потребительской ценности. Научно обоснована классификация бизнес-процессов по охвату участников и ценностной ориентации, позволяющая выстраивать и разрабатывать мероприятия по разработке и реализации управленческих решений для обеспечения эффективности деятельности торговой сети. Анализ существующих подходов к оценке эффективности деятельности торговых сетей и аналитики Big Data сетей позволили разработать методику расчёта эффективности услуг торговых сетей и математически обосновать наличие сетевого эффекта на макроуровне в отношении деятельности розничных торговых сетей, что имеет важное хозяйственное значение. Результаты, полученные лично автором, развивают методологию управления развитием услуг и анализа экономической эффективности сетей, а также могут служить основой развития технологий их управления.

Практическую значимость имеют методические разработки автора по анализу уровня развития услуг торговых сетей на микро, мезо и макроуровне. Оценка развития услуг розничных торговых сетей в Республике Татарстан за последние 10 лет нашла практическое применение в деятельности региональных органов власти при разработке оригинальных решений, направленных на развитие потребительского рынка региона. Апробация методики развития услуг торговых сетей позволила разработать конкретные рекомендации для татарстанских региональных сетей. Кроме того, разработанные методы, подходы и инструменты развития услуг имеют практическую значимость применительно к организации научно-образовательной деятельности студентов по направлениям «Экономика», «Менеджмент». В целом эти методы обеспечивают экономистам практическую возможность пользоваться широким спектром эффективных экономических инструментов и получать при этом достоверные результаты.

Наиболее существенные научные результаты исследования и их новизна.

Проведённое автором исследование позволило получить новые научные результаты, важные для повышения эффективности управления хозяйственной деятельностью как на уровне отдельных сетей, отдельных отраслей экономики, так и экономики страны в целом.

В диссертации выполнена разработка и дано научное обоснование методологии развития услуг розничных торговых сетей. Эти положения могут

быть квалифицированы как решение научной проблемы, имеющей важное хозяйственное значение, что соответствует критериям, установленным п. 9 Положения о присуждении ученых степеней для докторских диссертаций.

Обозначим наиболее значимые новые научные результаты, полученные в диссертации:

Раскрыто экономическое содержание услуг розничных торговых сетей (с.18-25) на основе рассмотрения категорий «услуга», «торговая услуга» с выделением принципов сетевой экономики, а также сетевой розничной торговли. Уточнено определение термина «услуга розничных торговых сетей», и доказано появление новых признаков услуг торговых сетей (с. 26-39). Предложена классификация бизнес-процессов услуг торговых сетей по длительности циклов, охвату участников в процессе услуги с целью описания стандартов и правил взаимодействия субъектов в процессе предоставления услуг сетями (с. 40-42).

Для решения задач, связанных с оценкой потребительской ценности автором предложены функциональные зависимости созданной совокупной ценности услуг сетей от получаемых выгод и ценностей институциональных участников, конечных потребителей и торговой сети. Каждая группа включает свой набор ценностей и выгод, которые по мнению автора, являются основой для разработки оценочных и управленческих решений (с.71-73).

Автором выделены основные содержательные характеристики услуг розничных торговых сетей, которые легли в основу уточнённой категории услуг с расчётом предложенного подхода разграничения категории услуги розничной торговли и розничной торговой сети при обосновании наличия сетевого эффекта (с. 70-77). Соискателем обосновано возникновение сетевого эффекта при оказании услуг торговыми сетями, в основе которого лежит клиентоориентированность услуг и реализация соответствующих технологий его создания. В работе правомерно выделены стратегический, традиционный, финансовый, социальный, рыночный и цифровой эффекты, которые формируют потребительскую ценность услуг (с.79-82).

Предложена модель концепции развития услуг торговых сетей «потребности – ценности – вложения» с выделением целевых установок для определения вектора развития услуг по каждому участнику создания совокупной потребительской ценности услуг торговых сетей. Определён обобщённый результат реализации концепции, а также предложены методологические основы концепции, состоящие из предложенных принципов развития услуг, норм деятельности, способов определения объекта и предмета, а также методов и результатов, подходов (с.84 -88).

Аналитика развития услуг позволила выделить сдерживающие и способствующие факторы цифровой трансформации торговых сетей (с.91-92), определить тренды трансформации услуг, что позволило расширить модель системы управления развитием услуг сетей посредством выделения структуры управления, процесса управления, механизма развития и компетенций управления.

Автором предложена двухвариантная модель взаимодействия торговой сети с потребителями: конечными и институциональными. Ключевыми отличиями в модели, по мнению автора выступают особенности выделения принципов оптимизация бизнес-процессов предоставления услуг, включая принцип социальной ответственности, принцип ценности участников сетевого эффекта, принцип соучастия в создании ценности, принцип внедрения инструментов (с. 101– 109).

В работе автор предлагает матричный метод формирования стратегий развития услуг розничных торговых сетей (с.119-122).

Аргументированно влияние цифровизации на модели и инструменты развития потребительской ценности услуг торговых сетей через построение модели цифровизации услуг сетей. Указанная модель учитывает характеристики современных платформ в разрезе эффективности развития инноваций, и обеспечивает численную оценку приращения потребительской ценности, выделение признаков цифровой потребительской вовлеченности в создания услуг. На основе модели определены принципы и технологии применения Big Data в управлении услугами. (с. 130-137).

Выделены научно-методические подходы к оценке развития услуг сетей, объединённые в 5 этапов, включающих эволюцию моделей менеджмента и методов анализа развития услуг с выделением ключевых показателей результативности развития услуг сетей. Представлено описание особенностей инструментария оценки исследования эффективности и развития услуг на микро, мезоуровне, а также разработки управленческих решений в менеджменте (с.142-158).

В предложенной автором методике оценки эффективности оказания услуг и дифференциации эффективности деятельности торговых сетей и сетевых торговых объектов модель стратегической прибыли DuPont. Эта методика позволяет определять долю услуг в выручке торговых сетей и оценивать сетевой эффект (с. 163-166). Автором предложена методика оценки потребительской ценности развития услуг на микроуровне с помощью индексного метода, позволяющего определять ценность услуг, выгоду покупателей и затраты покупателя (с.167-168).

Применение процессного подхода позволило автору описать особенности реализации бизнес-процессов и выделить систему разграничения их в отношении обеспечения управления торговой сетью с ориентацией на конкретных участников. В работе описаны модели бизнес-процессов предоставления услуг, особенности онлайн заказов, услуг на основе Big Data, услуг через цифровую платформу и др. В современных условиях применение сквозных технологий трансформирует процесс предоставления услуг, сокращает длительность цикла и повышает уровень качества и надежности предоставления этих услуг (с.181-200).

Отдельного внимания заслуживают выявленные автором особенности функционирования и развития розничных торговых сетей. В частности выявлена дифференциация и трансформация развития услуг торговых сетей в сторону импортозамещения оборудования, предоставления гибридных форматов услуг (с.240-245). Методом кластерного анализа произведено разграничение по 4 группам всех регионов России по уровню развития услуг торговых сетей по показателям доля розничной сетевой торговли в общем обороте, уровень плотности населения, соотношения денежных доходов населения к величине прожиточного уровня, ёмкость рынка и собственных крупных логистических узлов в регионе, которые были сведены в сводный индекс развития сетевой торговли в регионе (с. 240-249).

Предложен организационно-экономический механизм управления развитием услуг торговых сетей на основе ценностно ориентированного подхода с определением инструментов, факторов методов на макро-, мезо- и микро уровнях развития услуг торговых сетей. Данный механизм подробно расписан автором, в том числе включает модели реализации проекта с использованием принципов Деминга в разрезе участников цепочки совокупной потребительской ценности услуг (с.295-297)

Несмотря на положительную оценку работы в целом, внимательно ее изучение породило некоторые *замечания и дискуссионные вопросы*. К основным из них можно отнести следующие:

1. В диссертации автором предложен новый оригинальный подход оценки эффективности услуг розничных торговых сетей, рассчитываемый для макроуровня. Вместе с тем, подходы к оценке эффективности услуг на других уровнях экономических систем, в том числе на уровне отдельных сетей и их предприятий в работе не были рассмотрены, что несколько сужает возможности разработанного инструментария применительно к практической деятельности сетей и их предприятий. Вместе с тем, рассмотрение данных аспектов могло бы обеспечить дополнение и уточнение полученных автором результатов, а также создать синергетический эффект.

2. Эмпирической базой исследования в работе послужили данные

экономической деятельности торговых сетей по Республике Татарстан, агрегированные на макроуровне и мезоуровне. Вместе с тем, апробация разработанных автором подходов и систем оценки данных других регионов не проводилась, что в некотором смысле затрудняет выявление региональных трендов развития услуг торговых сетей, так как отечественные торговые сети, как правило имеют межрегиональную локацию.

3. К сожалению, в работе не нашел отражения анализ региональных программ, направленных на развитие торговой отрасли, в том числе в части развития услуг. Учет данного аспекта, по нашему мнению, мог бы в значительной степени повысить качество оценки факторов развития услуг розничных торговых сетей и выявить эффективность воздействия факторов стимулирования развития отдельных аспектов деятельности.

4. В качестве недостатка работы стоит отметить использование автором некоторых терминов, не имеющих однозначного устоявшегося в экономической науке толкования. К таким терминам можно отнести, например, термины «совокупная потребительская ценность услуг розничных торговых сетей», «цепочка совокупной потребительской ценности услуг». Использование таких терминов может затруднить интерпретацию предлагаемого научного инструментария. Кроме того, спорность категорийного аппарата показывает недостаточную проработанность проблематики в методологическом плане и требует дальнейшего изучения в перспективе.

5. В работе автором не продемонстрированы оценки наличия, либо отсутствия сетевых эффектов в развитии услуг торговых сетей. Наличие таких оценок позволило бы более эффективно использовать преимущества сетевой формы организации в части обеспечения динамики развития в условиях турбулентной экономической среды.

Вместе с тем, указанные недостатки в основной своей массе носят рекомендательный характер и не влияют на адекватность разработанных автором моделей и достоверность полученных результатов.

Научные публикации автора и автореферат диссертации достаточно полно отражают содержание диссертации, её основные научные результаты. По теме диссертации опубликовано: 4 монографии; 59 статей, в том числе 34 статей в научных периодических изданиях, рекомендованных ВАК, 8 – в изданиях, индексируемых в WoS и Scopus, 16 – в сборниках и материалах конференций. Указанные в диссертации сведения об опубликованных работах являются достоверными.

Заключение по диссертации о её соответствии критериям, установленным Положением о присуждении учёных степеней:

1. Оппонируемая диссертация является завершённой научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на актуальную тему, содержащей решение важной научной проблемы развития методологии теоретических положений и прикладных исследований анализа и оценки развития услуг розничных торговых. Решение этой проблемы имеет большое как научное, так и практическое значение.

2. Теоретические и практические положения диссертации тщательно аргументированы, обладают значимостью, отличаются обоснованностью и достоверностью, а также новизной в сравнении с материалами ранее опубликованных работ по проблематике диссертации.

3. Диссертация соответствует требованиям раздела 2 Положения о присуждении учёных степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени доктора наук, а также паспорту научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономические науки).

4. Валеева Юлия Сергеевна заслуживает присуждения учёной степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономические науки).

Официальный оппонент – профессор Высшей школы сервиса и торговли, Института промышленного менеджмента, экономики и торговли ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», доктор экономических наук, доцент, pirogova_oe@spbstu.ru; 8 (964) 334-01-67

 Пирогова Оксана Евгеньевна

Докторская диссертация защищена по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг). Высшая школа сервиса и торговли, Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»: адрес – 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29; официальный сайт: <https://gifu.spbstu.ru>; телефон: +7 (812) 534-73-31.

