

Литература

1. Курочкина А.А., Лукина О.В., Назаров П.В. Цифровая трансформация бизнес-моделей с целью повышения эффективности процесса управления компанией// Ученые записки Международного банковского института. – 2020. – №3(33) – С. 84-98.
2. Попов, И.В. Влияние цифровых технологий на бизнес-процессы предприятий / И.В. Попов, М.М. Киселева, И.А. Толочко // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. – 2019 – № 3. – С. 29-37.
3. Цифровизация закупок: инструменты, прогнозы, польза [Электронный ресурс]. – doczilla.pro: платформа для создания и управления документами – Режим доступа: <https://doczilla.pro/ru/blog/cifrovizaciya-zakupok-instrumenty-prognozu-polza/> (дата обращения: 30.09.2022).
4. Окрепилов, В.В. Обеспечение устойчивого развития экономических агентов методами менеджмента качества в эпоху цифровизации / В.В. Окрепилов, А.В. Бабкин, Н.В. Злобина, С.Н. Кузьмина, Т.А. Салимова // Экономическая наука современной России. – 2021. – № 2. – С. 81-100.
5. Нагина, Е.К. Применение кластерного анализа в цифровой логистике на примере работы с поставщиками / Е.К. Нагина, М.В. Орлова // Экономическое прогнозирование: модели и методы: сб. статей. – Воронеж, 2022. – С. 155-157.

DOI: 10.18720/IEP/2021.4/34

Петрученя И.В.¹, Пакшина Т.П.²

**ОЦЕНКА ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ
РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

¹ ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», ИУБП, Красноярск, Россия

² Витебский государственный технологический университет, Витебск, Беларусь

Аннотация

Статья посвящена вопросу актуализации методических подходов к оценке трансформационных процессов под воздействием цифровизации на потребительском рынке. Представлен авторский подход к проведению «цифротестирования», позволяющий отождествить степень готовности субъектов потребительского рынка к проведению модернизации в условиях цифровой экономики. В качестве основного метода тестирования был применен метод скоринговой оценки тестовых индикаторов – индивидуальных критериев оценки в репрезентативных областях исследования.

По результатам исследования обозначены преимущества предложенного подхода к оценке трансформационных процессов в условиях цифровизации.

Ключевые слова: цифровые преобразования, цифротестирование, потребительский рынок, цифровая зрелость.

Petruchenya I.V.¹, Pakshina T.P.²

**ASSESSMENT OF TRANSFORMATION PROCESSES IN THE CONSUMER MARKET
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION**

¹ Siberian Federal University, IUBP, Krasnoyarsk, Russia

² Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Belarus

Abstract

The article is devoted to the issue of updating methodological approaches to assessing transformational processes under the influence of digitalization in the consumer market. The author's approach to conducting "digital testing" is presented, which allows identifying the degree of readiness of consumer market entities to carry out modernization in the digital economy. The method of scoring evaluation of test indicators – individual evaluation criteria in representative research areas - was used as the main testing method. According to the results of the study, the advantages of the proposed approach to the assessment of transformational processes in the conditions of digitalization are indicated

Keywords: digital transformation, digital testing, consumer market, digital maturity.

Введение.

В современных условиях развитие цифровой экономики предполагает значительную модернизацию механизма взаимодействий участников потребительского рынка и формирование новых актуальных инструментов регулирования рыночных отношений. Под воздействием цифровизации серьезной трансформации подвергаются взаимоотношения продавцов и покупателей, структура и

качество спроса, трансформируются покупательские предпочтения. В связи с чем, возникает острая потребность в корректировке методологических подходов к анализу и оценке трансформационных процессов, происходящих на потребительском рынке и готовности субъектов рынка и самого рынка к цифровому апгрейду.

Целью настоящей статьи является совершенствование методических подходов к оценке трансформационных процессов под воздействием цифровизации на потребительском рынке.

Объектом оценки выступает потребительский рынок, располагающий внутренними резервами и определенным потенциалом для продвижения и использования цифровых технологий. В качестве субъектов предлагаемого методического подхода выступают субъекты потребительского рынка, и в том числе региональные и отраслевые органы власти, заинтересованные в реализации политики совершенствования с позиции цифровизации функций этого рынка, а также рыночные потребители товаров и услуг.

Методы исследования.

Одним из основных методов оценки трансформационных процессов под воздействием цифровизации на потребительском рынке, на наш взгляд, является «цифротестирование».

Цифротестирование предполагает внешнюю и внутреннюю проверку рыночных субъектов к готовности и реализуемости функциональных требований рыночной среды, а также способности и эффективности функционирования в условиях цифровизации (табл. 2.11).

Табл. 2.11. Этапы проведения «цифротестирования» [2]

Этапы	Последовательность проведения «цифротестирования»
Подготовительный	В соответствии с разработанной системой критериев формируется перечень субъектов для проведения цифротестирования; создается информационное обеспечение для проведения исследования
Основной	С помощью выбранных тестовых индикаторов осуществляется тестирование и оценка доминирующих <i>внешних параметров</i> подготовленности выбранных субъектов к применению цифровых технологий
	Тестирование и оценка <i>внутренних параметров</i> подготовленности выбранных субъектов к применению цифровых технологий
	Квантитативная оценка выбранных субъектов по исследуемым модулям цифротеста; обобщение результатов тестирования, как в разрезе субъектов рынка, так и в разрезе различных параметров оценки
Заключительный	Оценка «цифровой зрелости» потребительского рынка региона, (модернизация на основе внедрения цифровых технологий) с позиции внешних процессов
	Оценка «цифровой зрелости» потребительского рынка региона с позиции внутренних процессов
	На основе полученных результатов разработка рекомендаций для региональных органов управления, направленных на корректировку текущей политики в области технологической модернизации потребительского рынка

При выборе субъектов для проведения исследования целесообразно ориентироваться на наиболее успешно функционирующие предприятия, обладающие достаточными материальными средствами для реализации цифровых технологий, информационным обеспечением, квалифицированными кадрами.

Исследование, на наш взгляд, актуально проводить в разрезе шести областей, являющихся постоянными и использующимися на всех этапах цифротестирования.

Применительно к потребительскому рынку на наш взгляд необходимо выделить такие репрезентативные области цифровых преобразований как «мировые тренды», «законодательство и регулирование процессов функционирования потребительского рынка» «проблемы», «инновации на потребительском рынке», «область товарного предложения и спроса», «институциональная зона» (табл. 2.12).

**Раздел 2. Цифровая экономика, цифровые технологии и Индустрия 4.0 / 5.0:
состояние, проблемы, тенденции развития**

Табл. 2.12. Характеристика и значимость областей исследования [1]

Области исследования	Значимость областей исследования	Характеристика
Мировые тренды/МТ	Акцентирует главные направления, влияющие на формирование внешне-политической обстановки России; наблюдает за происходящими вокруг изменениями (поведение участников рынка)	Карта трендов, framework-изменений, которая позволяет брендам адаптировать свои стратегии под new normal реальность [5]
Законодательство и регулирование процессов функционирования рынка/З	Квалифицирует и определяет значимость нормативно-правовых и институциональных требований для фиксации правоустанавливающей репутации и узаконения цифровых технологий на потребительском рынке	
Проблемы/П	Исследует «узкие места», сложности в развитии и функционировании потребительского рынка, а также потребность в модернизационной направленности, с целью устранения проблем в различных сферах	Режим санкций, импортозамещение, бюджетные ограничения, квалификация «участников» рынка и др.
Институциональная зона потребительского рынка/ИЗПР	Показывает особенности и уровень развития Институтов, объединяющие потребительский рынок в единое целое, подготавливающих, создающих, воплощающих и экспортирующих инновационные технологии в области цифровизации	
Инновации на потребительском рынке/ИнаПР	Отражает степень интеграции цифровых технологий в экономику и усиление роли электронной торговли, а также уровень инновационной активности потребительского рынка, определяя и оценивая результаты научно-исследовательской деятельности в сфере «умного потребительского рынка» и т.д.	«Умный потребительский рынок» - создание электронной торговой площадки для реализации товаров, произведенных на территории региона, что позволит краевым производителям реализовать продукцию дистанционно без посредников и дистрибьюторов [4]
Область товарного предложения и спроса/ОТПиС	Информирует об изменениях в спросе, покупательских предпочтениях, в товарном предложении, ценах, конъюнктуре, емкости рынка и др.	«Умный потребитель»: омниканальность покупателя, персонализация товара, трансформация каналов и технологий продаж; темпоральные изменения

Тестирование и оценка доминирующих внешних параметров подготовленности выбранных субъектов к применению цифровых технологий должны осуществляться с помощью формирования тестовых индикаторов – *индивидуальных* критериев скоринговой оценки в каждой области исследования.

Понятие «скоринг» происходит от английского слова «score» - количество баллов полученных в игре. При скоринговой оценке показателей подготовленности субъектов рынка выделяют ряд характеристик, параметров, за которые присваивают определенное количество баллов. Получение большего количества баллов предполагает перспективную и полную готовность субъекта к модернизации.

Тестирование и оценка внутренних параметров подготовленности выбранных субъектов к применению цифровых технологий возможно на основе статистической информации о наличии и состоянии процедур внедрения цифровых технологий (например, по показателям – интенсивность затрат на цифровые технологии, создание высокотехнологичных рабочих мест, сумма инвестиций в цифровые технологии и т.д.) и информации о данных управленческого учета субъектов рынка, внедряющих цифровые технологии (затраты на приобретение компьютерных программ, применение электронного документооборота, технологии- blockchain и др.).

Квантитативная оценка подготовленности выбранных субъектов по исследуемым модулям исследования может осуществляться в соответствии со шкалой (табл. 2.13).

**Раздел 2. Цифровая экономика, цифровые технологии и Индустрия 4.0 / 5.0:
состояние, проблемы, тенденции развития**

Табл. 2.13. Шкала оценки перспектив цифровой модернизации в ходе цифротестирования

Показатели	Шкала готовности к модернизации				
	Наиболее перспективное	Перспективное	Предельно перспективное	Частично перспективное	Бесперспективное
	4	3	2	1	0
Перспективы цифровой модернизации	Полная готовность	Высокая готовность	Средняя готовность	Частичная готовность	Полное отсутствие перспектив

Представленная в таблице 2.13 шкала даст возможность обозначить степень отклонения исследуемого параметра от «контрольного» или оптимального значения и тем самым отождествить степень готовности субъекта к проведению модернизации в условиях цифровой экономики.

Результаты.

Полученные результаты «цифротестирования» предлагается обобщить в таблицу (табл. 2.14).

Табл. 2.14. Оценка готовности потребительского рынка к модернизации

	МТ					П					ИнаПР					ОТПиС					ИЗПР					З				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Оценка внешних параметров:																														
Оценка внутренних параметров																														

Заключение.

Представленный методический подход к оценке трансформационных процессов под воздействием цифровизации на потребительском рынке позволит отслеживать и проводить оперативное наблюдение за процессами цифровой модернизации потребительского рынка, а также формировать и генерировать актуальную и востребованную информацию для региональных и отраслевых органов власти, с целью выработки наиболее оптимальных инструментов регулирования потребительского рынка. Применение данного подхода позволит сделать переход к цифровой модернизации рынка более оперативным и менее трудозатратным.

Литература

1. Каминский А.Б, Писанец К.К Скоринговые технологии в кредитном риск-менеджменте // БИ. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/skoringovye-tehnologii-v-kreditnom-risk-menedzhmente> (дата обращения: 14.10.2022)
2. Манжосова И.Б Методика DIGITAL-анализа для оценки трансформационных процессов в сельском хозяйстве при переходе к цифровой экономике/Московский экономический журнал. 2018. - №3.-С. 148-170
3. Петрученя И.В. Влияние трансформационных процессов потребления на емкость рынка/ Глобальный научный потенциал. 2020. -№10(115). - С159-162
4. РБК Умный потребитель: как цифровизация развивает спрос и предложение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news> (дата обращения: 13.10.2022)
5. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса - Режим доступа: <https://imi.hse.ru/data/2017/10/07/1159564192/Цифровая%20экономика%20-%20глобальные%20тренды%20и%20практика%20российского%20бизнеса.pdf> (дата обращения: 06.10.2022)