

УДК 334.735:004

DOI: 10.21295/2223-5639-2021-3-246-254

Ватлина Л.В.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент, проректор по учебной работе, зав. кафедрой теоретической и прикладной экономики

Мороз О.Н.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики

ПРОЕКТЫ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Аннотация. В статье предлагаются направления совершенствования потребительской кооперации на основе цифровых решений социального предпринимательства. В центре внимания – система потребительской кооперации России со 190-летней историей существования и возможностью развития малого социально ориентированного бизнеса через цифровые технологии. Цель статьи – показать новые возможности цифровых решений социального предпринимательства. Авторы выявили административно-управленческие барьеры потребительской кооперации, ограничивающие продвижение социального предпринимательства, связанные мерами пандемии коронавируса и новыми требованиями цифровой экономики. Приоритет кооперативного социального предпринимательства – это повышение качества жизни потребителей, живущих в удаленных малонаселенных пунктах и привлечение в кооперацию молодых предпринимателей. Методы исследования связаны со структурно-факторным анализом, установлены и исследуются основные факторы, приводящие к кризисам в национальных кооперативных движениях, описаны юридические, экономические и социальные формы и отношения, определяющие место кооперации в мировом сообществе, экономике государства. Методы новых решений состоят в том, чтобы поддержать кооперацию в новом цифровом формате для развития социального предпринимательства, что придаст новый импульс для цифровой трансформации всех бизнес-процессов и значительно повысит степень конкурентоспособности торгового сектора экономики. Авторы предлагают создать новую региональную платформу «Цифровая кооперация социального предпринимательства», главной задачей которой станет цифровизация социального сектора кооперации на основе консолидации экономических интересов товаропроизводителей и взаимодействия ресурсов села и города для выполнения стратегических задач региона. Особенность цифровой кооперации – повышение эффективности социального предпринимательства за счет преимуществ специализации. Социальное предпринимательство становится лидером среди поиска новых форм и способов работы потребительской кооперации. Авторы предлагают алгоритм действий для предпринимательских и деловых объединений в условиях цифровизации. На наш взгляд, включение цифровых технологий социального предпринимательства и надежность контента цифровых платформ повысят шансы потребительской кооперации в восстановлении, сохранении и достижении более быстрых темпов своего развития.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые платформы, малый бизнес, решения, потребительская кооперация, Центросоюз РФ, социальное предпринимательство, регион.

Введение. Актуальность данного научного исследования обусловлена сни-

жением предпринимательской активности и отсутствием социально ориентирован-

ных проектов цифровых решений в потребительской кооперации. Потребительская кооперация – это социально-экономический сектор некоммерческого партнерства, формирующий качество жизни сельскохозяйственного товаропроизводителя и обеспечивающий продовольственную безопасность потребителя продукции города и региона.

Социальное предпринимательство – это деловое бизнес-решение, главными критериями которого выступают: инновация, социальная миссия, предпринимательский доход, самокупаемость, финансовая стабильность, новаторство в решении социальных проблем кооперации. Решение данной научной проблемы позволит повысить инвестиционно-рыночную привлекательность села посредством улучшения уровня качества жизни.

Цель научного исследования – выявить и обосновать проекты цифровых решений социального предпринимательства в потребительской кооперации.

Задачи исследования:

- обосновать роль и значение малого бизнеса в потребительской кооперации;
- обозначить цифровые проекты социального предпринимательства в современной России;
- выявить административно-управленческие барьеры, связанные с ограничительными мерами пандемии коронавируса и завышенными требованиями цифровой экономики с учетом отраслевых особенностей потребительской кооперации;
- охарактеризовать новые платформы цифровых решений для малого бизнеса в потребительской кооперации.

Научная новизна исследования заключается в создании региональной платформы «Цифровой кооператив социального предпринимательства», главная цель которой – цифровизация социального сектора кооперации на основе консолидации экономических интересов товаропроизводителей и взаимодействия ресурсов села

и города для выполнения стратегически важных задач региона.

В цифровой экономике России в условиях пандемии коронавируса изменились стратегические задачи и решения по анализу запросов потребительского рынка и сферы услуг, организации доступа к новым рынкам сбыта, планированию и снижению издержек по операциям, оптимизации логистики товаропроводящей системы.

Центросоюз Российской Федерации выступает главным рычагом цифровой трансформации малого социально ориентированного бизнеса в потребительской кооперации с помощью модернизации современных цифровых инструментов в части оптимизации, контроля, анализа, управления, учета и расчетов.

Кооперативное движение в эпоху глобализации и цифровизации экономики – это цифровая кооперация социального предпринимательства, главными инструментами которой являются цифровые сервисы, платформы и потребительские технологии, основанные на инновациях [1, с. 225].

Цифровые проекты социального предпринимательства в современной России имеют разные решения:

- экологические проекты;
- переработка и утилизация отходов;
- туристические проекты;
- производство продуктов питания;
- фермерские проекты;
- реабилитация, социализация, опека, уход за различными категориями населения;
- образовательные, развивающие и воспитательные проекты;
- оказание специализированной медицинской помощи;
- проекты досуговой направленности (культура, спорт);
- защита лиц с ограниченными возможностями здоровья;

- разработка и внедрение инновационных научно-прикладных проектов;
- транспортные проекты;
- производство специализированных товаров;
- торговые и сервисные проекты;
- народно-художественные промыслы и ремесла;
- прочие.

Методы исследования связаны со структурно-факторным анализом, установлены и исследуются основные факторы, приводящие к кризисам в национальных кооперативных движениях, описаны юридические, экономические и социальные формы и отношения, определяющие место кооперации в мировом сообществе, экономике государства. Перечисленные проблемы особенно остры для молодых интенсивно развивающихся промышленных кооперативов, решающих задачи социального предпринимательства. На наш взгляд, «общее здоровье» потребительской кооперации зависит от совокупности системы факторов и ограничений в глобальной и мировой цифровой экономике. Соответственно, государственная политика должна быть комплексной и индивидуальной с учетом особенностей, тенденций, трендов и технологий развития конкретного сектора экономики.

Исходя из вышесказанного, мы можем утверждать, что переход к новым подходам социального предпринимательства в потребительской кооперации требует решения нестандартных задач и применения новых методов [4, с. 233]:

- 1) автоматизация и цифровизация программ лояльности;
- 2) интеграция с крупными промышленно-производственными бизнес-представителями;
- 3) устранение барьеров и усиление потенциальных возможностей для развития кооперационных связей в отраслях и в регионах;

4) освоение новых цифровых инструментов господдержки кооперативного движения;

5) переход на новую цифровую онлайн-платформу;

6) объединение традиций и современных цифровых технологий, направленных на потребителя села, города, региона.

Главная цель социального предпринимательства – это повышение качества жизни потребителей, живущих в удаленных населенных пунктах, где зачастую один работодатель, для привлечения в кооператив молодых предпринимателей. Необходимо поддержать кооперацию в новом цифровом формате для создания социального предпринимательства.

На практике уже внедряются пилотные проекты социального предпринимательства, однако все они находятся в зачаточном или стартовом состоянии, требуют серьезных управленческих и экономических решений с учетом особенностей потребительской кооперации.

Рассмотрим пилотируемые проекты в современной России [5, с. 650]:

1. Отечественный финансово-кредитный конгломерат «Сбер» предоставил потребительской кооперации цифровой сервис под названием «Кооператив-онлайн» для решения стратегических задач. С помощью данного цифрового инструмента управление кооперативом перешло в формат онлайн. Алгоритм действий сервиса «Кооператив-онлайн» доступен для возрастного пользователя с любым опытом. Сначала заполняется электронная анкета, затем загружаются учредительные документы, реестр пайщиков и выпускается электронная подпись. «Личный кабинет председателя» дает возможность контролировать деятельность кооператива по числу пайщиков и уплате членских взносов, вести корректировочную работу с реестром пайщиков.

2. Планируется расширить сотрудничество со «Сбером» благодаря новым

перспективным решениям в образовательной среде кооперации, где обучается более 80 тыс. студентов.

Образовательно-просветительная работа проводится на всех уровнях, от начальной школы до вузов, с целью активного вовлечения действующих и будущих пайщиков всех возрастов.

3. Новым цифровым решением успешного и взаимовыгодного сотрудничества потребительской кооперации с крупными торговыми бизнес-представителями стало создание и развитие единого бренда «КООП».

4. Проект цифрового решения «Первая социальная биржа» (ПСБ) – это инициатива локального пилотирования, представляет собой международную площадку продукции и услуг социального предпринимательства. Создателем биржи выступила Московская торгово-промышленная палата, которая объединила торговые палаты более 40 субъектов РФ и 15 международных.

5. Один из масштабных проектов социального предпринимательства – это «Агрегатор бизнес-моделей и сервисов для социально преобразующих проектов». Крауд-платформа цифрового проекта дает доступ к передовым решениям социального предпринимательства – сервисам онлайн-управления бизнесом и коммуникациями.

6. Бизнес-проект «Социальный кластер» – это межведомственная, межпрофильная и межсекторальная инициатива по взаимодействию онлайн- и офлайн-форматов социального взаимодействия бизнес-партнерства и органов власти.

Цифровое решение ориентировано на создание центров взаимопомощи и поддержки социальных бизнес-инициатив. Результатом проекта выступает информационно-цифровой сервис под названием «СОЦИО», главная задача которого – предоставление единой базы данных экосис-

темы социальных сервисов и услуг. Данная инициатива активно реализуется в формате приоритетных проектов во многих субъектах РФ.

7. Платформа для социального предпринимательства в потребительской кооперации «Лепта» – это одно из оригинальных цифровых решений. В основе «Лепты» лежит уникальная социально значимая платформа «Экономика заслуг». Ее цель – электронная цифровизация социального капитала в баллах по общественным вопросам гарантирования. Стартапы и инвестиционные социально направленные проекты при размещении на данной платформе имеют дополнительную возможность получить взаимную финансовую помощь в виде экспертизы и кадрового взаимодействия.

8. Еще одна платформа – это инициатива на основе благотворительного кэшбэка, задача которой – разработать единую платформу цифрового маркетинга с помощью онлайн-сервисов для покупателей и экосистем партнеров – агентств социально ориентированного цифрового маркетинга.

Алгоритм действия платформ RedMe, PepsiCo и «Форум доноров», 2ГИС простой и прозрачный:

– производитель закладывает благотворительный кэшбэк в маркетинговые расходы, выделяя свою продукцию на полке;

– ретейлер помечает такой товар специальным ценником;

– покупатель видит начисленный кэшбек, сканируя QR-код чека в приложении аккредитованной платформы.

9. «Ортомода» – это технико-технологическая платформа, нацеленная на создание маркетплейса средств реабилитации.

Главная задача платформы – помочь населению с ограниченными возможностями здоровья в покупке и доставке персональных медицинских средств.

Потребители самостоятельно выбирают средства реабилитации из каталога-конструктора на базе платформы веб-ресурса.

Результаты исследования. Современная потребительская кооперация со 190-летней историей реализуется в 71 субъекте РФ. В системе Центросоюза РФ задействовано более 2000 потребительских кооперативов пайщиков – порядка 1 млн 500 тыс. человек. Кооперативы обслуживают жителей 89 тыс. населенных пунктов, снабжая товарами и услугами 54 тыс. малонаселенных пунктов, где проживает менее 100 человек. Это высокая экономическая нагрузка и социальная ответственность, которая лежит на потребительской кооперации. Кооперативы в условиях пандемии в 2020 году обслужили 29 тыс. торговых площадок, расположенных в селах.

Продвижению малого бизнеса в потребительской кооперации мешают многочисленные административно-управленческие барьеры, связанные с ограничительными мерами пандемии коронавируса и завышенными требованиями цифровой экономики [2, с. 226]:

- доступ на рынок и конкуренция местных производителей и сетевых компаний;
- отсутствие цифровой промышленной инфраструктуры в виде кластеров;
- дефицит производственных площадок на базе новых трендов рынка;
- отсутствие инженерно-технологической инфраструктуры и устаревшее материально-техническое оборудование;
- резкий рост расходов на содержание инфраструктуры инженерно-технологического обеспечения;
- отсутствие стимулирующих программ для малого бизнеса в производственно-промышленной сфере кооператива;
- малую возможность реального участия в региональных программах поддержки социального предпринимательства

имеют лишь около 10–15 % промышленно-производственных предприятий потребительской кооперации [3, с. 230];

- отсутствие в программах финансирования, льготного кредитования и налогообложения кооперативных предприятий малого бизнеса;
- трудоемкая система лицензирования и сертификации продукции;
- высокие издержки на сертификацию продукции;
- низкая компетентность работников и методик их мотивации;
- отсутствие взаимодействия на региональном уровне между кооперативной наукой, техникой и производством.

Мы предлагаем создать региональную платформу «Цифровая кооперация для социального предпринимательства», главной целью которой станет цифровизация социального сектора кооперации на основе консолидации экономических интересов товаропроизводителей и взаимодействия ресурсов села и города для выполнения стратегических задач региона.

Конкурировать в рамках цифровой кооперации – значит повышать привлекательность социального предпринимательства за счет специализации кооператива.

Актуальные задачи цифровизации кооператива заключаются в том, чтобы:

- обеспечить пайщикам условия выгодного товарообмена и сбыта за сданную продукцию сельского хозяйства;
- привлечь к заготовкам лекарственно-технического сырья неработающих и безработных граждан села;
- повысить занятость населения путем расширения площади посева и создания рабочих мест;
- вовлечь товарные ресурсы сельскохозяйственных производителей в оборот и интегрировать процессы между кооперативной организацией;
- эффективно загрузить производственные мощности предприятий-производителей закупками и заказами;

– сформировать партнерские связи и отношения путем взаимодействия потребителей и поставщиков;

– обеспечить выполнение договорных обязательств по доставке продукции.

Для реализации данной платформы важно решить следующие задачи:

– повысить предпринимательскую, инвестиционную и рыночную активность кооператива на основе обеспечения продовольственной безопасности региона и создания условий для реализации продукции от сельского хозяйства, кооператива к конечному потребителю;

– обеспечить прямую связь производителя и потребителя на базе интернет-логистики и передовых технологий обработки и переработки продукции;

– привлечь молодых предпринимателей в реализацию цифровой платформы путем создания ярмарок логистики с целью реализации продукции фермеров, кооперативов и возможности приобретения городским населением продукции местных производителей;

– консультировать население путем реализации программно-информационного сервиса взаимодействия сдатчиков-потребителей с производителем через специальные мобильные приложения, сайты и порталы;

– сохранить жизнь села посредством создания условий для развития молодежного социального предпринимательства на основе просветительской, научно-исследовательской и проектной деятельности в регионе [6, с. 57].

Выводы и заключение. Проекты цифровых решений социального предпринимательства в кооперации имеют специальные условия для их реализации:

– организовать максимально комфортные условия сбыта сельхозтоваропроизводителями своей промысловой и кластерической продукции;

– доставлять продукцию потребителям-инвалидам;

– консультировать жителей села по социально-правовым вопросам;

– стимулировать потребление сельхозпродукции городским покупателем;

– сократить затраты, связанные с закупками товаров капитального назначения;

– размещать продукцию товаропроизводителей в формате электронных ярмарок при составлении бизнес-документации [7, с. 266].

В условиях цифровой трансформации экономики социальное предпринимательство становится лидером проектов в поиске новых форм и способов работы в системе потребительской кооперации. На наш взгляд, в дальнейшем, за счет включения цифровых технологий в кооперативные связи и надежности контента цифровых платформ социального предпринимательства, потребительская кооперация имеет все шансы для восстановления, сохранения и развития.

Список литературы

1. **Арбузов, А. И.** Проблемы развития механизмов кооперации малого и среднего бизнеса в рамках технологической революции оборонно-промышленного комплекса России / А. И. Арбузов, О. Н. Мороз. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 1(80). – С. 223–226.

2. **Макарова, Н. С.** Научные подходы к инновационным рекламным технологиям в условиях современной конкуренции: современные аспекты коммерческой деятельности на потребительском рынке / Н. С. Макарова, О. Н. Мороз. – Текст : непосредственный // сборник материалов Всероссийской (национальной) научно-практической конференции (15 июня 2020 г.). – Новосибирск : СибУПК, 2020. – 192 с.

3. **Мороз, О. Н.** Анализ проблем деятельности потребительской

кооперации / О. Н. Мороз. – Текст : непосредственный // Кооперация: история и современность : материалы международ. науч.-практ. конф. (15 апреля 2011 г.) : в 2 ч. / отв. редактор Г. М. Ефремова. – Новосибирск : СибУПК, 2011. – Ч. 2. – С. 227–232.

4. **Мороз, О. Н.** Управленческие и организационные риски в деятельности кооперативной организации / О. Н. Мороз. – Текст : непосредственный // Кооперация: история и современность : материалы международ. науч.-практ. конф. (15 апреля 2011 г.) : в 2 ч. / отв. редактор Г. М. Ефремова. – Новосибирск : СибУПК, 2011. – Ч. 2. – С. 232–237.

5. **Наговицина, Л. П.** Потребительская кооперация России : монография / науч. ред. : Л. П. Наговицина,

Е. Е. Тарасова. – Белгород : Издательство БУКЭП, 2016. – 657 с.

6. **Наговицина, Л. П.** Детерминанты формирования инновационного пространства ритейла в условиях цифровой экономики / Л. П. Наговицина, Ж. П. Шнорр. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6(79). – С. 52–72.

7. **Наговицина, Л. П.** Возможности потребительской кооперации в условиях территориальной экспансии ритейла / Л. П. Наговицина, М. И. Дроздова, А. А. Наговицин. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации экономики и права. – 2019. – № 3(76). – С. 261–274.

Vatlina L.V.

Siberian University of Consumer Cooperatives, Candidate in Economics, Associate Professor, Vice-Rector for Academic Affairs, Head of the Chair of Theoretical and Applied Economics

Moroz O.N.

Siberian University of Consumer Cooperatives, Candidate in Economics, Associate Professor, Chair of Theoretical and Applied Economics

DIGITAL SOLUTIONS PROJECTS FOR CONSUMER COOPERATION SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The article proposes directions for improving consumer cooperation based on digital solutions for social entrepreneurship. The focus is on the consumer cooperation system in Russia with a 190-year history of existence and the possibility of developing small socially-oriented businesses through digital technologies. The purpose of the article is to show the new possibilities of digital solutions for social entrepreneurship. The authors identified administrative and managerial barriers to consumer cooperation that limit the promotion of social entrepreneurship associated with the coronavirus pandemic and the new requirements of the digital economy. The priority of cooperative social entrepreneurship is to improve the quality of life of consumers living in remote sparsely populated areas and to attract young entrepreneurs into cooperation. The methods of new solutions are to support cooperation in a new digital format for the development of social entrepreneurship, which will give a new impetus to the digital transformation of all business processes and significantly increase the competitiveness of the trade sector of the economy. The authors propose to create a new regional platform "Digital Cooperation of Social Entrepreneurship", the main task of which will be the digitalization of the social sector of cooperation based on the consolidation of the economic interests of commodity producers and the interaction of the resources of the village and the city to fulfill the strategic objectives of the region. A feature of digital cooperation is the increase in the efficiency of social entrepreneurship due to the advantages of specialization. Social entrepreneurship is becoming a leader in the search for new forms and methods of consumer cooperation. The authors propose an algorithm of actions for entrepreneurial and business associations in the context of digitalization. In our opinion, the inclusion of digital technologies for social entrepreneurship and the reliability of the content of digital platforms will increase the chances of consumer cooperation in restoring, maintaining and achieving a faster pace of development.

Keywords: digital economy, digital platforms, small business, solutions, consumer cooperation, Centrosojuz of the Russian Federation, social entrepreneurship, region.

References

1. Arbuzov, A.I. & Moroz, O.N. (2020). Problemy razvitiya mekhanizmov kooperatsii malogo i srednego biznesa v ramkakh tekhnologicheskoy revolyutsii oboronno-promyshlennogo kompleksa Rossii [Problems of development of mechanisms of cooperation of small and medium-sized businesses in the framework of the technological revolution of the military-industrial complex of

Russia]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii ekonomiki i prava [Bulletin of the Belgorod University of Economics and Law Cooperation]. 1(80), 223-226.

2. Makarova, N.S., Moroz, O.N. (2020). Nauchnyye podkhody k innovatsionnym reklamnym tekhnologiyam v usloviyakh sovremennoy konkurentsii [Scientific approaches to innovative advertising technologies in the context of modern competition]. Sovremennyye

aspekty kommercheskoy deyatelnosti na potrebitel'skom rynke: sbornik materialov Vserossiyskoy (natsional'noy) nauchno-prakticheskoy konferentsii, 15 iyunya 2020 g. [Modern aspects of commercial activity in the consumer market: collection of proceedings of the All-Russian (national) scientific and practical conference, June 15, 2020]. Novosibirsk: SibUPK.

3. Moroz, O.N. (2011). Upravlencheskiye i organizatsionnyye riski v deyatelnosti kooperativnoy organizatsii [Management and organizational risks in the activities of a cooperative organization]. Kooperatsiya: istoriya i sovremennost': Materialy mezhdunarod. nauch.-prakt. konf., 15 aprelya 2011 g.; v 2 ch. Ch. 2 [Cooperation: history and modernity: Proceedings of the international. scientific-practical conference, April 15, 2011; in 2 volumes. V. 2]. Resp. editor G.M. Efremova. Novosibirsk: SibUPK 2011. P. 227-232.

4. Moroz, O.N. (2011). Upravlencheskiye i organizatsionnyye riski v deyatelnosti kooperativnoy organizatsii [Management and organizational risks in the activities of a cooperative organization]. Kooperatsiya: istoriya i sovremennost': Materialy mezhdunarod. nauch.-prakt. konf., 15 aprelya 2011 g.; v 2 ch. Ch. 2 [Cooperation:

history and modernity: Proceedings of the international. scientific-practical conference, April 15, 2011; in 2 volumes. V. 2]. Resp. editor G.M. Efremova. Novosibirsk: SibUPK P. 232-237.

5. Nagovitsina, L.P. & Tarasova, E.E. (2016). Potrebitel'skaya kooperatsiya Rossii: monografiya [Consumer cooperation in Russia: monograph]. Ed. by L.P. Nagovitsina. Belgorod: Published by BUKER.

6. Nagovitsina, L.P. & Shnorr, Zh.P. (2019). Determinanty formirovaniya innovatsionnogo prostranstva riteyla v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki [Determinants of the formation of retail innovation space in the digital economy]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii ekonomiki i prava [Bulletin of the Belgorod University of Economics and Law Cooperation]. 6(79), 52-72.

7. Nagovitsina, L.P., Drozdova, M.I. & Nagovitsin, A.A. (2019). Vozmozhnosti potrebitel'skoy kooperatsii v usloviyakh territorial'noy ekspansii riteyla [Opportunities for consumer cooperation in the context of retail territorial expansion]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii ekonomiki i prava [Bulletin of the Belgorod University of Economics and Law Cooperation]. 3(76), 261-274.

e-mail: ksenijasib@mail.ru