

Список литературы

- 1 Ванкевич Е.В. Нестандартная занятость: сущность, формы, масштабы, регулирование / Е.В.Ванкевич, О.В. Зайцева // Белорусский экономический журнал. – 2015. - №3. – С. 129-146.
- 2 Котляров И. Д. Проблемы регулирования нестандартных форм занятости / И. Д.Котляров // Вопросы регулирования экономики. – 2015. - № 1. – Т.6. - С. 55-66.
- 3 Тонких Н.В. Оценка распространенности нестандартной занятости на рынке труда Свердловской области по результатам опроса руководителей организаций // Научно-популярный журнал Метеор-Сити. – 2016. - №5. – С. 14-22. URL: <https://www.meteor-city.top/nfz-rukovoditeli> 20.04.2021
- 4 Бобков В.Н. Характеристики неустойчивости стандартной и нестандартной занятости в современной России / В.Н. Бобков // Мир новой экономики. - 2018. - № 12(3). – С. 128-139.
- 5 Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем). М.: ИМЭМО, 1990. – 90 с.

Тренды цифровизации кооперативного сектора экономики в концепции инновационного развития

Я.Собонь¹, А.А. Степанов², М.В. Рыбин³, Р.В. Селезнева⁴

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой международной экономика¹,

Доктор экономических наук, профессор кафедры управления инновациями², Доктор технических наук, доцент, заведующий кафедрой управления инновациями³,

Кандидат технических наук, доцент кафедры информационных технологий⁴

sj@list.pl¹, step-916@yandex.ru², m.rybin@odin.mgimo.ru³, seleznevaruslana@gmail.com⁴

Академия имени Якуба с Парадижа в Гожуве Велькопольском, Польша¹,

Одинцовского филиала МГИМО МИД России, Россия²,

Одинцовского филиала МГИМО МИД России, Россия³,

Выща школа «Хуманитас», Польша⁴

Аннотация. Цель исследования – определить основные направления и тренды цифровизации и цифровой трансформации деятельности потребительских обществ. Методология исследования – системно-креативный анализ – совокупность принципов и методов поиска и обоснования инновационных концепций и методов решения нестандартных задач в ситуациях повышенной неопределенности. Применение системно-креативного анализа позволяет осуществить поиск адекватных и эффективных методов, техник и инструментов обоснования принципиально новых моделей, в том числе и в управлении процессами цифровизации и цифровой трансформации системы потребительской кооперации. Результаты: сформулированы предложения по организации и управлению освоением цифровой техники и цифровых технологий в практику деятельности современных отечественных потребительских обществ и их союзов. Раскрыты особенности применения системно-креативного подхода к исследованию ключевых вопросов организации процесса цифровой трансформации потребительской кооперации в условиях перехода к новому информационно-цифровому технологическому способу производства и потребления. Обоснована необходимость комплексного решения трех главных вопросов

процесса цифровизации и цифровой трансформации в потребительских обществах и их союзах: внедрение цифровой техники и технологий; освоение новых форм организации и управления, а также совершенствование методов управления деятельностью потребительских обществ и их союзов в новых условиях.

Ключевые слова: потребительская кооперация, потребительские общества, цифровизация, цифровая трансформация, формы организации, управление, методы, модели

Сегодня лидерами цифровизации социально-экономических процессов становятся крупные корпорации, холдинги, компании, способные контролировать целые отрасли и регионы. Часто не отстают от них предприятия малого и среднего бизнеса. Вместе с тем ряд отраслей и сфер народного хозяйства в силу разных причин отстают от мейнстрима цифровизации.

Потребительская кооперация Российской Федерации на этапе перехода к информационно-цифровому обществу остается одним из ключевых элементов в системе динамично развивающейся многоукладной экономики РФ. Вместе с тем, как показало множество исследований, одной из ключевых проблем развития потребительской кооперации является ее цифровизация и цифровая трансформация. [10]

2 Методология.

Как показывает обобщение отечественного и зарубежного опыта, применение традиционных методов и концепций в решении проблемы создания эффективных систем управления процессами цифровизации и цифровой трансформацией не дает возможности найти приемлемые эффективные решения.

В условиях цифровой трансформации современного технологического способа производства и потребления используемый в управленческой науке и практике инструментарий, основанный на императивах известных методологических постулатов уже не является эффективным. Научные исследования и практика показывают, что сегодня наиболее эффективные управленческие решения основаны в немалой степени на экспромте и интуитивном понимании ситуации. [11]

Теоретико-методологической основой проводимых исследований послужил системно-креативный анализ. Именно системно-креативный анализ является инструментарием познания новых особенностей и специфики формирования эффективных систем управления процессами цифровизации и цифровой трансформации в инновационной экономике. [3]

Системно-креативный анализ – это система ценностных установок, норм, принципов и методов решения трудноразрешимых задач и проблем. Системно-креативный анализ, как показывает мировая практика, является адекватным инструментом при создании новых, оригинальных, высокоэффективных систем управления.

3 Результаты.

По информации компании PricewaterhouseCoopers (PwC), в 2018 г. лидером в развитии цифровизации и, в частности электронной коммерции, являлась Китайская Народная Республика (КНР), где продажи посредством интернета превысили 23% мирового рынка ретейла. За ней следует США с десятью процентами. Доля России на этом рынке составила лишь 4%. [7]

Разработка и реализация инновационных концепций и планов развития потребительских обществ на основе перестройки бизнес-процессов с использованием цифровой техники и технологий, цифровой трансформации управленческих моделей бизнес-процессами является стратегическим направлением совершенствования их деятельности.

Вместе с тем процессы цифровизации в потребительской кооперации РФ протекают неоднозначно. Главными причинами здесь являются низкий уровень компьютеризации,

информационной обеспеченности, применения современных способов интернет- и электронной торговли и др. [1]

Сегодня уже применение искусственного интеллекта в потребительской кооперации (торговля товарами) дает возможность проводить в режиме реального времени мониторинг сложившейся ситуации и разрабатывать прогноз поведенческих стратегий на будущее.

Использование в процессе деятельности потребительских обществ искусственного интеллекта, помимо прочего, дает возможность производителям эффективнее работать в процесс соблюдения экологических норм и реагировать на их отклонения от экологических норм.

Технология «цифровой двойник» также находит широкое применение в деятельности потребительских обществ и их союзов. Применение данной технологии дает возможность обеспечивать эффективную визуализацию и обмен всей имеющейся цифровой информации.

Цифровой двойник позволяет интегрировать информацию из самых различных источников, в том числе и из используемых информационных, аналитических моделей, моделей 3D-визуализации и др. Именно цифровой двойник является идеальным инструментом создания и управления бизнес-процессами, поскольку позволяет осуществлять:

- во-первых, организацию совместной работы при прогнозировании, планировании и осуществлении деятельности потребительских обществ;
- во-вторых, обмениваться необходимыми данными и информацией в режиме реального времени о состоянии всех бизнес-процессов потребительских обществ;
- в-третьих, контроль за обменом информации, ее обновлением между заинтересованными лицами.

Применение платформ для цифровых двойников дает возможность быстрого обмена и анализа различной документации и эксплуатационных данных, а также повышает эффективность и качество процессов управления деятельностью потребительских обществ.

Сегодня Центросоюз предлагает использовать сервис электронного идентификатора, с помощью которого осуществляется перевод в цифровой реестр данных клиентов в цифру и их идентификация. Внедряются платежные системы, базирующиеся на цифровых технологиях оплаты по расчету QR-кода и др.

Внедрение современной цифровой техники во все направления деятельности потребительских обществ создает не только объективные предпосылки для освоения качественно новых прогрессивных технологий в бизнес-процессы, но и обеспечивает цифровую трансформацию процессов организации и управления потребительскими обществами и их союзами.

Цифровая трансформация - это процесс перехода к новым, более совершенным формам и моделям организации и управления деятельностью потребительских обществ.

Внедрение цифровых технологий и цифровая трансформация деятельности потребительских обществ обеспечивают их основные конкурентные преимущества на качественно новом уровне (адресное обращение к покупателю; возможность использования социальных сетей для определения наиболее актуальных товаров в режиме реального времени и др.).

С помощью искусственного интеллекта успешно решается проблема рационального распределения товаров на полках в магазинах. Внедрение онлайн-касс в деятельность потребительских обществ и их союзов обеспечивает высокое качество обслуживания покупателей. Современные цифровые технологии позволяют внедрять электронные ценники, представляющие собой мини компьютеры взамен бумажных ценников.

Применение цифровых технологий и интернета принципиально меняют традиционные подходы к организации и управлению потребительским обществом. Их применение

позволяет дистанционно управлять деятельностью кооперативов, используя облачные сервисы; круглосуточно осуществлять разгрузочно-погрузочные работы; осуществлять адресные продажи, доставку и продажу товаров поминутно, а также в онлайн режиме передавать информацию о покупках в налоговые службы.

Цифровизация деятельности потребительских обществ принципиально изменяет место и роль работников в технологических и бизнес-процессах, а также поведение потребителей, модель их взаимодействия и взаимоотношений с потребительскими обществами.

Внедрение цифровых технологий и техники существенным образом влияет на трансформацию качественных изменений в управленческих и организационных механизмах деятельности потребительских обществ. Их внедрение обеспечивает возможность принятия эффективных управленческих решений с применением информационно-цифровых технологий и техники в режиме реального времени.

Создание современной концепции организации деятельности торговых предприятий потребительского общества должно основываться на принципах сетевой модели и широкого использования современной цифровой техники, технологий, компьютеров, развития автоматизации и комплексной механизации всех бизнес-процессов. При этом магистральным направлением должно быть внедрение современных информационных и цифровых технологий.

Широкое внедрение цифровой техники и технологий существенным образом повлияет на развитие новых наиболее эффективных форм организации взаимодействия потребительской кооперации с другими представителями бизнес-структур, взаимодействия потребительских обществ с потребителями посредством создания новых интернет-сообществ на базе разработанных платформ коллективных блогов, форумов, Web-конференций, соц. сетей и др.

Внедрение инновационных интернет-коммуникаций способно обеспечить эффективную цифровую трансформацию потребительских обществ, сформировать необходимые предпосылки для создания и функционирования новых интернет-сообществ на более высоком информационном и технологическом уровнях.

К принципиально новым формам взаимодействия субъектов деятельности потребительских обществ относятся аутсорсинг и краудсорсинг.

Аутсорсинг в потребительской кооперации основан на передаче потребителем обществом тех или иных функций, бизнес-процессов или видов деятельности другим организациям, предприятиям, компаниям или физическим лицам.

Применение аутсорсинга как эффективной формы взаимодействия и сотрудничества в деятельности потребительских обществ имеет широкие возможности. В частности, для решения таких вопросов, как приобретение услуг по организации определенных бизнес-процессов (финансовое и информационное обслуживание, логистика и т.п.); частично или полностью выносимые за пределы потребительских обществ производства в регионы и предприятия с дешевой рабочей силой; внутренние проблемы потребительских обществ (например, обучение персонала, кадровое обеспечение и пр.) на основе использования возможностей специализированных организаций и др.

Преимущества применения аутсорсинга в потребительской кооперации состоит в возможностях вынесения за пределы кооперативных формирований отдельных видов и функций деятельности и в частности привлечения высококвалифицированных специалистов и менеджеров для осуществления функций управления, повышения квалификации персонала, освоения прогрессивных технологий и пр.

Использование аутсорсинга в деятельности кооперативных формирований на основе применения цифровой техники и технологий обеспечивает высокую гибкость и быструю

адаптацию деятельности потребительских обществ в условиях постоянного изменения потребительского спроса.

Другой эффективной формой взаимодействия субъектов деятельности в потребительской кооперации является краудсорсинг. Применение краудсорсинга на базе цифровых платформ позволяет, с одной стороны, реализовать ключевые принципы кооперативного движения (добровольность участия физических и юридических лиц), с другой, в значительной степени повысить эффективность их деятельности за счет применения высокопроизводительной цифровой техники и технологий.

Цифровизация деятельности потребительских обществ, цифровая трансформация обеспечивает системность их взаимодействия со всеми элементами реального сектора современной экономики. Эти процессы способствуют их эффективному инновационному развитию на всех стадиях осуществляемой деятельности

Процесс цифровизации и цифровой трансформации не следует рассматривать как универсальное, волшебное средство, способное обеспечить долгосрочную устойчивость и эффективное развитие потребительских обществ. Помимо насыщения потребительских обществ цифровой техникой и технологиями необходимо постоянно осуществлять совершенствование организационно-управленческих процессов и развивать цифровую культуру внутри потребительских обществ.

Цифровизация потребительских обществ является комплексным процессом, в основу которого должна быть положена новая концепция модели организации управления их деятельности.

Формирование эффективной модели управления цифровой трансформацией деятельности потребительских обществ должно быть направлено на разработку инновационных схем эффективного взаимодействия субъектов-участников кооперативного процесса.

Таким образом выбор методов управления цифровой трансформации потребительских обществ выступает в качестве ключевого методологического вопроса. Такие методы должны соответствовать требованиям простоты, надежности, адаптивности, оперативности, оптимальности, экономичности.

Формирование эффективных моделей управления процессами цифровой трансформации в потребительских обществах требует применения специфических методов, адекватных творческим процессам.

Список литературы

1. Воробьева Е.Г., Пониматкина Л.А. Проблемы развития потребительской кооперации в условиях формирования «Информационного общества» в Российской Федерации // Теория и практика общественного развития. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-potrebitelskoy-kooperatsii-v-usloviyah-formirovaniya-informatsionnogo-obschestva-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 15.11.2020).

2. Губин В.В., Степанов А.А., Савина М.В. и др. Социально-экономическая трансформация системы потребительской кооперации и проблемы ее развития на этапе становления постиндустриальной экономики.- М.: ООО «Издательский дом Центросоюза», 2013.- С. 60-111.

3. Креативный менеджмент: / А. А. Степанов, М. В. Савина, Н. Л. Красюкова [и др.]; под редакцией А. А. Степанова и М. В. Савиной. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 252 с. — ISBN 978-5-394-02983-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/103772> (дата обращения: 03.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Курлаев, А. М. Электронная кооперация как инновационное направление кооперативного движения / А. М. Курлаев. — Текст: непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2019 г.). — Санкт-Петербург: Свое издательство, 2019.- С. 1-3. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/329/14914/> (дата обращения: 05.11.2020).

5. Курочкина А.А., Муравьева К.А. Место инноваций в системе потребительской кооперации: сетевой подход // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2011. №3 (125). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-innovatsiy-v-sisteme-potrebitelskoy-kooperatsii-setevoj-podhod> (дата обращения: 08.11.2020);

6. Ткач А.В. Тенденции и перспективы развития сельскохозяйственной кооперации в России [Текст] = Trends and prospects of development of agricultural cooperation in Russia / А. В. Ткач, А. В. Черевко // АПК: экономика, управление. - 2017. - № 1. - С. 42-49 : табл. - (Формы хозяйствования в рыночной экономике).

7. «Умные» комбайны и дроны-геологи: как цифровизация меняет экономику. Подробнее на РБК: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/5efb5b0a9a79473caae9518c> <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/5efb5b0a9a79473caae9518c>.

8. Antonova L.I., Zolotareva A.F., Savina M.V., Stepanov I.A., Stepanov A.A., Концепция креативного менеджмента в парадигме теории управления информационным обществом (на англ. языке) //International Journal of Economic Research.- Volume 14. Number. 2017

9. Bitkina I.V. , Veselovsky M. Y., Izmailova M. A., Krasnyukova N.L., Stepanov A.A. ENHANCEMENT OF GOVERNMENT INNOVATION POLICY IN DIGITAL TRANSFORMATION OF RUSSIAN COMPANIES//REVISTA INCLUSIONES ISSN 0719-4706 VOLUMEN 7 – NÚMERO 3 – JULIO/SEPTIEMBRE 2020, pp. 306-319.

10. Stepanov A.A., Krasnyukova N.L., Veselovsky M. Y., Izmailova M. A., Bitkina I.V. ENHANCEMENT OF GOVERNMENT INNOVATION POLICY IN DIGITAL TRANSFORMATION OF RUSSIAN COMPANIES//REVISTA INCLUSIONES ISSN 0719-4706 VOLUMEN 7 – NÚMERO 3 – JULIO/SEPTIEMBRE 2020, pp. 306-319.

11. Stepanov I.A., Savina M.V., Stepanov A.A., Zolotareva A.F., Antonova L.I. Концепция креативного менеджмента в парадигме теории управления информационным обществом (на англ. языке) //International Journal of Economic Research.- Volume 14. Number. 2017

12. VESELOVSKY M.Y., KRASYUKOVA N.L., SAVENKO V.G., STEPANOV A.A. IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF TECHNOLOGY TRANSFER WITHIN THE CONTEXT OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF RUSSIA//Scientific Papers Series “Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development“, Volume 18, Issue 4/2018.- pages 411-422. PRINT ISSN 2284-7995, E-ISSN 2285-3952.

Туризм индустриясының даму тарихы, кезеңдері мен құрылымдық-ғылыми негіздері

Н.Б. Хасенханов¹, Ж.М. Жартай², А. Төлеуұлы³

¹"Экономика" мамандығы бойынша 1 курс докторанты,

²Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының PhD, қауымдастырылған профессоры,

³Маркетинг кафедрасының PhD, қауымдастырылған профессоры,