



DOI: 10.24412/1561-7785-2026-1-124-135
EDN: ALJORB

УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: РЕСУРСЫ И ОЖИДАНИЯ

Рогач О. В., Фролова Е. В.*

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(125167, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49)

*E-mail: EVFrolova@fa.ru

Для цитирования:

Рогач О.В., Фролова Е.В. Участие населения в потребительской кооперации: ресурсы и ожидания // Народонаселение. – 2025. – Т. 29. – № 1. – С. 124-135. DOI: 10.24412 / 1561-7785-2026-1-124-135; EDN: ALJORB

Аннотация Российские традиции развития кооперации иллюстрируют её социальные функции в повышении качества жизни, снабжении населения необходимыми товарами и услугами, создании условий для объединения граждан, заинтересованных в кооперативном предпринимательстве. Материалы статьи раскрывают специфику развития кооперации в современных российских условиях, восприятие населением её потенциала в решении социальных вопросов, оценку ресурсных возможностей и готовности россиян к участию в кооперативных формах хозяйствования. Метод исследования — онлайн опрос 4022 респондентов по репрезентативной выборке. Результаты исследования показали, что горожане в большей мере заинтересованы в появлении кооперативных магазинов, связывая свои запросы с появлением качественных продуктов от местных производителей, снижением цен, расширением ассортимента товаров. Почти половина опрошенных респондентов высказали заинтересованность в личном участии в кооперативном предпринимательстве. Потенциал участия иллюстрируется не только декларацией намерений, но и наличием ресурсной базы: более высокий уровень экономических, юридических знаний, компетенций в области продаж и маркетинга. Также для респондентов, мотивированных к участию в кооперативном предпринимательстве, характерны более высокие оценки материально-технической и финансовой обеспеченности ресурсами, которые необходимы для организации или вступления в потребительский кооператив. В ходе исследования были установлены приоритетные формы поддержки потребительских кооперативов: организационные (предоставление на льготной основе помещений/площадей, возможность пользоваться складскими помещениями, центрами логистики), финансовые (гранты, субсидии, налоговые льготы) и информационно-образовательные (повышение квалификации, мониторинг рынка, предоставление информации). Образовательные потребности населения, позволяющие реализовать предпринимательский потенциал в кооперации, центрируются в области юриспруденции, маркетинговых технологий, экономики, финансов, бухгалтерского учёта, ведения деловых переговоров.

Ключевые слова потребительская кооперация, кооперативные магазины, качество жизни, местные сообщества.

Введение

Негативные последствия финансового кризиса и геополитической нестабильности в мире, увеличение масштабов социальной поляризации и распространение бедности актуализируют научный поиск альтернативных форм хозяйствования, которые могут взять на себя роль драйвера в повышении качества жизни населения, и позволят сформировать инновационные механизмы социально-экономического развития [1]. Новые вызовы реанимируют ценности сотрудничества, солидарности и взаимопомощи, которые являются смысловым ядром кооперации, ориентированной не только на достижение краткосрочных результатов, но и стратегических целей повышения уровня и качества жизни населения [2].

Исторический опыт развития кооперации свидетельствует о её роли в сбережении народонаселения, решении таких задач, как преодоление бедности и социального неравенства, создание рабочих мест, снабжение местных сообществ товарами и услугами по приемлемым ценам, установление социальной справедливости [3]. В современных условиях развитие кооперации учёные связывают с концепцией солидарной экономики, интегрирующей в себе традиционные ценности труда, акцентуализацию интересов социальных групп, заинтересованных в реализации своего предпринимательского потенциала, сотрудничества с другими представителями местных сообществ [4]. О. А. Чистякова отмечает, что кооперация представляет собой социально ориентированную модель воплощения в жизнь общественных интересов. Стратегии развития кооперативов могут быть репрезентированы в двух плоскостях. Во-первых, как объединения взаимопомощи, которые поддерживают интересы своих членов и обеспечивают достижение целей социально-экономического благополучия местных сообществ. Во-вторых, как альтернативный хозяйственный механизм преодоления дисфункций капиталоцентричных моделей производства, ресурс реализации предпринимательства, основанного

на ценностях солидарности и единства [5]. В новых условиях актуализации геополитических, техногенных и экологических вызовов кооперативные формы хозяйствования получают новый импульс своего развития. Ренессанс кооперации связан с её антропоцентричным характером, где в противовес коммерческим задачам приоритизируются интересы человека и гармоничное взаимодействие с природой [6].

В контексте развития сельских территорий кооперация играет особую роль, предоставляя возможность фермерам объединять свои ресурсы для повышения рентабельности сельскохозяйственного производства. Кооперация рассматривается как социальный механизм включения малых форм хозяйствования в систему агропродовольственных цепочек [7]. Учитывая вклад кооперации в развитие экономики, повышение уровня и качества жизни населения, российские учёные делают вывод о необходимости развития институтов организационно-административной и финансово-экономической поддержки кооперативных форм хозяйствования [8].

Таким образом, кооперация в современных условиях выступает важным фактором обеспечения устойчивости экономики, условием сохранения стабильности повседневной жизни российских территорий. При этом, как отмечается в научных исследованиях, она динамично развивается, модернизируют свои практики управления, приближая используемые модели хозяйствования к конкретным потребностям и интересам жителей [9]. Зачастую данные изменения носят локальный характер, успешный опыт деятельности кооперативов не получает публичного признания, что может выступать фактором, снижающим привлекательность потребительской кооперации в глазах населения. Российские учёные подчёркивают, с одной стороны, уникальность и многогранность исторического пути развития кооперации в России, а с другой — наличие существенных барьеров, дефицит опыта, утрату кооперативных традиций, что снижает потенциал участия

населения в данных формах хозяйствования [10].

Авторами ставилась цель — изучить роль кооперации в повышении качества жизни населения регионов РФ. В частности, поднимались вопросы восприятия кооперации населением, готовности к участию в данных формах хозяйствования, приоритетных форм поддержки кооперативных инициатив, оценки ресурсного потенциала местных жителей. Ключевым методом исследования является онлайн-опрос населения. Выбор данного метода обусловлен организационными особенностями дизайна исследования (массовый охват жителей различных регионов РФ)¹. Объём выборки после её ремонта составил 4022 респондентов. Исследование было проведено в 2022 году. В исследовании принимали участие как кооператоры, занимающиеся данным видом предпринимательской деятельности, так и жители исследуемых территорий, которые оценивали достоинства и недостатки кооперативных практик, уровень своей готовности к включению в них.

Результаты

Кооперация как фактор повышения качества жизни. В ходе исследования было установлено, что респонденты положительно оценивают потребительскую кооперацию, видя в ней фактор повышения качества жизни, расширения диапазона возможностей, как для приобретения качественных товаров по релевантным ценам, так и для осуществления коммерческой деятельности в роли субъекта кооперативного предпринимательства. В частности, большинство опрошенных (67,9%) позитивно воспринимают появление кооперативных магазинов в месте своего проживания, демонстри-

руют готовность приобретать у них товары. Отметим высокий уровень хозяйственно-экономической активности среди россиян, их готовность заниматься кооперативным предпринимательством (44,8%).

Субъективное восприятие роли кооперации в повышении качества жизни в большей мере иллюстрируется социальными ожиданиями россиян. Так, большинство опрошенных респондентов ждут, что кооперативные магазины будут поставлять качественные товары от местных производителей, обеспечат расширение ассортимента продуктов и снижение цен. Сущность потребительских запросов более характерна для городских жителей, у которых максимизированы позитивные оценки социально-экономических функций кооперативных магазинов. Вариационные различия характерны для позиции «снизятся цены на продукты» (отметили 68,3% городских жителей и 60,8% — сельских), «расширится ассортимент продуктов» (68,3% и 60,8% соответственно), «появится качественный продукт от местного производителя» (80,2% и 75%), «будет конкуренция крупным торговым сетям» (59,3% и 53,9%). Можно предположить, что в условиях жизни больших городов, унификации потребительского ассортимента торговых сетей, актуализации трендов на здоровое питание, кооперативы ассоциируются с традициями фермерского хозяйствования. Аналогичные выводы присутствуют в работах российских учёных, которые подчёркивают социальные функции кооперативов, их роль в снабжении городов органической, экологичной продукцией [11]. Положительные ожидания в связи с открытием кооперативных магазинов в большей мере демонстрируют высокодоходные группы респондентов (рис 1). Почти по всем позициям среди респондентов с хорошим материальным положением, выше доля тех, кто видит преимущества развития системы потребительской кооперации, её роль в снабжении населения качественными товарами и услугами.

Вторую строку рейтинга занимают ожидания, связанные с социально-экономическим развитием российских тер-

¹ Выборка многоступенчатая, квотная: на первом этапе был осуществлён отбор регионов в каждом федеральном округе, далее для обеспечения репрезентативности данных производился расчёт выборки по таким параметрам, как пол, возраст, респондентов, принадлежность к сельскому/городскому поселению. Определение численных параметров квот осуществлялось на основе данных Росстата по социально-демографическим показателям регионов РФ на 1 января 2022 года. Анкета распространялась при организационной поддержке Российского университета кооперации.

риторий. Вариант ответа «мой город/село будет развиваться» выбрали 71% респондентов. При этом молодёжь в большей мере демонстрирует позитивные экономические ожидания (77,6%, что выше средних значений по выборке на 6,6 процентных пунктов — далее п.п.). Можно предположить, что россияне видят в системе потребительской кооперации драйвер развития территории, связывают повышение качества жизни

с появлением кооперативных объединений. Среди жителей Южного ФО доля респондентов, считающих, что кооперативные магазины будут способствовать развитию города/села, составляет наиболее значительную часть — 77,4%. Скептицизм в данном вопросе более свойственен респондентам Центрального ФО, где согласие с данным утверждением высказали 63,0%, что ниже средних значений по выборке на 8 п.п.

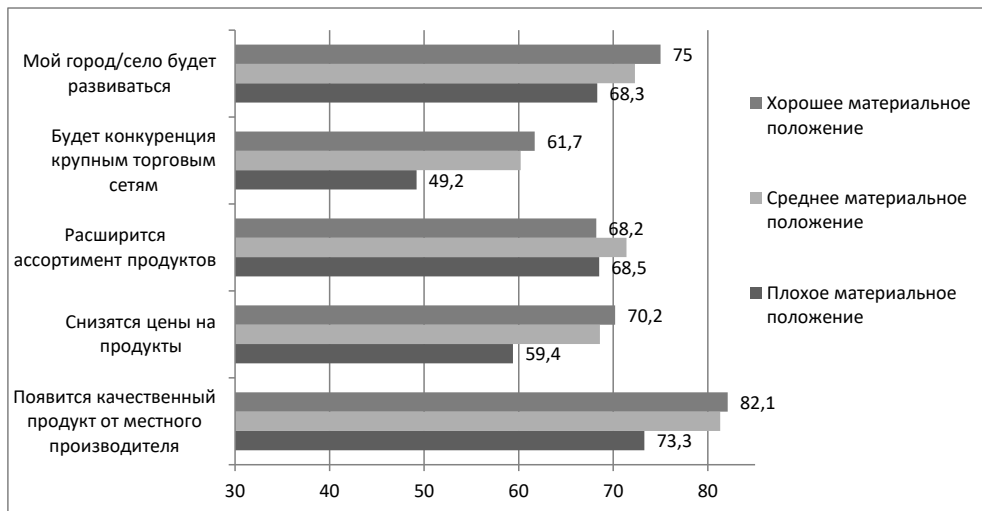


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Что лично Вы ждете от открытия таких кооперативных магазинов в вашем городе/селе?» среди респондентов с различной оценкой своего материального положения, %

Fig. 1. Distribution of answers to the question: «What do you personally expect from the opening of such cooperative stores in your city/village?» among respondents with different assessments of their financial situation, %

Источник: расчёты авторов по данным исследования.

Потенциал участия местного населения в кооперативных практиках. В современных исследованиях доказывается значимость коллективных форм хозяйственных взаимодействий в повышении личного благополучия представителей местного сообщества и решении социально значимых проблем территории [12]. Учитывая наличие широкого спектра потребностей россиян, запроса на высокое качество жизни, интерес представляет готовность и ресурсный потенциал населения к реализации кооперативных практик. Респонден-

там, прежде всего, было предложено оценить уровень развития соответствующих компетенций, которые позволили бы им стать участниками потребительской кооперации. Для удобства оценки было выделено четыре блока: 1) знание соответствующих нормативно-правовых актов, юридическая компетентность оценивается респондентами в средневысоком диапазоне. Только 22,5% опрошенных полагают, что обладают низким уровнем юридических знаний в части организации потребительских кооперативов; 2) экономическая компетент-

ность (знание основ финансовой отчетности, бухгалтерского учёта и пр.) оцениваются большинством респондентов на среднем уровне (42,2%), при этом сохраняется доля в 19,1%, кто говорит о низком уровне сформированности знаний в сфере экономики; 3) в схожем оценочном диапазоне респонденты рассматривают свои навыки в сфере продвижения товаров потребительской кооперации (маркетинг, реклама и пр.). Менее трети опрошенных (31,0%) оценивают свой уровень как высокий, тогда как для большинства свойственна определённая степень нехватки знаний в сфере продаж; 4) четвёртый блок связан с коммуникативными навыками респондентов. Стоит отметить, что навыки общения, уровень их сформированности оценивается респондентами наиболее высоко (35,9%). При этом только 17,2% ощущают некоторые дефициты в своих коммуникативных умениях.

Потенциал участия местного населения в кооперативных практиках может быть инкорпорирован не только в соответствующих компетенциях. Связь субъективного восприятия качества своей жизни и ресурсной базы территории/местного сообщества, также определяет готовность населения включиться в коллективные формы хозяйствования. Условно ресурсная база может быть разделена на два блока: финансовые активы (Б1) и материально-техническая база (Б2), при этом в ответах респондентов отсутствует вариационный размах оценочных суждений. Лишь четверть опрошенных полагает, что обладают достаточным ресурсом для организации кооператива (Б1=24,9%, Б2=25,9%). Для трети респондентов свойственны дефициты ресурсной базы: низкий уровень отметило 32,5% (Б1) и 32,9% (Б2) опрошенных, соответственно. Можно сделать вывод, что недостаточно высокий уровень материального благополучия населения не только оказывает негативное влияние на качественные показатели жизни в регионе, но и становится барьером в развитии альтернативных (коллективных) форм хозяйствования. Положение усугубляется низкой информационной открытостью кооперативных практик: 26,4%

респондентов отметили, что не обладают необходимой информацией. Материалы исследования вместе с тем позволили установить некоторую закономерность. Если в среднем по выборке только 28,0% респондентов имеют высокий уровень информированности, то среди тех, кто собирается самостоятельно организовать или вступить в кооператив, доля таких респондентов существенно выше — 50,2%.

На рис. 2 представлен сравнительный анализ долевого распределения респондентов с высоким уровнем знаний и ресурсов между теми, кто ориентирован на организацию или вступление в кооператив и средними значениями по выборке. По каждому из показателей иллюстрируется превышение значений ресурсной обеспеченности и компетентности граждан, желающих заняться кооперативным предпринимательством. Косвенным образом данные рисунка 2 свидетельствуют об устойчивой мотивации и ресурсной обеспеченности намерений тех россиян, которые решили заняться потребительской кооперацией. Для данной группы характерен более высокий уровень экономических, юридических знаний (превышает средние значения в 1,8 раза), компетенций в области продаж и маркетинга (превышает средние значения в 1,6 раза). Аналогичное превышение иллюстрируется также в области оценки материально-технической и финансовой обеспеченности ресурсами, необходимыми для организации или вступления в потребительский кооператив.

Анализ ресурсной обеспеченности кооперативных инициатив россиян в разрезе федеральных округов (ФО) показал высокий уровень региональной дифференциации. Согласно полученным данным, максимально высокий уровень обеспеченности ресурсами характерен для Северо-Кавказского ФО, частично по ряду позиций также для Южного ФО, минимальный — для Сибирского ФО. Особенно высокий вариационный размах между ФО прослеживается в оценке респондентами своих материально-технических и финансовых ресурсов — почти в 10 раз.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Оцените у себя наличие знаний и ресурсов, необходимых для организации или вступления в потребительский кооператив» (на рисунке отражен процент респондентов, выбравших вариант ответа «высокий» при ответе на данный вопрос), %

Fig. 2. Distribution of responses to the question «Assess your availability of knowledge and resources necessary for organizing or joining a consumer cooperative» (the figure shows the percentage of respondents who chose the «high» answer option when answering this question), %

Источник: расчёты авторов по данным исследования.

Приоритетные формы поддержки кооперативных инициатив населения. Результаты исследования показали поляризованность мнений респондентов в ответах на вопрос: «Если Вам интересна идея кооперации, то хотели ли бы Вы вступить в Союз, обеспечивающий поддержку кооперативному движению?». Мнения разделились примерно поровну: 46,5% респондентов ответили утвердительно, 53,5% — отрицательно. Наибольшую заинтересованность в объединённых формах взаимодействия в системе потребительской кооперации высказали респонденты с хорошим материальным положением (59,1%, что выше средних значений на 12,6 п.п.). При ответе на вопрос: «Какую помощь, прежде всего, Вы бы хотели получать от союзов потребительских обществ, поддерживающих кооперативы?», большинство респондентов

(25,5%) выбрали вариант ответа «предоставление на льготной основе помещений/площадей для продажи товара/услуг» (рис. 3). Вторую строку рейтинга приоритетных форм поддержки занял вариант ответа «возможность пользоваться складскими помещениями, центрами логистики» (12,5%). Для сельчан данная позиция более актуальна, чем для городских жителей (14,4% и 11,6% соответственно).

У респондентов была также возможность указать другие варианты помощи, которые они хотели бы получать от союзов потребительских обществ, поддерживающих кооперативы. В их числе были названы: информация, финансовая поддержка, налоговые льготы. Полученные результаты созвучны выводам российских учёных, акцентирующих внимание на необходимости расширения доступа кооперативов к грантовой под-



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Какую помощь, прежде всего, Вы бы хотели получать от союзов потребительских обществ, поддерживающих кооперативы?», %

Fig. 3. Distribution of responses to the question «What kind of assistance would you primarily like to receive from consumer society unions that support cooperatives?», %

Источник: расчёты авторов по данным исследования.

держке, льготному кредитованию. Высокие издержки получения заёмных средств, финансовые дефициты провоцируют рост задолженности современных кооперативов, существенным образом ограничивая продуктивность их функционирования, формирование рентабельности [13]. Анализ зарубежного опыта свидетельствует, что внешняя поддержка и эффективный менеджмент относятся к ключевым факторам экономического успеха кооперативов [14].

Респондентам также был задан конкретизирующий вопрос о востребованности образования, позволяющего организовать свой кооператив. Почти половина опрошенных выразили своё согласие (вариант ответа «да» и «скорее да, чем нет» — 18,0% и 28,8%, соответственно), при этом 1 из 10 опрошенных (10,1%) затруднился с ответом. Подобное распределение ответов свидетельствует о перспективности дополнительного образования в сфере кооперации. Аналогичные выводы получены в других российских и зарубежных исследованиях. По мнению О.Н. Мороз, особая роль в развитии кооперативного бизнеса принадлежит образовательным программам, которые обеспечивают повышение информи-

рованности, формирование знаний о преимуществах и специфике функционирования кооперативов [15]. Обучение и обмен знаниями, по мнению зарубежных учёных, относятся к ключевым принципам повышения эффективности деятельности кооперативов, внедрения инноваций в кооперативные практики [16]. Динамично изменяющаяся рыночная среда предъявляет новые требования к уровню конкурентоспособности кооперативов, их предпринимательскому потенциалу, что обуславливает необходимость инвестиций в эффективные механизмы обмена знаниями [17].

Установлена зависимость между желанием респондентов получить дополнительное образование в сфере потребительской кооперации и готовностью участвовать в потребительской кооперации. Для анализа взаимосвязей между данными переменными использовались таблицы сопряжённости, по которым сравнивались доли положительных ответов на вопрос о готовности к участию в потребительской кооперации в двух группах респондентов (первая группа представлена теми, кто мотивирован на получение дополнительного образования, вторая — теми, у кого отсутствует

данное желание). Среди тех респондентов, кто выразил желание пойти на курсы и получить дополнительное образование (вариант ответа «да») на 10,8 п.п. выше доля желающих участвовать в коллективных формах хозяйствования. Тогда как среди тех опрошенных, кто дал отрицательный ответ (вариант ответа «нет») выше доля тех, кто не хотел бы участвовать в потребительских кооперативах ни в роли организатора, ни в роли его члена (35,2%, что выше средних значений по выборке на 14,2 п.п.).

Среди знаний/навыков в области потребительской кооперации, которые респонденты хотели бы получить, приоритет отдаётся юридической компетентности (39,7%) и маркетинговым технологиям (38,2%). Также высокую востребованность демонстрируют «знания в сфере экономики, финансов, бухгалтерского учёта» — 37,3% и «деловые переговоры» — 31,6%. Так как респондентам был предложен множественный выбор, то обычно в своих ответах опрошенные использовали следующие связи: экономика/юриспруденция, продажи/деловые переговоры, маркетинг/информационные технологии.

Заключение

Анализ научной литературы и эмпирических данных иллюстрирует потенциал кооперации в реализации социально-ориентированной модели экономики, повышения качества жизни населения за счёт снижения цен и соответственно оптимизации семейных бюджетов, гарантированного доступа к натуральным продуктам, создания условий для развития предпринимательства. Так, большинство опрошенных респондентов позитивно воспринимают функционал кооперативных магазинов в части насыщения рынка качественными товарами от местных производителей, расширения ассортимента продуктов. Кооперативные магазины рассматриваются как жизнеспособная альтернатива крупным торговым сетям, позволяющей снизить цены и представить более качественный товар. В наибольшей мере данный за-

прос характерен для городских жителей, а также для социальных групп, имеющих доход выше среднего. Помимо удовлетворения потребительских ожиданий, кооперативная форма хозяйствования показала свою привлекательность для респондентов, ориентированных на реализацию бизнес-инициатив. Так, почти половина опрошенных респондентов демонстрирует готовность организовать/вступить в кооператив. Однако, результаты исследования показывают недостаточность материально-технических и финансовых ресурсов, необходимых для организации кооператива.

В ходе опроса респонденты высоко оценили значимость различных форм помощи, которую они хотели бы получать от организаций, поддерживающих систему потребительской кооперации. Анализ приоритетных форм поддержки потребительских кооперативов показал, что интерес россиян центрируется в финансовой плоскости (гранты, субсидии, налоговые льготы), а также в информационно-образовательной (повышение квалификации, мониторинг рынка, предоставление информации). Почти по всем формам поддержки, городские жители показали более высокий уровень заинтересованности, чем сельчане.

Проведённый анализ свидетельствует о необходимости интеграции усилий региональных властей, осуществляющих поддержку потребительских кооперативов на институциональном уровне (гранты, налоговые льготы), а также образовательных организаций, общественных объединений, которые могут эффективно осуществлять повышение квалификации участников потребительской кооперации, формировать базовые компетенции населения в области права, маркетинга, обеспечивать информационную поддержку деятельности кооперативов.

Результаты исследования подтверждают, что повышение уровня информированности российских граждан, формирование их базовых знаний в области предпринимательства может рассматриваться как драйвер развития потребительской кооперации. Подтверждением данного тезиса стали эм-

пирические данные, свидетельствующие, что наиболее значимым фактором роста уровня личной готовности стать членом потребительского кооператива является повышение знаний и квалификации в сфере кооперации.

Литература и Интернет-источники

1. **Развадовская, Ю.В.** Институт кооперации: эволюция и современные перспективы / Ю.В. Развадовская, Е.В. Каплюк, К.С. Руднева, М.Э. Черняк // Вестник Томского государственного университета. Экономика. — 2022. — № 57. — С. 6–21. DOI: 10.17223 / 19988648 / 57 / 1; EDN: VUCRJI
2. **Фролова, Е.В.** Ренессанс кооперации: поиск экономической рациональности и социально-духовных смыслов / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Вопросы философии. — 2024. — № 6. — С. 55–64. DOI: 10.21146 / 0042-8744-2024-6-55-64; EDN: SXUPLK
3. **Путинцев, В.В.** Исторические корни и институциональные особенности сельскохозяйственной потребительской кооперации / В.В. Путинцев // Социально-экономические явления и процессы. — 2015. — Т. 10 — № 11. — С. 105–115. DOI: 10.20310 / 1819-8813-2015-10-11-105-115; EDN: VLEYHR
4. **Егоров, В.Г.** Кооперация и социальная солидарная экономика / В.Г. Егоров, А.А. Иншаков // Постсоветский материк. — 2021. — № 4(32). — С. 68–91. DOI: 10.48137 / 2311-6412_2021_4_68; EDN: HPCXFE
5. **Чистякова, О.А.** Концептуальные основы устойчивости потребительской кооперации / О.А. Чистякова // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. — 2024. — Т. 26. — № 21. — С. 16–30. DOI: 10.15688 / ek.jvolsu.2024.1.2; EDN: AUWXDP
6. **Сушенцова, С.С.** Социальная ответственность и рыночная эффективность системы сельскохозяйственной кооперации / С.С. Сушенцова // Вестник экономики, права и социологии. — 2024. — № 3. — С. 322–326. DOI: 10.24412 / 1998-5533-2024-3-322-326; EDN: PMYJQE
7. **Гатаулина, Е.А.** Изменение подходов к поддержке потребительской кооперации: от организационной формы к процессу кооперации / Е.А. Гатаулина, М.П. Антонова, А.А. Потапова // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. — 2020. — № 5. — С. 95–110. DOI: 10.26897 / 0021-342X-2020-5-95-110; EDN: UDAEYV
8. **Усенко, Л.Н.** Исследование приоритетных форм развития кооперации в сельском хозяйстве Российской Федерации / Л.Н. Усенко, А.С. Биджиева // Научные труды Вольного экономического общества России. — 2023. — Т. 242 — № 4. — С. 105–118. DOI: 10.38197 / 2072-2060-2023-242-4-105-118; EDN: WJHVNL
9. **Трясцин, М.М.** Стратегия развития потребительской кооперации в социализации экономики Пермского края / М.М. Трясцин, М.В. Трошева // Аграрный вестник Урала. — 2012. — № 11–2. (106). — С. 67–69. EDN: RBHZIB
10. **Абилова, Е.В.** Социальные мотивы развития сельскохозяйственной кооперации / Е.В. Абилова, С.Г. Головина // Вестник Челябинского государственного университета. — 2023. — № 8(478). — С. 219–229. DOI: 10.47475 / 1994-2796-2023-478-8-219-229; EDN: TCDGBM
11. **Овчинцева, Л.А.** Новейшие формы и модели кооперативного движения / Л.А. Овчинцева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. — 2023. — Т. 23 — № 3. — С. 661–667. DOI: 10.22363 / 2313-2272-2023-23-3-661-667; EDN: YEOGRL
12. **Фролова, Е.В.** Новые контуры развития кооперации в России / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Социологические исследования. — 2025. — № 4. — С. 35–45. DOI: 10.31857 / S0132162525040032; EDN: BVKZEC
13. **Шурина, С.В.** Возможности государства по продвижению фермерства и сельской кооперации в России / С.В. Шурина // Экономика. Налоги. Право. — 2024. — Т. 17 — № 5. — С. 50–66. DOI: 10.26794 / 1999-849X-2024-17-5-50-66; EDN: XQCDYN

14. **Bhowmik, M.R.** Economic Growth and Rural Crisis in India: Imagining Cooperatives as a Viable Solution. / M.R. Bhowmik, S.G. Thakurata, D. Biswas // *Agrarian South: Journal of Political Economy*. — 2020. — Vol. 17. — No. 2. — P. 228–254. DOI: 10.1177 / 2277976020935408; EDN: UOITWU
15. **Мороз, О.Н.** Тенденции и механизмы развития потребительской кооперации в России / О.Н. Мороз, В.О. Андриевский // *Вестник Академии знаний*. — 2024. — № 2(61). — С. 311–316. EDN: WIZCCX
16. **Siedlok, F.** Strategy performance to avoid degeneration: How producer cooperatives can achieve social and economic goals / F. Siedlok, L. Callagher, Z. Elsahn, S. Korber // *Organization Studies*. 2023. — Vol. 45. — No. 1 — P. 31–57. DOI: 10.1177 / 01708406231193255; EDN: TGUJTY
17. **Siedlok, F.** Collective entrepreneurship and cooperatives principles: Configurations for achieving social and economic goals in cooperatives / F. Siedlok, L. Callagher, V. van de Vrande // *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. — 2025. — Vol. 43. — No. 6. — P. 657–678. DOI: 10.1177 / 02662426251335593; EDN: EBDVCE

Сведения об авторах:

Рогач Ольга Владимировна, д.социол.н., доцент, проф. кафедры социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

Контактная информация: e-mail: OVRogach@fa.ru; ORCID: 0000-0002-3031-4575; ПИНЦ SPIN-код: 2618–6681.

Фролова Елена Викторовна, д.социол.н., проф., проф. кафедры социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

Контактная информация: e-mail: EVFrolova@fa.ru; ORCID: 0000-0002-8958-4561; ПИНЦ SPIN-код: 4098–3475.

DOI: 10.24412/1561-7785-2026-1-124-135

PARTICIPATION OF THE POPULATION IN CONSUMER COOPERATION: RESOURCES AND EXPECTATIONS

*Olga V. Rogach, Elena V. Frolova**

*Financial University under the Government of the Russian Federation
(49 Leningradsky prospect, Moscow, Russia, 125993)*

**E-mail: EVFrolova@fa.ru*

For citation:

Rogach O. V., Frolova E. V. Participation of the population in consumer cooperation: resources and expectations. *Narodonaselenie [Population]*. 2026. Vol. 29. No. 1. P. 124–135. DOI: 10.24412/1561-7785-2026-1-124-135 (in Russ.)

Abstract. *Russian traditions of cooperation development illustrate its social functions in improving the quality of life, supplying the population with necessary goods and services, creating conditions for uniting citizens interested in cooperative entrepreneurship. The article examines specifics of the cooperation development in modern Russian conditions, population's perception of its potential in solving social issues, assessment of resource capabilities and readiness of Russians to participate in cooperative forms of business. The research method is an online survey of 4022 respondents based on a representative sample. The results of the study showed that city residents are more interested in emergence of cooperative stores, linking their requests with supply of high-quality products from local producers, lower prices, and an expanded range of goods. Almost half of the respondents expressed their interest in personal participation in cooperative entrepreneurship. The potential for participation is*

illustrated not only by the declaration of intent, but also by the availability of a resource base: a higher level of economic, legal knowledge, competencies in the field of sales and marketing. Also, respondents motivated to participate in cooperative entrepreneurship are characterized by higher assessments of the material and technical and financial availability of resources necessary for organizing or joining a consumer cooperative. During the study, there were identified the priority forms of support for consumer cooperatives: organizational (provision of premises/spaces on a preferential basis, opportunity to use warehouses, logistics centers), financial (grants, subsidies, tax incentives), and informational and educational (advanced training, market monitoring, provision of information). The educational needs of the population, allowing realization of entrepreneurial potential in cooperation, are centered in the field of jurisprudence, marketing technologies, economics, finance, accounting, business negotiations.

Keywords: consumer cooperation, cooperative stores, quality of life, local communities.

References and Internet sources

1. Razvadovskaya Yu. V., Kaplyuk E. V., Rudneva K. S., Chernyak M. E. Institut kooperatsii: evolyutsiya i sovremennyye perspektivy [Institute of cooperation: evolution and modern perspectives]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika [Tomsk State University Journal of Economics]. 2022. No. 57. P. 6–21. DOI: 10.17223/19988648/57/1 (in Russ.)
2. Frolova E. V., Rogach O. V. Renessans kooperatsii: poisk ekonomicheskoy ratsional'nosti i sotsial'no-duhovnykh smyslov [The renaissance of cooperation: the search for economic rationality and socio-spiritual meanings]. Voprosy filosofii [Russian Studies in Philosophy]. 2024. No. 6. P. 55–64. DOI: 10.21146/0042-8744-2024-6-55-64 (in Russ.)
3. Putintsev V. V. Istoricheskiye korni i institutsional'nyye osobennosti sel'skohozyajstvennoj potrebitel'skoj kooperatsii [Historical roots and institutional features of agricultural consumer cooperation]. Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy [Social Economic Phenomena and Processes]. 2015. Vol. 10. No. 11. P. 105–115. DOI: 10.20310/1819-8813-2015-10-11-105-115 (in Russ.)
4. Egorov V. G., Inshakov A. A. Kooperatsiya i sotsial'naya solidarnaya ekonomika [Cooperation and social solidarity economy]. Postsovetskij materik [Post-Soviet Continent]. 2021. No. 4(32). P. 68–91. DOI: 10.48137/2311-6412_2021_4_68 (in Russ.)
5. Chistyakova O. A. Kontseptual'nyye osnovy ustojchivosti potrebitel'skoj kooperatsii [Conceptual foundations of consumer cooperation sustainability]. Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika [Journal of Volgograd State University. Economics]. 2024. Vol. 26. No. 21. P. 16–30. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2024.1.2 (in Russ.)
6. Sushentsova S. S. Sotsial'naya otvetstvennost' i rynochnaya effektivnost' sistemy sel'skohozyajstvennoj kooperatsii [Social responsibility and market efficiency of the agricultural cooperation system]. Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii [Bulletin of Economics, Law and Sociology]. 2024. No. 3. P. 322–326. DOI: 10.24412/1998-5533-2024-3-322-326 (in Russ.)
7. Gataulina E. A., Antonova M. P., Potapova A. A. Izmeneniye podkhodov k podderzhke potrebitel'skoj kooperatsii: ot organizatsionnoj formy k protsessu kooperatsii [Changing approaches to supporting consumer cooperation: from organizational form to the process of cooperation]. Izvestiya Timiryazevskoj sel'skohozyajstvennoj akademii [Izvestiya of Timiryazev Agricultural Academy]. 2020. No. 5. P. 95–110. DOI: 10.26897/0021-342X-2020-5-95-110 (in Russ.)
8. Usenko L. N., Bidzhieva A. S. Issledovaniye prioritetnykh form razvitiya kooperatsii v sel'skom hozyajstve Rossijskoj Federatsii [Priority forms of development of cooperation in agriculture of the Russian Federation]. Nauchnyye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii [Scientific Works of the Free Economic Society of Russia]. 2023. Vol. 242. No. 4. P. 105–118. DOI: 10.38197/2072-2060-2023-242-4-105-118 (in Russ.)
9. Tryastin M. M., Trosheva M. V. Strategiya razvitiya potrebitel'skoj kooperatsii v sotsializatsii ekonomiki Permskogo kraja [The consumer cooperation development strategy in the socialization of the economy of the Perm region]. Agrarnyj vestnik Urala [Agrarian Bulletin of the Urals]. 2012. No. 11–2. (106). P. 67–69. (in Russ.)

10. Abilova E. V., Golovina S. G. Sotsial'nye motivy razvitiya sel'skohozyajstvennoj kooperatsii [Social motives for the development of agricultural cooperation]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University]. 2023. No. 8(478). P. 219–229. DOI: 10.47475/1994-2796-2023-478-8-219-229 (in Russ.)
11. Ovchintseva L. A. Novejshije formy i modeli kooperativnogo dvizheniya [The latest forms and models of the cooperative movement]. Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Sotsiologiya [RUDN Journal of Sociology]. 2023. Vol. 23. No. 3. P. 661–667. DOI: 10.22363/2313-2272-2023-23-3-661-667 (in Russ.)
12. Frolova E. V., Rogach O. V. Novye kontury razvitiya kooperatsii v Rossii [New contours of cooperation development in Russia]. Sotsiologicheskie issledovaniya [Sociological Studies]. 2025. No. 4. P. 35–45. DOI: 10.31857/S0132162525040032 (in Russ.)
13. Shchurina S. V. Vozmozhnosti gosudarstva po prodvizheniyu fermerstva i sel'skoj kooperatsii v Rossii [The possibilities of the State to promote farming and rural cooperation in Russia]. Ekonomika. Nalogi. Pravo [Economics, Taxes and Law]. 2024. Vol. 17. No. 5. P. 50–66. DOI: 10.26794/1999-849X-2024-17-5-50-66 (in Russ.)
14. Bhowmik M. R., Thakurata S. G., Biswas D. Economic growth and rural crisis in India: imagining cooperatives as a viable solution. *Agrarian South: Journal of Political Economy*. 2020. Vol. 9. No. 2. P. 228–254. DOI:10.1177/2277976020935408
15. Moroz O. N., Andrievsky V. O. Tendentsii i mekhanizmy razvitiya potrebitel'skoj kooperatsii v Rossii [Trends and mechanisms of development of consumer cooperation in Russia]. Vestnik Akademii znaniy [Bulletin of the Academy of Knowledge]. 2024. No. 2(61). P. 311–316. (in Russ.)
16. Siedlok F., Callagher L., Elshahn Z., Korber, S. Strategy performance to avoid degeneration: How producer cooperatives can achieve social and economic goals. *Organization Studies*. 2023. Vol. 45. No. 1 P. 31–57. DOI: 10.1177/01708406231193255
17. Siedlok F., Callagher L., van de Vrande, V. Collective entrepreneurship and cooperatives principles: Configurations for achieving social and economic goals in cooperatives. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. 2025. No. 43(6). P. 657–678. DOI: 10.1177/02662426251335593

Information about authors:

Rogach Olga Vladimirovna, Doctor of Sociology, Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Contact information: e-mail: OVRogach@fa.ru ORCID: 0000-0002-3031-4575; Elibrary SPIN-code: 2618-6681.

Frolova Elena Viktorovna, Doctor of Sociology, Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Contact information: e-mail: EVFrolova@fa.ru; ORCID: 0000-0002-8958-4561; Elibrary SPIN-code: 4098-3475.

Статья поступила в редакцию 14.06.2025, утверждена 16.02.2026, опубликована 31.03.2026.