

ТЕНДЕНЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РАЙОННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА

TRENDS IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND DIGITAL TRANSFORMATION OF THE REGIONAL CONSUMER SOCIETY

Аннотация. В статье рассмотрены особенности тенденций социально-экономического развития потребительских обществ в системе многоуровневой экономики муниципальных образований, проанализированы тенденции социально-экономического развития в условиях цифровизации. Определены и раскрыты проблемы, возможности и особенности внедрения цифровых технологий и техники как фактора повышения эффективности деятельности потребительских обществ в условиях цифровой трансформации.

Abstract. The article examines the trends in the socio-economic development of consumer societies in the multi-layered economy of municipal entities, analyzed trends of socio-economic development in the conditions of digitalization. The challenges, opportunities and features of the introduction of digital technologies and technology as a factor in improving the efficiency of consumer societies in the face of digital transformation have been identified and revealed.

Ключевые слова: потребительская кооперация, районное потребительское общество, торговые сети, социально-экономическое развитие, стратегия, программы, инноватизация, цифровая трансформация.

Keywords: consumer cooperation, district consumer society, trade networks, socio-economic development, strategy, programs, innovation, digital transformation.

Введение

Реализация политики инноватизации в муниципальных образованиях существенным образом влияет на специфику разработки программ их социально-экономического

развития. В этой связи весьма актуальным является изучение опыта внедрения достижений научно-технического прогресса, реализация государственной инновационной политики в практическую деятельность по-

Степанов Александр Аннаярович – доктор экономических наук, профессор кафедры управления инновациями, Одинцовский филиал МГИМО МИД России (г. Одинцово, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: step-916@yandex.ru.

Alexander A. Stepanov – Doctor of Economic Sciences, Professor, the Department of Innovation Management, Odintsovo branch of MGIMO University (Odintsovo, Moscow Region, Russian Federation).

Морозова Надежда Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры производственного менеджмента, РГУ нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина (г. Москва, Российская Федерация); e-mail: dyubiks@mail.ru

Nadezhda V. Morozova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Department of Production Management, National University of Oil and Gas «Gubkin University» (Moscow, Russian Federation).

Степанов Илья Александрович – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и социологии управления, филиал «Котельники» Государственного университета «Дубна» (г. Котельники, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: areks7@yandex.ru.

Ilya A. Stepanov – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Department of Management and Sociology of Management, Kotelniki branch of Dubna State University (Kotelniki, Moscow Region, Russian Federation).

ребительских обществ и их союзов как составной части социально-экономического развития муниципалитетов. Изучение такого опыта позволяет выявить проблемы и определить направления повышения эффективности процесса инновационного развития многоукладной экономики муниципальных образований [7, с. 26–58].

Система потребительской кооперации на этапе становления информационно-цифрового общества продолжает оставаться одним из важнейших институтов, призванных обеспечить защиту социальных и экономических интересов всех ее участников на принципах социальной защищенности и справедливости. При этом важнейшей социальной функцией потребительской кооперации в современном обществе остается повышение качества и уровня жизни населения, удовлетворения спроса на доступные и качественные продукты и услуги на основе внедрения достижений науки и техники.

Вместе с тем сложившаяся в настоящее время модель и применяемые инструменты и методы управления инновационным развитием потребительской кооперацией уже не в полной мере соответствуют современным вызовам переходного периода от индустриального к информационно-креативно-цифровому обществу. Сложившаяся модель управления научно-техническим прогрессом в системе кооперации уже неспособна обеспечивать баланс интересов всех участников и эффективность ее функционирования в парадигме цифровой трансформации.

Это явилось следствием недостаточного внимания к вопросам инновационного развития, серьезного отставания, просчетов и недостатков в реализации современных концепций и методов в управлении потребительской кооперации в условиях информационно-цифрового общества.

На современном этапе формирования инновационной экономики для потребительской кооперации все большее значение приобретает разработка и внедрение принципиально новых инструментов и методов менеджмента в системе потребительской кооперации в парадигме цифровой трансформации на основе изучения практического опыта.

Методика

Исследования процесса трансформации деятельности потребительских обществ и их союзов в условиях перехода общественного

производства от индустриальной к информационно-цифровой экономики является новым направлением в социально-экономических исследованиях. В целях выявления тенденций и закономерностей, а также разработки прогнозов, концепций и моделей развития потребительской кооперации в принципиально новых условиях инновационно-информационного общества были использованы, как традиционные, известные и широко используемые инструменты и методы исследований, так и новационные методологические подходы к исследованию с использованием системно-креативного анализа.

Системно-креативный анализ – это совокупность принципов, эвристических инструментов и методов исследования и обоснования инновационных моделей совершенствования социально-экономических систем в парадигме неопределенности. При помощи системно-креативного анализа решается проблема создания эффективных социально-экономических систем на качественно новой основе [6, с. 45–48].

Именно использование системно-креативного инструментария обеспечивает выявление сущностных процессов, их проблем, а также разработку мероприятий по их эффективному разрешению.

В процессе исследования широко применялись эвристические (неформальные), креативные и комбинированные методы, метод генетического исследования и др. При этом приоритет оставался за эвристическими методами и, частности методами морфологического анализа, составления сценариев и др.

Обсуждение

В качестве объекта исследования выступала потребительская кооперация Люберецкого района Московской области, где в последнее десятилетие проходили процессы трансформации деятельности потребительских кооперативов на основе объединения Котельнического, Малаховского, Томилинского, Красковского и Часовенского потребительских обществ.

В начале десятых годов реорганизация деятельности потребительских обществ осуществлялась на основе программы развития районных потребительских обществ. В соответствии с принятым постановлением, утвержденным общим собранием закреплялась программа укрупнения, расширения и развития структур потребительской кооперации.

Анализ и оценка деятельности потребительского общества в Люберецком районе показали объективную необходимость проведения реорганизации на основе формирования конкурентоспособной организации, которая бы смогла удовлетворять потребности и интересы населения и членов-пайщиков в товарах и услугах.

Предполагалось объединить имеющиеся в районе все потребительские общества в крупную конкурентоспособную организацию.

Главной целью такого объединения была концентрация материально-технической базы, а также кадровых и финансовых ресурсов в целях повышения управляемости и эффективности деятельности потребительских обществ, оказания социальной помощи работникам и пайщикам.

В целях реализации намеченной программы был разработан поэтапный комплекс мероприятий. Первый этап предусматривал формирование районного потребительского общества. Учредителем данного общества являлись потребительские общества – Часовенское, Томилинское, Котельническое, Малаховское, Красковское.

Второй этап – осуществление реорганизации – присоединение вышеназванных потребительских обществ к Люберецкому РАЙПО.

Третий этап – передача имущества и активов потребительских обществ в РАЙПО Люберецкого района; исключение вышеназванных потребительских обществ из реестра юридических лиц с погашением долговых обязательств; создание новых структур управления Люберецкого районного потребительского общества «Возрождение».

В процессе реализации стратегии реформирования деятельности Люберецкого районного потребительского общества, несмотря на продолжающийся в обществе социально-экономический кризис и турбулентность, Люберецкое районное потребительское общество показало положительные тенденции экономического роста и повышения рентабельности деятельности Люберецкого РАЙПО. Так, уже в 2011 году розничный товарооборот достиг 157,1 миллиона рублей, а показатели оборота общественного питания и объемы платных услуг соответственно 15,4 и 11,3 миллиона рублей. Показатель заготовительно-закупочной деятельности вырос до 7,4 миллиона рублей.

В результате, в этом же году показатель товарооборота был выполнен на 101,3 процента, все предприятия торговли выполнили наме-

ченные плановые задания по показателям товарооборота. При этом удельный вес табачных изделий, одежды и тканей составил порядка 63 процентов. А товарооборот бытовой химии, мебели, инструментов и посуды вырос почти на 7 миллионов рублей. Продажи стройматериалов увеличились на 2,5 миллионов рублей.

Позитивные тенденции были отмечены и в увеличении продаж продовольственных товаров (рыба, рыбные консервы, мясо, вино-водочные изделия, сахар, яйцо, растительное масло и др.). В результате, доля реализованной продукции собственного производства в районном потребительском обществе составила 84,5 процента.

Стратегия развития Люберецкого районного потребительского общества предполагала совершенствование деятельности предприятий сферы бытового обслуживания. В результате реализации этого направления по развитию платных услуг потребительские общества смогли организовать эффективное использование торговых и производственных площадей. Именно на них была организована работа заготовительных и приемных пунктов, парикмахерских, автостоянок, предприятий общественного питания, рынков и т.п., что способствовало значительному увеличению доходов райпотребобщества. В результате, объемы доходов возросли на 841 тысячу рублей. И лишь по мероприятиям, связанным с ветеринарными услугами, произошло сокращение основных показателей деятельности, что стало следствием закрытия в поселке Томилино ветеринарной клиники.

Существенно улучшились в 2011-2019 годах результаты работы художественной мастерской. Темпы роста доходов здесь, по сравнению с предыдущим периодом, смогли возрасти на 111 процентов. В итоге, Люберецкому РАЙПО была обеспечена прибыль в размере двадцати шести миллионов рублей.

При этом часть прибыли была направлена на дальнейшее совершенствование техники и технологий предприятий общественного питания и торговли, оснащение их самой современной материально-технической базой.

В процессе реализации программы развития был реконструирован в поселке Красково магазин «Березка». В результате капитального ремонта площади магазина увеличились практически в 2 раза и составили более четырехсот шестидесяти квадратных метров.

Реконструкция позволила обеспечить замену системы тепло- и водоснабжения.

Открыты новые магазины, в том числе магазин «Актив», в которых осуществлялся ремонт техники (квадроциклы, мотороллеры, снегоходы и др.).

В процессе реконструкции был введен в эксплуатацию томилинский торговый комплекс. Была открыта аптека «Семейный доктор». Стала осуществляться широкая торговля необходимыми населению хозяйственными товарами, одеждой, сувенирами и т.д.

Тогда же открылся павильон колхозного томилинского рынка, оборудованный современным технологичным оборудованием.

В Томилино организованы мероприятия по всему спектру услуг для автовладельцев, начиная от регистрации и заканчивая дальнейшей эксплуатацией автомобилей. Запущено в эксплуатацию и действует предприятие «Мотор-2», пункты технического осмотра автомашин (площадь восемьсот квадратных метров), автострахования, медкомиссии, автомойка, автошкола, а также регистрационный пункт автомобилей общей площадью около тысячи двухсот квадратных метров. Был открыт платежный терминал.

Значительная работа была проведена по укреплению материально-технической базы универсального рынка в Малаховке.

На реконструкцию, совершенствование материально-технической базы строительство и благоустройство было выделено в общей сложности более двадцати пяти миллионов рублей. На приобретение основных средств (компьютеры, импортные грузовые автомобили, холодильное и торговое оборудование и др.) затрачено более чем четыре миллиона рублей.

В результате реализации стратегии развития люберецкая потребительская кооперация стала одним из ведущих налогоплательщиков района. Стабилизировалось финансово-экономическое положение РАЙПО. Разработаны программы поддержки ветеранов потребительской кооперации и малообеспеченных слоев населения.

Люберецким районным потребительским обществом постоянно оказывается материальная помощь различным общественным объединениям и организациям в целях финансирования проведения разнообразных культурно-массовых мероприятий. А на универсальных рынках торговля членами-пайщиками овощами и фруктами осуществляется по льготному тарифу (50 процентов от его стоимости).

В целях дальнейшего развития достигнутых успехов разработаны концепции, прогнозы и стратегии социального и экономического развития районного потребительского общества «Возрождение», а также комплекс мероприятий. Стратегия и мероприятия призваны обеспечить существенное повышение эффективности и конкурентоспособности кооперативных торговых организаций.

Результаты

Целью реализации программ и стратегий социально-экономического развития потребительской кооперации Люберецкого РАЙПО было провозглашено создание современной социально ориентированной концепции и модели потребительского общества на базе активизации процессов цифровизации и цифровой трансформации. В результате, должна была быть обеспечена целостность, эффективность и интенсивность развития потребительского общества на основе повышения результатов финансово-хозяйственной деятельности для удовлетворения потребностей и интересов членов-пайщиков.

Была разработана и одобрена перспективная модель создания и дальнейшего развития инновационной системы Люберецкого районного потребительского общества «Возрождение». Программой предусматривалось расширение ассортимента и увеличение производства и реализации разнообразных товаров самого высокого качества и на высоком уровне обслуживания. При этом поставлена задача: обеспечить покупателей необходимыми продуктами в шаговой доступности от места проживания.

В соответствии с программой в перспективе к 2025 году число членов-пайщиков кооператива Люберецкого районного потребительского общества должно возрасти в два раза. Объем инвестиций – в 1,9 раза. Число действующих магазинов – в 1,8 раза.оборот общественного питания – в 1,9 раза, а оказание услуг населению – в 1,7 раза.

В основе создания новой модели районного потребительского обществ была заложена концепция организации функционирования самостоятельных торговых организаций на сетевых принципах. При этом предполагалась комплексная автоматизация и компьютеризация деятельности торговой сети «Возрождение».

Магистральным направлением повышения эффективности потребительских ко-

оперативов является адаптация их деятельности в соответствии с изменяющимися в обществе моделями организации производства и управления на базе современных информационно-цифровых технологий.

Сегодня наиболее актуальными стратегическими направлениями цифровизации и цифровой трансформации в потребительской кооперации должны стать развитие электронной кооперации; обоснование и развитие инновационных форм взаимодействия Интернет-сообществ потребительских кооперативов с различными представителями бизнес-сообществ и др.

Внедрение информационно-цифровых технологий, основанных на технологиях Интернета вещей, существенным образом должно повлиять на изменение форм взаимодействия потребительской кооперации (потребительских кооперативов) непосредственно с потребителями. Активизация такого взаимодействия сможет быть обеспечена широким использованием в практике потребительских союзов и кооперативов разнообразных платформ взаимодействия, в том числе социальных сетей, веб-конференций, форумов, коллективных блогов и др.

Развитие и внедрение сетевых Интернет-коммуникаций имеет сегодня большое значение для цифровой трансформации всей системы потребительской кооперации и выхода ее на принципиально новый технологический информационно-цифровой уровень деятельности.

Информационно-цифровые технологии сегодня уже играют большую роль в создании новых форм Интернет-сообществ в потребительской кооперации и повышении эффективности деятельности потребительских кооперативов и их союзов.

И в дальнейшем в деятельности потребительских кооперативов и их союзов сетевые информационно-цифровые коммуникации и Интернет-сообщества будут играть ключевую роль в повышении эффективности их экономики (викиэкономики [4]) на базе создания принципиально новых форм взаимодействия всех субъектов-участников кооперационного процесса (crowdsourcing, outsourcing и др.).

Краудсорсинг в потребительской кооперации будет успешно реализоваться посредством широкого привлечения юридических и физических лиц к решению проблем и задач с использованием их ресурсов на добровольной основе с применением информационно-цифровых технологий.

В условиях информационно-креативно-инновационной экономики наряду с внедрением цифровых технологий, применением искусственного интеллекта и Интернета в условиях постоянной неопределенности возникающих повсеместно нестандартных и кризисных ситуаций все большее значение будут приобретать применение эффективных инструментов управления, основанных на методологии креативного менеджмента, позволяющего решать трудно разрешимые задачи на основе принятия оригинальных и нестандартных управленческих новаций и решений.

Необходимость более широкого и интенсивного применения в практике управления потребительской кооперацией методов, используемых в креативном менеджменте, обуславливается:

- происходящими в обществе изменениями, возникновением кризисных и нестандартных ситуаций, требующих применения творческого подхода и креативных нестандартных решений;

- возникающими в сферах деятельности потребительской кооперации новых, ранее мало известных, но трудно разрешимых проблем;

- актуальностью создания не копируемых конкурентных преимуществ, основу которых составляют инновационные не копируемые продукты в и т.п. [1; 6, с. 17].

Однако до настоящего времени в науке и практике управления потребительской кооперацией решение проблемы массового внедрения методов и инструментов креативного менеджмента не уделяется должного внимания.

При помощи методологии креативного менеджмента, как показывает отечественный и зарубежный опыт, могут и разрабатываются инновационные решения, а также методы и модели управления творческим потенциалом организаций, в том числе и потребительской кооперации [6, с. 16].

Необходимость и возможность применения методологии креативного менеджмента в управлении потребительской кооперации в условиях неопределенности и кризисных ситуаций предопределяется тем, что она позволяет решать ключевые проблемы современного управления, а именно разработки:

- оригинальных, нестандартных, не копируемых управленческих нововведений;

- инновационных поведенческих стратегий и системы оригинальных тактических мероприятий;

- концепций новых оригинальных инновационных продуктов и организационно-экономических механизмов их продвижения на рынок;

- эффективных оперативных решений в условиях неопределенности кризисных ситуаций;

- инновационных учебных программ креативной подготовки персонала в системе управления потребительскими кооперативами [3].

Заключение

В соответствии с концепцией развития предполагается осуществить дальнейшую автоматизацию и компьютеризацию предприятий торговой сети «Возрождение».

Все предприятия будут объединены единой базой данных. Использование быстродействующих баз данных «клиент-сервер», разработка собственных программных продуктов даст возможность менеджменту районного потребительского общества создать оригинальный механизм и модель обмена информацией в режиме реального времени.

Внедрение новейших информационно-цифровых, компьютерных и других технологий позволит повысить эффективность управления товароснабжением районного потребительского общества и, в частности, обеспечить:

- информационно-аналитическую поддержку товарных операций (движение товаров от производителя и оптовых поставщиков к розничной торговой сети) и т.п.;

- автоматизацию процесса формирования платежей (входящих и исходящих);

- организацию автоматизированного отслеживания логистики товаров на основе применения компьютеризированных систем контроля информационных потоков, в том числе возврата и брака товаров и т.д.

В соответствии с разработанной программой развития потребительского общества, автоматизация и компьютеризация, внедрение информационно-цифровой техники и технологий в торговые процессы позволит существенно повысить эффективность обмена информацией между различными торговыми подразделениями и предприятиями, а самое главное, объединить все процессы в единую локальную сеть.

Реализация намеченных мероприятий позволит существенно повысить эффективность централизованного управления райпотребсоюзом, существенным образом улучшить результативность реализации инновационной политики. Расчеты показали, что объемы продаж за счет намеченных мероприятий могут увеличиться на 20–25 процентов, а увеличение прибыли – в два с половиной раза.

Список использованной литературы

1. *Ванюрихин Г.И.* Креативный менеджмент. Творческие подходы к поиску управленческих решений: учеб.-практ. пособие / Г.И. Ванюрихин, МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: Макс Пресс, 2007. – 128 с.

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. *Ковалев А.М.* Сущность и особенности систем креативного менеджмента на промышленных предприятиях // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 73. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-osobennosti-sistem-kreativnogo-menedzhmenta-na-promyshlennyh-predpriyatiyah>.

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-setevoy-podhod> (дата обращения: 08.11.2020).

6. *Степанов А.А., Савина М.В., Степанов И.А. и др.* Креативный менеджмент: учебник. 4-е изд., перераб. и доп. / под ред. А.А. Степанова, М.В. Савиной. – М., 2020.

7. Степанов А.А., Савина М.В., Золотарева А.Ф. и др. Реализация государственной политики инноватизации в муниципальных образованиях: монография / под ред. А.А. Степанова, А.Ф. Золотаревой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о» 2020. – 242 с.: ил.
8. 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).
9. Набиева А.Р. Аспекты выхода на внешний рынок сельскохозяйственных кооперативов // Научное обозрение: теория и практика. 2018. № 8. С. 53–61.
10. Набиева А.Р. Методологические подходы при выборе вида деятельности для кооперативов в сельских территориях // Russian Journal of Management. 2019. Т. 7. № 2. С. 61–65.
11. Набиева А.Р. Особенности механизма закупок сельхозпродукции потребкооперацией и методы его регулирования // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2019. № 8. С. 76–81.
12. Предпринимательство в продовольственном обеспечении: Монография/Е.И. Балалова, А.А. Максаев, Н.А. Овчаренко, А.Е. Суглобов, А.В. Ткач. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2019. – 244 с.
13. Набиева А.Р. Теоретические основы и современные тренды развития Российской кооперации // Вопросы региональной экономики. 2019. № 3 (40). С. 73–79.
14. Виноградова М.В., Каурова О.В., Малолетко А.Н., Ларионова А.А., Мухоморова И.В., Поворина Е.В., Сулова И.А., Шлапак В.С., Юманова О.С. Менеджмент в сервисе: учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. 248 с.
15. Каурова О.В., Малолетко А.Н., Ткач А.В. Место и роль потребительской кооперации в обеспечении продовольственной безопасности регионов России // Вестник Российского университета кооперации, Научно-теоретический журнал. № 2(40). 2020. С. 51–61.
16. Малолетко А.Н., Каурова О.В., Крюкова Е.М., Юхин К.Е. Роль и значение современных медиасредств в маркетинговых коммуникациях // Ученые записки Российского государственного социального университета. № 3 (125). 2014. С. 96–103.
17. Ткач А.В., Малолетко А.Н. Предпринимательство в системе потребительской кооперации России (региональный аспект) // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2020. № 3. С. 24–34.

References:

1. Vanyurikhin G.I. Kreativnyj menedzhment. Tvorcheskie podkhody k po-isku upravlencheskikh reshenij: ucheb.-prakt. posobie / G.I. Vanyurikhin, MGU im. M.V. Lomonosova. – М.: Maks Press, 2007. – 128 s.
2. Gubin V.V., Stepanov A.A., Savina M.V. i dr. Sotsial'no-ehkonomicheskaya transformatsiya sistemy potrebitel'skoj kooperatsii i pro-blemy ee razvitiya na ehtape stanovleniya postindustrial'noj ehkonomiki. – М.: ООО «Izdatel'skij dom TSentrosoyuza», 2013. – S. 60–111.
3. Kovalev A.M. Sushhnost' i osobennosti sistem kreativnogo menedzhmenta na promyshlennykh predpriyatiyakh // Upravlenie ehkonomicheskimi sistemami: ehlektronnyj nauchnyj zhurnal. 2015. № 73. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-osobennosti-sistem-kreativnogo-menedzhmenta-na-promyshlennykh-predpriyatiyah>.
4. Kurlaev A.M. EHlektronnaya kooperatsiya kak innovatsionnoe napravlenie kooperativnogo dvizheniya / A.M. Kurlaev. – Tekst: neposredstvennyj // Aktual'nye voprosy ehkonomiki i upravleniya: materialy VII Mezhdunar. nauch. konf. (g. Sankt-Peterburg, aprel' 2019 g.). – Sankt-Peterburg: Svoe izdatel'stvo, 2019. – S. 1–3. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/329/14914/> (data obrashheniya: 05.11.2020).
5. Kurochkina A.A., Murav'eva K.A. Mesto innovatsij v sisteme potrebitel'skoj kooperatsii: setevoy podkhod // Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. EHkonomicheskie nauki. 2011. №3 (125). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-innovatsiy-v-sisteme-potrebitelskoy-kooperatsii-setevoy-podhod> (data obrashheniya: 08.11.2020).
6. Stepanov A.A., Savina M.V., Stepanov I.A. i dr. Kreativnyj menedzhment: uchebnik. 4-e izd., pererab. i dop. / pod red. A.A. Stepanova, M.V. Savinoy. – М., 2020.

7. *Stepanov A.A., Savina M.V., Zolotareva A.F. i dr.* Realizatsiya gosudarstvennoj politiki innovatizatsii v munitsipal'nykh obrazovaniyakh: monografiya / pod red. A.A. Stepanova, A.F. Zolotarevoj. – M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i Ko» 2020. – 242 s.: il.

8. *Tkach A.V.* Tendentsii i perspektivy razvitiya sel'skokhozyajstvennoj kooperatsii v Rossii [Tekst] = Trends and prospects of development of agricultural cooperation in Russia / A. V. Tkach, A.V. Cherevko // APK: ehkonomika, upravlenie. 2017. № 1. S. 42–49 : tabl. – (Formy khozyajstvovaniya v rynochnoj ehkonomie).

9. *Nabieva A.R.* Aspekty vykhoda na vneshnij rynek sel'skokhozyajstvennykh kooperativov // Nauchnoe obozrenie: teoriya i praktika. 2018. № 8. S. 53–61.

10. *Nabieva A.R.* Metodologicheskie podkhody pri vybore vida deyatel'nosti dlya kooperativov v sel'skikh territoriyakh // Russian Journal of Management. 2019. T. 7. № 2. S. 61–65.

11. *Nabieva A.R.* Osobennosti mekhanizma zakupok sel'khozproduksii po-trebkooperatsiej i metody ego regulirovaniya // EHkonomika sel'skokhozyajstvennykh i pererabatyvayushhikh predpriyatij. 2019. № 8. S. 76–81.

12. Predprinimatel'stvo v prodovol'stvennom obespechenii: Monografiya/E.I. Balalova, A.A. Maksaev, N.A. Ovcharenko, A.E. Suglobov, A.V. Tkach. – M.: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i Ko», 2019. – 244 s.

13. *Nabieva A.R.* Teoreticheskie osnovy i sovremennye trendy razvitiya Rossijskoj kooperatsii // Voprosy regional'noj ehkonomiki. 2019. № 3 (40). S. 73–79.

14. *Vinogradova M.V., Kaurova O.V., Maloletko A.N., Larionova A.A., Mukhomorova I.V., Povorina E.V., Suslova I.A., SHlapak V.S., YUmanova O.S.* Menedzhment v servise: uchebnoe posobie. – M.: KnoRus, 2016. 248 s.

15. *Kaurova O.V., Maloletko A.N., Tkach A.V.* Mesto i rol' potrebitel'skoj kooperatsii v obespechenii prodovol'stvennoj bezopasnosti regionov Rossii // Vestnik Rossijskogo universiteta kooperatsii, Nauchno-teoreticheskij zhurnal. № 2(40). 2020. S. 51–61.

16. *Maloletko A.N., Kaurova O.V., Kryukova E.M., YUkhin K.E.* Rol' i znachenie sovremennykh mediasredstv v marketingovykh kommunikatsiyakh // Uchenye zapiski Rossijskogo gosudarstvennogo sotsial'nogo universiteta. № 3 (125). 2014. S. 96–103.

17. *Tkach A.V., Maloletko A.N.* Predprinimatel'stvo v sisteme potrebi-tel'skoj kooperatsii Rossii (regional'nyj aspekt) // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomiki. 2020. № 3. S. 24–34.

Материал поступил в редакцию: 12.11.2020.