

УДК 334.735:303.4

DOI: 10.18799/26584956/2024/2/1746

Шифр специальности ВАК: 5.4.7

Особенности развития потребительской кооперации в РФ: роль информационного обеспечения

Н.В. Медведева[✉]

Российский государственный социальный университет, Россия, г. Москва

[✉] medvedevanv@rgsu.net

Аннотация. *Актуальность:* в условиях экономического давления и введения антироссийских санкций у потребительской кооперации есть все предпосылки для расширения деятельности в сфере продовольственного обеспечения. При этом наблюдается ситуация, при которой население не всегда осознает и понимает роль потребительской кооперации в развитии страны в новых экономических условиях, а государство недооценивает значимость потребительской кооперации в снабжении населения продовольствием и оказании социальных услуг. Потенциал потребительской кооперации остается невостребованным. *Цель:* определение уровня знаний граждан о потребительской кооперации с учетом региональной дифференциации. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что от уровня осведомленности населения о потребительской кооперации зависит готовность граждан принимать в ней участие. *Методы:* методы обобщения, анализа документов, сравнительного анализа, анкетный опрос населения (ключевой метод). *Результаты:* выявлена степень осведомленности населения о потребительской кооперации, а также определены приоритетные источники получения информации о ней. *Вывод:* в настоящее время наблюдается средний уровень информированности граждан РФ о потребительской кооперации. Лишь около половины опрошенных осведомлены о данном понятии. Была выявлена зависимость между уровнем знаний респондентов о потребительской кооперации и их желанием принять участие в подобных практиках. Основными источниками получения информации о ней являются официальные СМИ, официальные порталы Центросоюза, социальные сети/цифровые сообщества субъектов потребительской кооперации, а также информационные и новостные порталы, содержащие новости района.

Ключевые слова: потребительская кооперация, потребительский кооператив, сотрудничество, информация, хозяйственная деятельность

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта 01-04/533 по теме «Роль потребительской кооперации Российской Федерации в новых экономических условиях, в том числе, в условиях внешних санкций» (Российский университет кооперации).

Для цитирования: Медведева Н.В. Особенности развития потребительской кооперации в РФ: роль информационного обеспечения // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2024. – Т. 52. – № 2. – С. 1–12. DOI: 10.18799/26584956/2024/2/1746

УДК 334.735:303.4

DOI: 10.18799/26584956/2024/2/1746

Features of consumer cooperation development in the Russian Federation: the role of information support

N.V. Medvedeva✉

Russian State Social University, Moscow, Russian Federation

✉ medvedevanv@rgsu.net

Abstract. Relevance. In conditions of economic pressure and introduction of anti-Russian sanctions, consumer cooperation has all the prerequisites for expanding activities in the food supply sector. At the same time, there is a situation in which the population does not always realize and understand the role of consumer cooperation in the development of the country in the new economic conditions, and the state underestimates the importance of consumer cooperation in supplying the population with food and providing social services. The potential of consumer cooperation remains unclaimed. **Aim.** To identify the level of knowledge of citizens about consumer cooperation, taking into account regional differentiation. The hypothesis of the study is the assumption that the level of awareness of the population about consumer cooperation depends on the willingness of citizens to take part in it. **Methods.** Methods of generalization, document analysis, comparative analysis. The key research method was a questionnaire survey of the population. **Results.** Based on the results of an all-Russian study, the degree of awareness of the population about consumer cooperation was identified, and priority sources for obtaining information about it were identified. The data obtained from the survey allowed us to conclude that currently there is an average level of awareness of Russian citizens about consumer cooperation: only about half of the respondents are aware of this concept. The author has identified the relationship between the respondents' level of knowledge about consumer cooperation and their desire to take part in such practices. The main sources for respondents to obtain information about it are the official media, official portals of the Central Union, social networks/digital communities of consumer cooperation entities, as well as information and news portals containing news from the region.

Keywords: consumer cooperation, consumer cooperative, cooperation, information, economic activity

Acknowledgements: The research was carried out at the expense of grant 01-04/533 on the topic "The role of consumer cooperation in the Russian Federation in new economic conditions, including in the context of external sanctions" (Russian University of Cooperation).

For citation: Medvedeva N. Features of consumer cooperation development in the Russian Federation: the role of information support. *Journal of Wellbeing Technologies*, 2024, vol. 52, no. 2, pp. 1–12. DOI: 10.18799/26584956/2024/2/1746

Введение

Потребительская кооперация предполагает объединение потребителей для осуществления совместной хозяйственной деятельности по оказанию различных социальных услуг и производству необходимой продукции.

В настоящее время в России наблюдается достаточно широкий охват организаций потребительской кооперации – 2300 потребительских обществ в 71 субъекте РФ, которые принимают участие в жизнеобеспечении жителей 89 000 населенных пунктов. При этом в 54 000 поселениях потребительская кооперация является единственным источником получения жизненно важных товаров и услуг, так как там проживает менее 100 человек [1].

Главным звеном в системе потребительской кооперации выступает потребительский кооператив как объединение граждан или организаций для достижения каких-либо общих целей, существующих не для получения максимальной прибыли от торговли, а для увеличения благосостояния каждого члена кооператива. Разнообразие видов деятельности потребительских кооперативов позволяет создавать отраслевые кластеры или имущественные комплексы, использовать возможности для реализации проектов в различных отраслях хозяйства. Новая кооперация должна быть основана на новых принципах управления и организации труда, обладать инновационным потенциалом и аккумулировать ресурсы физических, юридических лиц индивидуальных предпринимателей [2].

В связи с этим важным аспектом для поиска направлений развития потребительской кооперации является оценка населением системы потребительской кооперации в Российской Федерации.

Научный обзор

Потребительскую кооперацию можно рассматривать как низовое звено самоуправления, основанное на принципах самоорганизации и позволяющее объединяться для достижения определенных целей. Об этом свидетельствует трактование данного понятия, раскрытое в федеральном законе от 19.06.1992 № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (как «система организаций потребительской кооперации, созданных в целях удовлетворения материальных и иных потребностей их членов») [3]. Главным элементом потребительской кооперации выступает потребительский кооператив, который, согласно Гражданскому кодексу РФ, представляет собой «основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов» [4].

Определение роли потребительской кооперации в развитии территории и общества являются предметом исследования различных ученых. Д.Ю. Рабейкиной и М.Ф. Фридман особо подчеркивается социальная направленность потребительской кооперации «в различных сферах жизни общества, в решении социально-бытовых проблем и снижении социальной напряженности». [5, с. 25]. О.А. Моисеева выделяет роль потребительской кооперации в «пространственном развитии страны, повышении конкурентоспособности национальных экономик и геополитической устойчивости» [6, с. 479]. Е.Г. Решетникова в своей работе акцентирует внимание на необходимости кооперации крупных ритейлов с представителями малого и среднего бизнеса, но при создании жизнеспособных сбытовых кооперативов и усиления институциональной составляющей государственной поддержки [7].

По мнению Н.С. Гужвиной, «потребительская кооперация является необходимым условием обеспечения международного сотрудничества и действенным механизмом осуществления интеграционных процессов» [8]. Важная роль интеграционных процессов в системе потребительской кооперации отмечается и международными исследователями. Так, в работах Arshad Umer, Jun Tang, Xue Jiang, Yan, Wang анализируется пример сотрудничества в сфере сельского хозяйства рамках Китайско-Пакистанского экономического коридора (СРЕС). При этом авторы подчеркивают, что, несмотря на существующие политические риски, низкую конкурентоспособность предприятий, ограниченный обмен информацией, существует большой преобразующий потенциал сельскохозяйственного партнерства [9]. На необходимость обеспечения устойчивости проектов международной кооперации в сфере сельского хозяйства для развития страны указывают Kim Soyoen, Jeong Ahn-Seong [10]. По мнению Dureng Baoyin, роль кооперации между странами (на основе исследования сотрудничества Китая и Монголии) заключается в сокращении масштабов нищеты, повышения продовольственной безопасности, росте сельскохозяйственной экономики [11].

Особая роль принадлежит потребительской кооперации в повышении социально-экономической устойчивости регионов. В статье А.А. Кудрявцева, А.Д. Урядова выделяется высокая зависимость функционирования системы кооперации от финансовой поддержки государства в форме грантов на развитие материально-технической базы кооперативов в Пензенской области. Ими отмечается, что данная мера фактически является единственным стимулом создания и (или) расширения масштабов деятельности кооперативов [12]. В работе А.Р. Набиевой, Р.Р. Минниханова установлено место личных подсобных хозяйств и крестьянских (фермерских) хозяйств в наполнении продовольственных ресурсов во взаимодействии с потребительской кооперацией в Татарстане [13]. Е.А. Плехановой, В.М. Володиным, И.В. Волгиной отмечается вклад потребительской кооперации в формирование оборота розничной торговли Республики Мордовия [14].

В России традиционно потребительская кооперация имела большое значение для развития сельских территорий и АПК. В условиях импортозамещения и экономических санкций она приобретает новые возможности для модернизации аграрного сектора и сельской инфраструктуры. По мнению С.А. Пестрикова, С.А. Черниковой, сегодня необходима новая институциональная парадигма развития сельскохозяйственной кооперации – экосистемная, которая должна базироваться на передовых методах управления самоорганизующихся и саморазвивающихся процессов умной кооперации [15]. Как отмечают в своих работах В.Я. Ахметов, Ф.В. Матинова, одним из перспективных направлений диверсификации и кластеризации экономики депрессивных и дотационных сельских территорий может выступать межмуниципальная и межрегиональная кооперация в сфере этнического предпринимательства [16]. В статье А.А. Максаева и А.В. Ткач подчеркивается необходимость более активного и полного использования имеющихся ресурсов и сети кооперативных заготовительных контор, приемных пунктов потребительских обществ Центросоюза России в субъектах РФ для расширения рынка продовольствия. При этом особая роль принадлежит кооперативным магазинам в сфере закупок сельскохозяйственной продукции у сельского населения, что позволит улучшить материальное положение жителей сельских территорий [17]. По мнению К.В. Павлова и О.В. Котлячкова, потребительская кооперация – единственная торговая система, снабжающая товарами первой необходимости отдаленные и малонаселенные деревни и выполняющая таким образом важную социальную функцию [18]. В публикациях И.П. Чупиной, Н.Н. Симачковой и др. отмечается, что потребительская кооперация в первую очередь ориентируется на нужды членов своих кооперативов и обслуживаемого населения, развивает новые виды деятельности и способствует занятости и повышению доходов сельского населения [19].

Таким образом, анализ рассмотренных научных публикаций показал, что потенциал и возможности потребительской кооперации огромны. Она играет очень важную роль в социально-экономическом развитии регионов, сельских территорий, агропромышленного комплекса, формировании гражданского общества. В условиях антироссийских санкций и новых экономических условиях потребительская кооперация может способствовать повышению качества жизни населения, особенно аграрных территорий. Но при этом недостаточно изученным остается вопрос понимания и восприятия населением роли потребительской кооперации в развитии территории. Потенциал потребительской кооперации может быть невостребованным в связи с тем, что население не видит новых возможностей и преимуществ, связанных с созданием потребительских кооперативов.

Методология исследования

Целью статьи – выявление уровня знаний граждан о потребительской кооперации с учетом региональной дифференциации.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что от уровня осведомленности населения о потребительской кооперации зависит готовность граждан принимать в ней

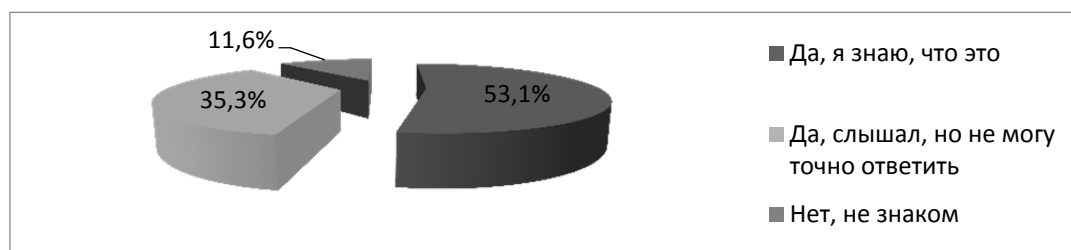
участие. Соответственно, чем выше уровень знаний о потребительской кооперации, тем больше вероятность повышения участия граждан в ней. Можно также предположить, что жители традиционно аграрных регионов больше знакомы с понятием потребительской кооперации. В связи с этим становится необходимым исследование таких аспектов, как уровень осведомленности граждан о потребительской кооперации с учетом региональной специфики и выявление приоритетных каналов информирования по данному вопросу.

Для подтверждения гипотезы и решения поставленных задач были использованы методы обобщения, анализа документов, сравнительного анализа. Ключевым методом исследования выступил анкетный опрос населения, проведенный в 2022 г., на тему «Роль потребительской кооперации Российской Федерации в новых экономических условиях, в том числе, в условиях внешних санкций» (при участии автора). Объем выборочной совокупности составил 4422 респондента, репрезентирующих взрослое население страны в возрасте 18 лет и старше, в разбивке по возрастным когортам: 18–29 лет – 1201 (27,1 %); 30–44 года – 1166 (26,4 %); 45–54 года – 644 (14,6 %); 55–64 года – 714 (16,1 %); 65 лет и старше – 689 (15,6 %).

Репрезентативность социологической информации обеспечивалась использованием модели многоступенчатой районированной выборки с квотным отбором единиц наблюдения (респондентов) на последней ступени. На первой ступени в рамках этой выборки районирование осуществлялось по федеральным округам Российской Федерации. Вторая ступень выборки включала выделение типичных субъектов РФ в составе каждого федерального округа. Третья ступень выборки: внутри субъектов РФ осуществлялось дальнейшее районирование по городским и сельским типам поселениям [20].

Результаты

Результаты проведенного исследования позволяют отметить средний уровень информированности граждан РФ о том, что такое «потребительская кооперация». Только каждый второй респондент (всего 53,1 %) знаком с данным термином. При этом 35,3 % опрошенных что-то слышали, но не могут точно ответить, что скрывается за «потребительской кооперацией». И практически каждый десятый (всего 11,6 %) гражданин не знаком с данным понятием (рис. 1). Существенных различий в ответах респондентов в зависимости от социально-демографических характеристик не наблюдалось. Большую осведомленность (54,6 %) по данному вопросу проявили жители городов (для сравнения: жители сел 48 %). При этом стоит отметить, что в первую очередь именно сельских жителей необходимо обеспечивать информацией о возможностях потребительской кооперации, так как потенциал сельских территорий значительно выше для ее развития.

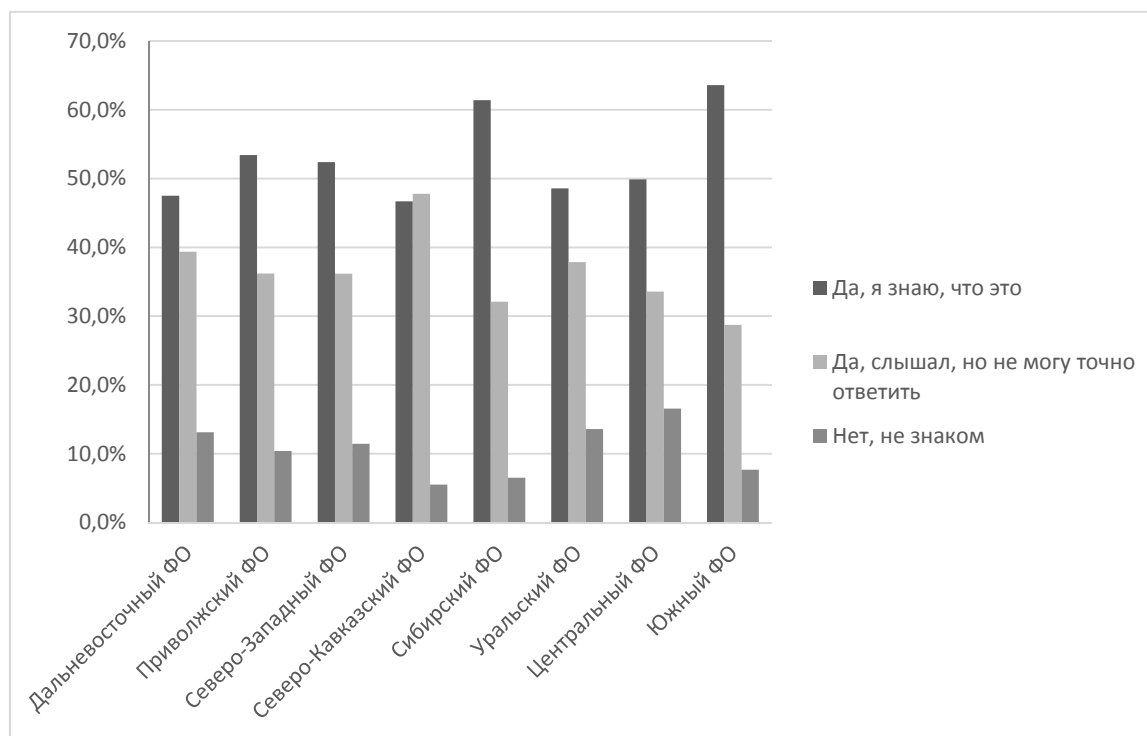


Источник: составлено автором.
Source: compiled by the author.

Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Знакомы ли Вы с термином “потребительская кооперация”?»

Fig. 1. Distribution of answers to the question: “Are you familiar with the term “consumer cooperation”?”

При анализе степени информированности жителей различных федеральных округов о потребительской кооперации были получены следующие результаты. Уровень осведомленности у респондентов из Южного и Сибирского федеральных округов несколько выше и составляет более 60 %. Наименее слабые знания по данному вопросу продемонстрировали жители Дальневосточного и Северо-Кавказского федеральных округов (47,5 и 46,7 % соответственно) (рис. 2).



Источник: составлено автором.
Source: compiled by the author.

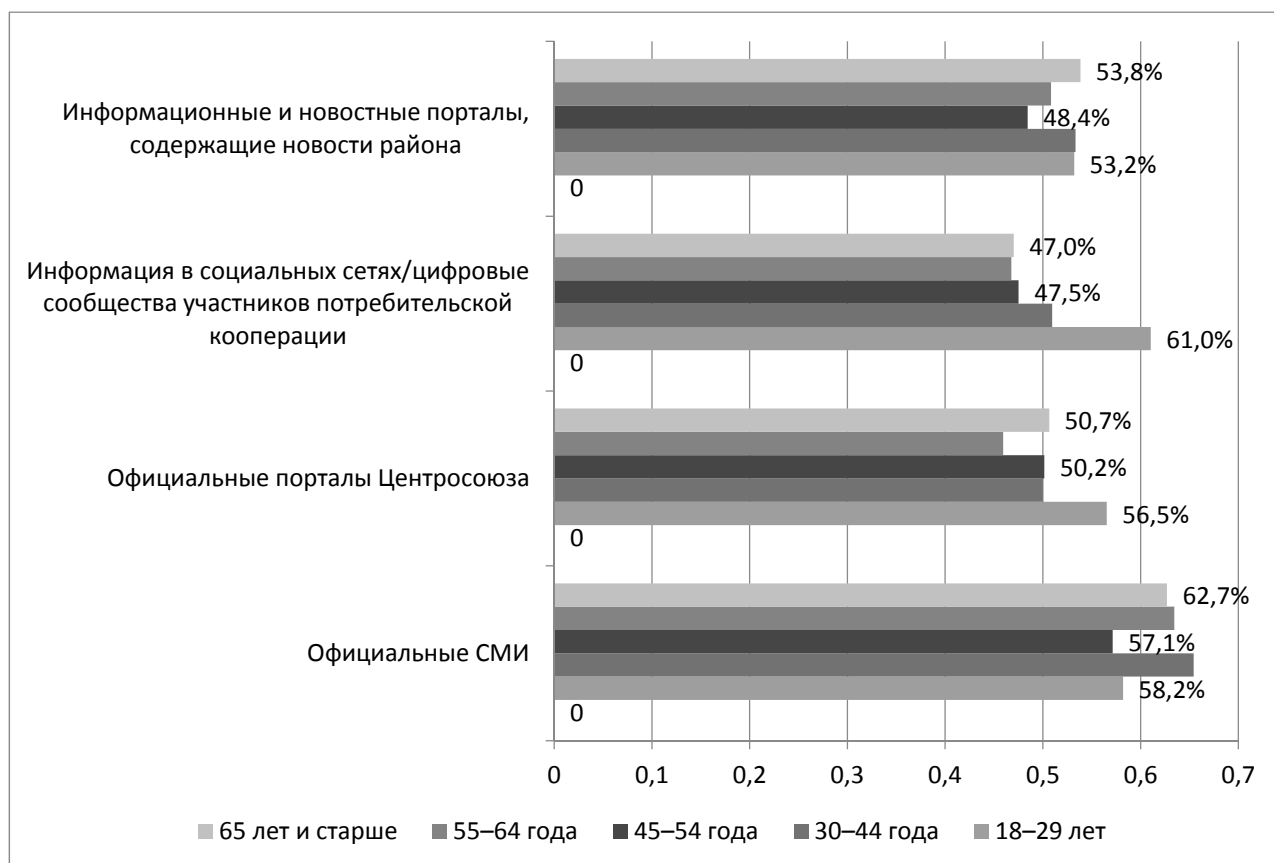
Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Знакомы ли Вы с термином «потребительская кооперация?»» (федеральные округа)

Fig. 2. Distribution of answers to the question: "Are you familiar with the term "consumer cooperation?" (federal districts)

Анализ результатов в различных субъектах РФ показал, что уровень знаний о потребительской кооперации наиболее высокий в таких регионах, как Краснодарский край (77,7 %), Самарская область (66,7 %) и Республика Чувашия (64,7 %), что значительно превышает среднее значение по стране. При этом в Самарской области отсутствуют респонденты, не знакомые с потребительской кооперацией, что свидетельствует об очень высоком уровне информирования населения региона по данному вопросу. Низкая осведомленность о потребительской кооперации наблюдается в таких субъектах РФ, как Республика Крым (34,8 %), Республика Марий Эл (37,5 %).

Данные проведенного опроса свидетельствуют о том, что информацию о потребительской кооперации большинство респондентов получают из официальных СМИ (61,5 %), с официальных порталов Центросоюза (51,2 %), социальных сетей/цифровых сообществ участников потребительской кооперации (51,9 %), а также из информационных и новостных порталов, содержащих новости района (52,2 %).

При этом традиционно информация в социальных сетях/цифровые сообщества субъектов потребительской кооперации более востребована среди респондентов в возрасте 18–29 лет (61 %) и наименее среди лиц пенсионного возраста (47 %), для которых официальные СМИ являются предпочтительным источником информации (рис. 3).



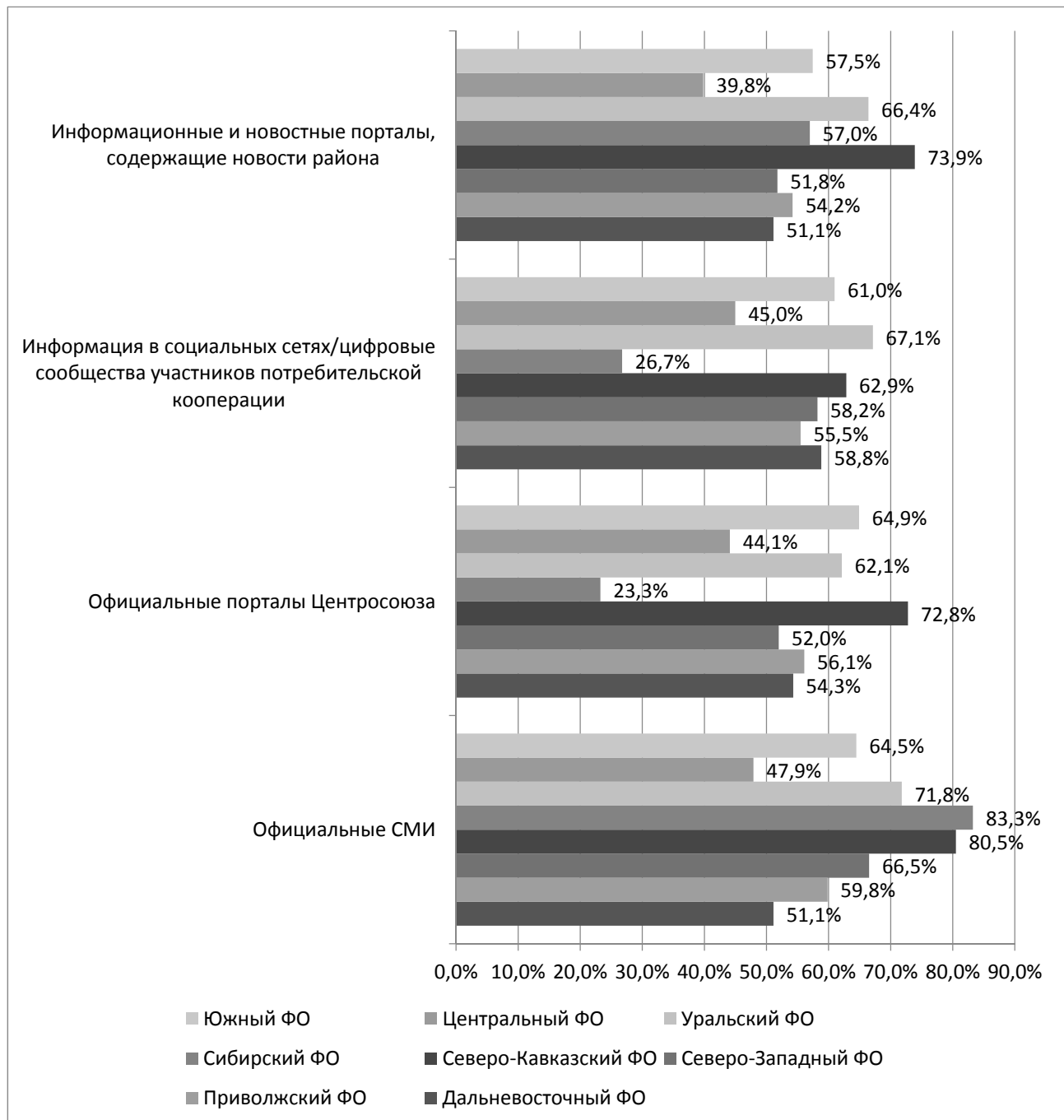
Источник: составлено автором.
Source: compiled by the author.

Рис. 3. Распределение ответа «Да» на вопрос «Встречали ли Вы информацию о потребительской кооперации в следующих источниках?»
Fig. 3. Distribution of the answer "Yes" to the question "Have you seen information about consumer cooperation in the following sources?"

В разрезе федеральных округов мнения респондентов о приоритетных для них источниках получения информации о потребительской кооперации дифференцированы. В частности, официальные СМИ более востребованы среди жителей таких федеральных округов, как Северо-Кавказский и Сибирский, а официальный портал Центросоюза – среди жителей Уральского и Южного федеральных округов. Социальные сети и цифровые сообщества участников потребительской кооперации, а также информационные и новостные порталы, содержащие новости района, являются популярными источниками получения информации среди жителей Уральского, Северо-Кавказского и Южного федеральных округов.

Также стоит отметить, что большинство жителей Центрального федерального округа не встречали информации о потребительской кооперации ни в одном из перечисленных источников, а жители Сибирского федерального округа практически не получали ее с официальных порталов Центросоюза и из социальных сетей/цифровых сообществ участников потребительской кооперации. Следовательно, именно в данных федеральных округах наблюдается

достаточно низкий уровень популяризации потребительской кооперации, недостаточно внимания уделяется информированию жителей о ее возможностях и перспективах развития (рис. 4).



Источник: составлено автором.
Source: compiled by the author.

Рис. 4. Распределение ответа «Да» на вопрос «Встречали ли Вы информацию о потребительской кооперации в следующих источниках?» (федеральные округа)

Fig. 4. Distribution of the answer "Yes" to the question "Have you seen information about consumer cooperation in the following sources?" (federal districts)

Среди российских регионов, большинство жителей которых встречали информацию о потребительской кооперации во всех представленных источниках, следует выделить Краснодарский край, Республику Башкортостан, Саратовскую область, Ставропольский край и Челябинскую область. При этом есть субъекты РФ, где наибольшая доля респондентов не знакома с информацией о потребительской кооперации: Москва, Московская область, Смоленская область и Республика Крым. Средний уровень популяризации потребительской кооперации наблюдается на информационных и новостных порталах, содержащих новости района в таких регионах, как Республика Марий Эл, Мордовия, Удмуртия, Самарская и Смоленские области.

В результате проведенного анализа было выявлено, что среди тех, кто знаком с основами потребительской кооперации, доля желающих организовать или стать членом потребительского кооператива значительно выше (76,7 %, что на 23 пункта выше среднего значения по РФ). Наблюдается корреляционная зависимость между знаниями в рассматриваемой области и желанием респондентов принять участие в практиках потребительской кооперации. Соответственно, чем выше будет уровень информирования граждан о потребительской кооперации, тем больше доля тех, кто готов стать членом потребительского кооператива.

Обсуждение

Результаты проведенного исследования позволили определить, что в настоящее время наблюдается средний уровень информированности граждан РФ о потребительской кооперации: лишь около половины опрошенных осведомлены о данном понятии. Была выявлена зависимость между уровнем знаний респондентов о потребительской кооперации и их желанием принять участие в практиках потребительской кооперации. Соответственно, увеличение количества членов потребительских кооперативов возможно посредством усиления информационной политики в сфере потребительской кооперации. Наиболее слабые знания по данному вопросу продемонстрировали жители Центрального, Уральского и Дальневосточного федеральных округов. В связи с этим особого внимания требуют именно данные территории в рамках проведения мероприятий, направленных на разъяснение основ деятельности и популяризацию возможностей потребительских кооперативов.

Органам власти при осуществлении региональной политики необходимо активнее заниматься популяризацией потребительской кооперации с помощью таких источников получения информации, как официальные СМИ, официальные порталы Центросоюза, социальные сети/цифровые сообщества участников потребительской кооперации, а также информационные и новостные порталы, содержащие новости района. Согласно данным проведенного исследования, приоритетным источником являются официальные СМИ, поэтому особое внимание при наполнении информационного контента региональных публикаций и телевидения необходимо уделять вопросам развития потребительской кооперации, практикам создания потребительских кооперативов, демонстрации положительного опыта участия населения в них. В современных условиях приоритетными каналами информирования также становятся социальные сети и цифровые сообщества субъектов потребительской кооперации. В этой связи представители потребительских кооперативов, наряду с органами власти, с помощью различных информационных технологий должны обмениваться опытом, демонстрировать успехи в своей деятельности, чтобы привлекать новых участников. Таким образом, гипотезы подтвердились: наблюдается зависимость между уровнем знаний граждан о потребительской кооперации и готовностью принять в ней участие. При этом жители регионов Южного федерального округа (где преобладают территории с высоким уровнем развития АПК) имеют обширные знания в области потребительских коопераций в отличие от жителей других субъектов РФ.

Заключение

В условиях экономического давления и введения антироссийских санкций у потребительской кооперации есть все предпосылки для расширения деятельности в сфере продовольственного обеспечения. Потребительским обществам и их союзам важно оперативно найти новых поставщиков и покупателей готовой продукции, а гражданам должны быть предоставлены все необходимые товары и услуги. При этом наблюдается ситуация, при которой население не всегда осознает и понимает роль потребительской кооперации в развитии территории, а государство недооценивает значимость потребительской кооперации в обеспечении населения продовольствием и оказании социальных услуг. В результате потенциал потребительской кооперации остается невостребованным. Однако усиление информационной политики со стороны органов власти в сфере потребительской кооперации позволит повысить уровень знаний населения в данной сфере. Особенно это важно для сельских территорий, где развитие сельскохозяйственной кооперации может способствовать повышению качеству жизни граждан.

Список литературы

1. География потребкооперации // Официальный сайт Центросоюза. URL: <https://rus.coop/ru/geography/> (дата обращения 10.01.2024).
2. Шнипыц И.В. Потребительская кооперация в свете реализации национальных проектов и стратегического развития России в период до 2024 года. – Ижевск: Бизнес Стандарт, 2020. – 22 с.
3. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации: федер. закон № 3085-1 от 19 июня 1992 г. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/ (дата обращения 12.01.2024).
4. Гражданский кодекс РФ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения 12.01.2024).
5. Рабейкин Д.Ю., Фридман М.Ф. Теоретико-правовое обоснование роли потребительской кооперации в развитии гражданского общества // Закон и право. – 2024. – № 1. – С. 25–28. DOI: 10.24412/2073-3313-2024-1-25-28.
6. Моисеева О.А. Роль кооперации в пространственном развитии аграрного сектора России и стран ЕАЭС // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2022. – Т. 65. – № 5 (389). – С. 479–483. DOI: 10.55186/25876740_2022_65_5_479.
7. Решетникова Е.Г. Трансформация направлений реализации продовольственной продукции в условиях современных вызовов // Московский экономический журнал. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-napravleniy-realizatsii-prodovolstvennoy-produktsii-v-usloviyah-sovremennyh-vyzovov> (дата обращения 12.01.2024). DOI: 10.55186/2413046X_2023_8_2_68.
8. Гужвина Н.С. Роль потребительской кооперации в стабилизации рыночной экономики // Научный альманах. – 2016. – № 1-1 (15). – С. 75–77. DOI: 10.17117/na.2016.01.01.075.
9. Transformative potential: a comprehensive analysis of China-Pakistan agricultural cooperation under CPEC / Arshad Umer, Jun Tang, Xue Jiang, Yan Wang // Journal of Peace and Diplomacy. – 2023. – Vol. 4. – P. 28–60. DOI: <https://doi.org/10.59111/JPD.004.01.042>.
10. Kim Soyoen, Jeong Ahn-Seong. Priority analysis of sustainability influencing factors of international agricultural development cooperation project in Uganda // Korea Association of International Development and Cooperation. – 2023. – Vol. 15. – P. 81–96. DOI: <https://doi.org/10.32580/idcr.2023.15.3.81>.
11. Dureng Baoyin. Risk identification from the perspective of south-south cooperation –evidence from China and Mongolia agricultural technology cooperation // Journal of Social Sciences and Economics. – 2022. – Vol. 1. – P. 32–39. DOI: <https://doi.org/10.61363/jsse.v1i1.35>.
12. Кудрявцев А.А., Урядов А.Д. Развитие сельскохозяйственных потребительских кооперативов в Пензенской области // International agricultural journal. – 2023. – № 3. – С. 771–787. DOI: 10.55186/25876740_2023_7_3_21.
13. Набиева А.Р., Минниханов Р.Р. Хозяйства населения Республики Татарстан в системе продовольственного обеспечения // Вестник Российского университета кооперации. – 2023. – № 3 (53). – С. 60–68.
14. Плеханова Е.А., Володин В.М., Волгина И.В. Современные тенденции развития отраслей деятельности системы потребительской кооперации Республики Мордовия // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2017. – № 1 (41). – С. 177–187. DOI: 10.21685/2072-3016-2017-1-18.

15. Пестриков С.А., Черникова С.А. Финансовые инструменты государственной поддержки императивного развития сельскохозяйственных кооперационных структур // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». – 2022. – Вып. 3 (305). – С. 70–80. DOI: 10.53598/2410-3683-2022-3-305-70-80.
16. Ахметов В.Я., Матинова Ф.В. Межмуниципальная и межрегиональная кооперация и ее роль в развитии этнического предпринимательства в сельской местности // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». – 2022. – Т. 32. – Вып. 6. – С. 961–968. DOI: <https://doi.org/10.35634/2412-9593-2022-32-6-961-968>.
17. Максаев А.А., Ткач А.В. Основные направления экономической деятельности по потребительской кооперации в инфраструктуре продовольственного рынка на уровне субъектов РФ // Вестник Российского университета кооперации. – 2019. – № 3 (37). – С. 69–78.
18. Павлов К.В., Котлячков О.В. Основные направления и перспективы инновационного развития потребительской кооперации: региональный аспект // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2017. – № 4. – С. 40–50.
19. Принципы демократического управления в системе потребительской кооперации / И.П. Чупина, Н.Н. Симачкова, Е.В. Зарубина, Л.А. Журавлева, А.В. Ручкин // *International agricultural journal*. – 2023. – № 1. – С. 224–235. DOI: 10.55186/25876740_2023_7_1_17.
20. Проведение научно-исследовательской работы – репрезентативного социологического исследования, а также дополнительного целевого опроса жителей отдельных субъектов РФ по квотной выборке по теме «Роль потребительской кооперации Российской Федерации в новых экономических условиях, в том числе, в условиях внешних санкций». URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49179863&ysclid=ls0akxfgdu969525724> (дата обращения 12.01.2024).

Информация об авторах

Медведева Наталия Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры современного государственного и муниципального управления факультета экономики и управления Российского государственного социального университета, Россия, 129226, г. Москва, ул. В. Пика, 4, стр. 1; medvedevanv@rgsu.net

Поступила в редакцию: 18.04.2024

Поступила после рецензирования: 23.05.2024

Принята к публикации: 30.06.2024

REFERENCES

1. Geography of consumer cooperation. *Official website of the Central Union*. (In Russ.) Available at: <https://rus.coop/ru/geography/> (accessed 10 January 2024).
2. Shipitsyn I.V. *Consumer cooperation in the light of the implementation of national projects and strategic development of Russia in the period until 2024*. Izhevsk, Business Standard Publ., 2020. 22 p. (In Russ.)
3. *On consumer cooperation (consumer societies, their unions) in the Russian Federation*. Federal Law no. 3085-1 dated June 19, 1992. (In Russ.) Available at: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/ (accessed 12 January 2024).
4. *Civil Code of the Russian Federation*. (In Russ.) Available at: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (accessed 12 January 2024).
5. Rabeykin D.Yu., Friedman M.F. Theoretical and legal substantiation of the role of consumer cooperation in the development of civil society. *Law and legislation*, 2024, no. 1, pp. 25–28. (In Russ.) DOI: 10.24412/2073-3313-2024-1-25-28.
6. Moiseeva O.A. The role of cooperation in the spatial development of the agricultural sector of Russia and countries of the Eurasian economic union. *International Agricultural Journal*, 2022, vol. 65, no. 5 (389), pp. 479–483. (In Russ.) DOI: 10.55186/25876740_2022_65_5_479.
7. Reshetnikova E.G. Transformation of food products sales directions in conditions of modern challenges. *Moscow Economic Journal*. (In Russ.) DOI: 10.55186/2413046X_2023_8_2_68. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-napravleniy-realizatsii-prodovolstvennoy-produktsii-v-usloviyah-sovremennyh-vyzovov> (accessed 12 January 2024).
8. Guzhvina N.S. The role of consumer cooperative in the stabilization of the market economy. *Scientific almanac*, 2016, no. 1-1 (15), pp. 75–77. (In Russ.) DOI: 10.17117/na.2016.01.01.075.

9. Arshad Umer, Jun Tang, Xue Jiang, Yan Wang. Transformative potential: a comprehensive analysis of China-Pakistan agricultural cooperation under CPEC. *Journal of Peace and Diplomacy*, 2023, vol. 4, pp. 28–60. DOI: <https://doi.org/10.59111/JPD.004.01.042>.
10. Kim Soyoen, Jeong Ahn-Seong. Priority analysis of sustainability influencing factors of international agricultural development cooperation project in Uganda. *Korea Association of International Development and Cooperation*, 2023, vol. 15, pp. 81–96. DOI: <https://doi.org/10.32580/idcr.2023.15.3.81>.
11. Dureng Baoyin. Risk identification from the perspective of south-south cooperation –evidence from China and Mongolia agricultural technology cooperation. *Journal of Social Sciences and Economics*, 2022, vol. 1, pp. 32–39. DOI: <https://doi.org/10.61363/jsse.v1i1.35>.
12. Kudryavtsev A.A., Uryadov A.D. Development of agricultural consumer cooperatives in the Penza region. *International agricultural journal*, 2023, no. 3, pp. 771–787. (In Russ.) DOI: [10.55186/25876740_2023_7_3_21](https://doi.org/10.55186/25876740_2023_7_3_21).
13. Nabieva A.R., Minnikhanov R.R. Farms of the population of the Republic of Tatarstan in the food supply system. *Bulletin of the Russian University of Cooperation*, 2023, no. 3 (53), pp. 60–68. (In Russ.)
14. Plekhanova E.A., Volodin V.M., Volgina I.V. Modern development trends of the consumer cooperation system branches in the Republic of Mordovia. *University proceedings. Volga region. Social sciences*, 2017, no. 1 (41), pp. 177–187. (In Russ.) DOI: [10.21685/2072-3016-2017-1-18](https://doi.org/10.21685/2072-3016-2017-1-18).
15. Pestrikov S.A., Chernikova S.A. Financial instruments of state support for imperative development of agricultural cooperative structures. *Bulletin of the Adyghe State University. Series "Economics"*, 2022, no. 3 (305), pp. 70–80. (In Russ.) DOI: [10.53598/2410-3683-2022-3-305-70-80](https://doi.org/10.53598/2410-3683-2022-3-305-70-80).
16. Akhmetov V.Ya., Matinova F.V. Intermunicipal and interregional cooperation and its role in the development of ethnic entrepreneurship in rural areas. *Bulletin of the Udmurt University. The series "Economics and Law"*, 2022, vol. 32, Iss. 6, pp. 961–968. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.35634/2412-9593-2022-32-6-961-968>.
17. Maksaev A.A., Tkach A.V. The main directions of consumer cooperatives economic activity in the infrastructure of the food market at the level of Russia subjects. *Bulletin of the Russian University of Cooperation*, 2019, no. 3 (37), pp. 69–78. (In Russ.)
18. Kotlyachkov O.V., Pavlov K.V. Main directions and prospects of innovative development of consumer cooperation: regional aspect. *Corporate governance and innovative economic development of the North. Bulletin of the Research Center of Corporate Law, Management and Venture Capital of Syktyvkar State University*, 2017, no. 4, pp. 40–50. (In Russ.)
19. Chupina I.P., Zarubina E.V., Simachkova N.N., Zhuravleva L.A., Ruchkin A.V. Principles of democratic governance in the system of consumer cooperation. *International agricultural journal*, 2023, no. 1, pp. 224–235. (In Russ.) DOI: [10.55186/25876740_2023_7_1_17](https://doi.org/10.55186/25876740_2023_7_1_17).
20. *Conducting research work – a representative sociological study, as well as an additional targeted survey of residents of individual constituent entities of the Russian Federation using a quota sample on the topic "The role of consumer cooperation of the Russian Federation in the new economic conditions, including under external sanctions"*. (In Russ.) Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49179863&ysclid=ls0akxfdgu969525724> (accessed 12 January 2024).

Information about the authors

Natalia V. Medvedeva, Cand. Sc., Associate Professor, Russian State Social University, 4, bld. 1, V. Pik street, Moscow, 129226, Russian Federation; medvedevanv@rgsu.net

Received: 18.04.2024

Revised: 23.05.2024

Accepted: 30.06.2024