

РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

DEVELOPMENT OF PUBLIC CATERING AND CONSUMER COOPERATION IN THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CONTEXT OF THE PANDEMIC

***Аннотация.** Актуальность и новизна работы. Предприятия и организации всех сфер деятельности оказывают прямое влияние на развитие экономики страны. Одной из систем, оказывающих непосредственное влияние на экономику РФ, является потребительская кооперация, занимающаяся различными видами деятельности, в состав которых входит общественное питание. Поэтому исследование состояния общественного питания и определение направлений его развития в условиях пандемии весьма актуально.*

***Цель работы.** В процессе исследования состояния общественного питания потребительской кооперации провести его оценку и выявить основные направления развития этой сферы в условиях ограничительных мероприятий, связанных с распространением коронавирусной инфекции.*

***Материалы и методы исследования.** В процессе написания статьи использовались материалы научной и учебной литературы, проанализированы показатели деятельности предприятий питания потребительской кооперации на основе материалов Центросоюза РФ за 2016–2020 гг., применены общенаучные методы исследования, методы анализа, синтеза, индексный, сравнения, системный и т. п.*

***Результаты работы.** Проанализировано состояние сферы общественного питания потребительской кооперации Центросоюза РФ. Выявлено, что в последние годы наблюдается снижение развития этой отрасли. Определены основные направления совершенствования развития сферы общественного питания на основе комплексного подхода в условиях пандемии, что позволит обеспечить выполнение потребительской кооперацией поставленных задач.*

***Abstract.** Relevance and novelty of the work. Enterprises and organizations of all spheres of activity have a direct impact on the development of the country's economy. One of the systems that have a direct impact on the Russian economy is consumer cooperation, which is engaged in various types of activities, which include public catering. Therefore, the study of the state of public catering and determining the directions of its development in the context of a pandemic is very important.*

***he purpose of the work.** In the process of studying the state of public catering of consumer cooperatives, to assess it and identify the main directions of development of this area in the context of restrictive measures related to the spread of coronavirus infection.*

***Дробышева Вера Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и таможенного дела, Российский университет кооперации (г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: vdrobisheva@ruc.su.*

***Vera A. Drobisheva** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Department of Economics and Customs Affairs, Russian University of Cooperation (Mytishchi, Moscow region, Russian Federation).*

Materials and methods of research. In the process of writing the article, we used the materials of scientific and educational literature, analyzed the performance indicators of food enterprises of consumer cooperation based on the materials of the Central Union of the Russian Federation for 2016-2020, applied general scientific research methods, methods of analysis, synthesis, index, comparison, system, etc.

Results of the work. The state of the public catering sector of the consumer cooperation of the Centrosoyuz of the Russian Federation is analyzed. It is revealed that in recent years there has been a decline in the development of this industry. The main directions of improving the development of the public catering sector on the basis of an integrated approach in the context of a pandemic are identified, which will ensure that consumer cooperation fulfills its tasks.

Ключевые слова: *потребительская кооперация, общественное питание, пандемия.*

Keywords: *consumer cooperatives, catering, pandemic.*

Основной задачей разных экономических систем является достижение устойчивого развития экономики страны. Обеспечение населения, как городского, так и сельского, товарами и услугами, повышение его уровня жизни, решение вопросов продовольственной безопасности следует считать одними из важных направлений деятельности государства [6].

Одной из систем, решающей общегосударственные задачи и ведущей одновременно разнообразные виды деятельности, является потребительская кооперация. Вся ее деятельность направлена на развитие, в первую очередь, сельских территорий, обеспечение занятости, улучшение социальной обстановки, жизни сельского населения [8, 9].

Многоотраслевая деятельность потребительской кооперации представлена розничной и оптовой торговлей, производством и заготовками, оказанием различных услуг, а также общественным питанием.

Общественное питание вносит весомый вклад в решение многих проблем. Среди них можно отметить рациональное использование ресурсов продовольствия, предоставление качественного питания, что напрямую влияет на здоровье нации, увеличение свободного времени и его более эффективное использование и т.п.

Общественное питание относится к двум сферам: сфере материального производства и к сфере обслуживания. Особенностью предприятий питания является выполнение ими трех взаимосвязанных функций: производство, реализация и организация потребления произведенной продукции. При этом третья функция проявляется в организации досуга и проведении разнообразных мероприятий для населения.

Общественное питание для потребительской кооперации не является новой сферой деятельности. На протяжении многих лет оно занимает четвертое место после торговой, производственной и закупочной деятельности.

Исследование состояния общественного питания потребительской кооперации за последние годы необходимо и актуально, поскольку выявление различных тенденций позволит разработать направления дальнейшего развития отрасли. При этом важно учитывать события 2020 г., приведшие к значительному ущербу в отрасли из-за распространения коронавирусной инфекции, длительного периода самоизоляции. Волнообразное распространение инфекции, временная неопределенность заболевания ставит задачу поиска возможностей для выживания сферы общественного питания.

Период локдауна негативно отразился на сфере услуг, кризисную ситуацию пережили не все предприятия общественного питания, часть из них закрылись. Функционирующие предприятия столкнулись со снижением покупательской способности, с невозможностью достижения докризисных показателей. Разработка предложений по организации деятельности предприятий общественного питания в условиях пандемии позволит повысить их эффективность и положительно скажется на совокупном объеме деятельности потребительской кооперации.

В последние годы в потребительской кооперации наблюдается снижение количества предприятий общественного питания (табл. 1). В 2016 г. количество всех предприятий общественного питания составило 4700 единиц, а в 2019 г. их численность снизилась на 24% и составила 3579 единиц. Большее снижение харак-

терно для действующих предприятий общественного питания (на 28%), количество которых уменьшилось с 3633 единиц в 2016 г. до 2616 единиц в 2019 г.

В анализируемом периоде проявляется негативная тенденция снижения доли действующих предприятий общественного питания в их общем количестве с 77,3% до 73,1%. Остальные предприятия общественного питания сданы в аренду или закрыты. Аналогичная ситуация характерна и для 2020 г., в течение которого из-за сложившейся ситуации в стране с распространением коронавирусной инфекции было закрыто еще больше предприятий питания (из-за отсутствия отдельных статистических данных в годовом отчете Центросоюза РФ за 2020 г. в таблицах 1, 2, 3 представлена информация по 2019 г.).

Уменьшение количества предприятий общественного питания за анализируемый период повлекло за собой снижение численности занятых в них работников (табл. 2). Так, в 2016 г. в предприятиях общественного питания работало 18831 человек, а в 2019 г. на 28% меньше – 13560 человек. При этом положительно следует оценить увеличение доли работников предприятий общественного питания в общей численности работников всех отраслей деятельности потребительской кооперации на 1 процентный пункт (с 12,2% до 13,2%).

Основными видами предприятий общественного питания потребительской кооперации являются рестораны и кафе, заку-

сочные, столовые, бары, заготовочные предприятия (табл. 3). Количество всех перечисленных предприятий сократилось за анализируемый период. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. общее число действующих в системе потребительской кооперации предприятий общественного питания уменьшилось на 9,6%, а по сравнению с 2016 г. – на 28%.

Наибольшее сокращение характерно для закусочных – на 15,8% и 49,2% за указанный период. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. количество ресторанов и кафе сократилось в меньшей степени (на 3,3%), чем другие типы предприятий общественного питания: бары (на 5,8%), заготовочные предприятия (на 7,8%), столовые (на 10,5%). В 2019 г. по сравнению с 2016 г. наблюдается уменьшение количества баров на 28,3%, ресторанов и кафе на 24,7%, заготовочных предприятий на 23,5%, столовых на 20,8%.

В структуре предприятий общественного питания потребительской кооперации преобладают рестораны и кафе (в 2016 г. – 29,7%, в 2019 г. – 31,0%) и столовые (в 2016 г. – 25,8%, в 2019 г. – 28,3%). Значительно потеряли свои позиции закусочные – их доля составила в 2019 г. 14,3% против 20,2% в 2016 г. Не изменился удельный вес баров – 3,1% в 2016 г. и в 2019 г.

Изменение количества действующих предприятий общественного питания потре-

Таблица 1

Количество предприятий общественного питания потребительской кооперации РФ за 2016–2019 гг.

Годы	Количество предприятий, всего, ед.	Динамика, % к предшествующему году	Количество действующих предприятий, ед.	Динамика, % к предшествующему году	Доля действующих предприятий в их общем количестве, %
2016	4700	100,0	3633	100,0	77,3
2017	4017	85,5	3071	84,5	76,5
2018	3873	96,4	2888	94,0	74,6
2019	3579	92,4	2616	90,6	73,1

Источник: рассчитано автором на основе годовых отчетов Центросоюза РФ [10].

Таблица 2

Численность работников предприятий общественного питания потребительской кооперации РФ за 2016–2019 гг.

Годы	Численность работников, чел.	Динамика, % к предшествующему году	Доля работников предприятий общественного питания в общей численности работников потребительской кооперации, %
2016	18831	100,0	12,2
2017	16118	85,6	12,6
2018	15050	93,4	13,1
2019	13560	90,1	13,2

Источник: рассчитано автором на основе годовых отчетов Центросоюза РФ [10].

бительской кооперации наложило отпечаток на масштабы деятельности (табл. 4). За период с 2016 г. по 2020 г. оборот предприятий общественного питания снизился на 40,3% с 15078 млн. руб. до 9005 млн. руб. В то же время наблюдалось падение совокупных объемов деятельности потребительской кооперации на 24,4% с 240185 млн. руб. до 181622 млн. руб. Отрицательно следует оценить опережающее падение объемов деятельности предприятий общественного питания по сравнению с уменьшением совокупного объема деятельности.

Негативная тенденция характерна для динамики оборота предприятий общественного питания как в действующих, так и в сопоставимых ценах. За анализируемый период только в 2016 г. темп изменения оборота был более 100%, в остальные годы он был ниже 100%, при этом наибольшее уменьшение оборота произошло в 2020 г.

Первая волна заболеваемости коронавирусом привела к значительному сокращению оборота. Период ослабления ограничительных мер привел к повышению востребованности услуг общественного питания, однако необходимость соблюдения мер санитарной безопасности оказало влияние на

уменьшение количества посадочных мест в предприятиях и не дало возможности повысить оборот до необходимого уровня. Вторая волна коронавируса и последовавший запрет на работу в ночное время также не позволили предприятиям общественного питания потребительской кооперации достичь докризисных объемов деятельности.

За анализируемый период наблюдается разнонаправленное изменение доли оборота предприятий общественного питания в совокупном объеме деятельности. Так, в 2016–2018 гг. доля менялась незначительно – 6,3–6,4%, в 2019 г. она выросла до 6,9%, а в 2020 г. произошло резкое падение доли на 1,9 процентных пункта до 5%.

Аналогичная ситуация с динамикой оборота характерна для региональных союзов по округам (табл. 5). В 2020 г. по сравнению с 2016 г. динамика оборота предприятий общественного питания в целом по Центросоюзу РФ составила 59,7%. При этом в Северо-Кавказском и Сибирском округах динамика оборота была ниже сложившейся в системе потребительской кооперации (53,7% и 54,4% соответственно). В то же время в Дальневосточном (78,8%) и Уральском (87,4%)

Таблица 3

Виды действующих предприятий общественного питания потребительской кооперации РФ за 2016–2019 гг.

Виды предприятий общественного питания	Годы				Динамика, %	
	2016	2017	2018	2019	2019 г. к 2018 г.	2019 г. к 2016 г.
Закусочные	734	516	443	373	84,2	50,8
Рестораны и кафе	1079	950	840	812	96,7	75,3
Бары	113	89	86	81	94,2	71,7
Столовые	936	801	828	741	89,5	79,2
Заготовочные предприятия	217	189	180	166	92,2	76,5
Другие предприятия	554	526	511	443	86,7	80,0
Итого	3633	3071	2888	2616	90,6	72,0

Источник: рассчитано автором на основе годовых отчетов Центросоюза РФ [10].

Таблица 4

Оборот предприятий общественного питания потребительской кооперации РФ за 2016–2020 гг.

Годы	Совокупный объем деятельности потребительской кооперации	Оборот предприятий общественного питания	Доля оборота предприятий общественного питания в совокупном объеме деятельности, %	Темп изменения оборота предприятий общественного питания, % к предшествующему году	
				в действующих ценах	в сопоставимых ценах
2016	240185	15078	6,3	105,1	89,7
2017	215605	13782	6,4	91,4	96,1
2018	215934	13685	6,3	99,3	97,3
2019	189648	13011	6,9	95,1	94,7
2020	181622	9005	5,0	69,2	66,7

Источник: рассчитано автором на основе годовых отчетов Центросоюза РФ [10].

округах наблюдается превышение динамики оборота над средней.

За последние два анализируемых года при уменьшении оборота общественного питания на 30,8% в целом по системе потребительской кооперации оборот в Дальневосточном округе снизился на 46,9%. Наименьшее падение оборота характерно для трех округов: Уральского (29,2%), Южного (26,8%), Центрального (26,5%).

Предприятия общественного питания реализуют продукцию собственного производства и покупные товары (табл. 6). При этом за последние пять лет наблюдается увеличение доли выработки собственной продукции в обороте предприятий общественного питания на 7,7 процентных пункта (с 82,6% до 90,3%).

Выработка собственной продукции предприятиями общественного питания имеет тенденцию к снижению на 34,6% с 12435 млн. руб. до 8129 млн. руб. При этом только в 2016 г. и в 2018 г. наблюдалось увеличение динамики выработки, в остальные годы анализируемого периода она не превышала 100%. Значительное снижение выпуска продукции собственного производства произошло в 2020 г. на 27,8%.

Проведенный анализ состояния общественного питания в потребительской кооперации показал, что в последние годы наблюдается негативная тенденция снижения объемов деятельности в этой сфере. Сложившаяся ситуация связана со снижением денежных доходов населения, особенно сельского, и, соответственно, невозможностью воспользоваться услугами предприятий питания. Кроме того, сильную конкуренцию предприятиям общественного питания потребительской кооперации в городах составляют сетевые предприятия питания, применяющие новые технологии в организации производства и обслуживания потребителей [4], способные предложить новые услуги, изменить организацию труда и добиться лучших результатов деятельности.

По мнению ученых в России в ближайшие годы будет происходить снижение численности населения [3], денежные доходы будут расти медленнее, чем предполагалось, что также затруднит развитие сферы общественного питания.

Для обеспечения развития общественного питания предприятия должны быть конкурентоспособны, особенно с учетом неопределенности в условиях пандемии. Постоян-

Таблица 5

Оборот предприятий общественного питания потребительской кооперации РФ по округам за 2016, 2019 и 2020 гг.

Округ	Годы			Динамика оборота предприятий общественного питания, %	
	2016	2019	2020	2020 г. к 2019 г.	2020 г. к 2016 г.
Центросоюз РФ	15078	13011	9005	69,2	59,7
Центральный	2150,5	2019,3	1485	73,5	69,1
Северо-Западный	1638,8	1469,9	1020	69,4	62,2
Южный	670,7	580,9	425	73,2	63,4
Северо-Кавказский	165,7	131,7	89	67,6	53,7
Приволжский	6363,4	5743,5	3948	68,7	62,0
Уральский	934	1152	816	70,8	87,4
Сибирский	1390,3	1092,4	757	69,3	54,4
Дальневосточный	469,8	696,9	370	53,1	78,8

Источник: рассчитано автором на основе годовых отчетов Центросоюза РФ [10].

Таблица 6

Выработка собственной продукции предприятиями общественного питания потребительской кооперации РФ за 2016–2020 гг.

Годы	Выработка собственной продукции	Динамика выработки, % к предшествующему году	Доля выработки собственной продукции в обороте предприятий общественного питания, %
2016	12435	106,7	82,6
2017	11672	93,9	84,7
2018	11710	100,3	85,6
2019	11253	96,1	86,5
2020	8129	72,2	90,3

Источник: рассчитано автором на основе годовых отчетов Центросоюза РФ [10].

но изменяющиеся условия внешней среды требуют быстрого реагирования и адаптационных мероприятий.

Стратегическое планирование должно стать основой для определения перспектив развития предприятий общественного питания. Продолжительность ограничительных мер в условиях пандемии неопределенна, поэтому руководители должны продумать стратегию развития своего предприятия, в наибольшей степени адаптировав ее к складывающимся условиям.

На успешное развитие предприятия питания во многом оказывает влияние продуманное распределение полномочий между руководителями и подчиненными. Хорошо организованная работа позволит предприятиям не только удержаться на рынке, но и повысить результаты деятельности. В современных условиях важно сохранить штат работников, их заработную плату, обеспечить приспособляемость к новым графикам и условиям работы.

Действенной мерой может стать применение новых технологий в производстве, обслуживании, новейшего оборудования [2, 7]. Это приведет к повышению качества обслуживания, привлечет новых клиентов. Предприятия общественного питания потребительской кооперации должны ориентироваться на долгую и успешную работу, поэтому даже в условиях пандемии им необходимо не только привлекать клиентов, но и стараться удержать их.

Предприятия питания потребительской кооперации должны взять за основу положительный пример создания служб доставки еды клиентам. При этом предприятия общественного питания могут создать собственную службу доставки, либо воспользоваться услугами имеющихся служб. Руководители предприятий совместно с технологами должны продумать меню, размеры порций, непосредственно процесс транспортировки, обеспечивающий максимальное сохранение качества и внешнего вида блюд. Наряду с готовыми блюдами можно доставлять полуфабрикаты, что также позволит привлечь новых покупателей. Внедрение новой формы обслуживания даст возможность увеличить продажи и прибыль.

В городах в торговых центрах и крупных магазинах целесообразно открыть точки по продаже кофе на вынос. Их открытие обойдется дешевле, чем кафе, поскольку зат-

раты на персонал и аренду помещений будут значительно меньше.

Предприятия общественного питания для привлечения клиентов могут предложить новый подход к проведению свободного времени за счет выделения зон для работы посетителей, их общения, организовать просмотр фильмов и т. п.

Привлечение покупателей возможно обеспечить за счет продуманной системы ценообразования на продукцию [11]. В условиях нестабильной ситуации проводить повышение цен не целесообразно. Применение системы скидок, акций позволит, если и не увеличить оборот, но и не снизить его. Клиенты предприятий питания, как правило, положительно относятся к акциям. В предприятиях питания всегда имеются «коронные» блюда, именно на них следует применять акции и скидки.

Проведение рекламных мероприятий будет способствовать выживанию предприятий общественного питания в пандемию, привлечению новых клиентов. Предприятия питания могут создавать собственные сайты, размещать информацию в социальных сетях, проводить встречи в эфире, размещать рецепты приготовления блюд, раскрывать секреты поварского искусства.

В потребительской кооперации была разработана Концепция развития на 2017–2020 гг. по всем сферам деятельности, в том числе и общественного питания [1]. В соответствии с ней внедрение предложенных мероприятий позволит повысить эффективность деятельности предприятий, увеличить объемы реализации продукции, что весьма актуально в условиях пандемии.

В частности, предложено создать сетевые предприятия общественного питания, отразив в них национальные, региональные и другие особенности. Большое внимание следует уделить месторасположению предприятий общественного питания, открывать их вблизи шоссе и железных дорог.

Важно расширять открытие разных видов предприятий, например, детских кафе, а также увеличить перечень предоставляемых в предприятиях общественного питания услуг, применять инновационные технологии. Предприятия питания могут организовывать кейтеринг, проводить корпоративные и семейные праздники, детские утренники.

Продукцию собственного производства можно реализовывать не только через пред-

приятия питания, но и открывать магазины «Кулинария», создавая при них пекарни, цеха по выпуску кондитерских изделий и т. п.

Предприятия общественного питания потребительской кооперации должны шире принимать участие в реализации как региональных, так и федеральных программ.

В Концепции указано на необходимость проведения единой маркетинговой стратегии, включающей формирование как единых, так и локальных кооперативных брендов, постоянный анализ рынка, использование программ лояльности клиентов, применение стандартов качества.

Предприятия общественного питания должны быть включены в общую логистическую систему потребительской кооперации с целью снижения издержек, большое внимание должно уделяться постоянной переподготовке и повышению квалификации работников путем проведения тренингов, мастер-классов,

конкурсов профессионального мастерства. Постоянное обучение сотрудников с учетом современных реалий – действенный метод достижения запланированных результатов [5].

Изучение опыта организации деятельности наиболее успешных предприятий питания, а также зарубежного опыта также позволит добиться значимых результатов развития общественного питания в потребительской кооперации.

Таким образом, развитие общественного питания в условиях пандемии можно осуществить разными способами. Все они так или иначе взаимосвязаны между собой, поэтому применение только какого-либо одного способа не приведет к желаемым результатам. Важно использовать разные пути комплексно, что позволит повысить эффективность деятельности предприятий и развить сферу общественного питания потребительской кооперации.

Список используемых источников:

1. Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017–2021 гг. Текст: электронный. Москва, 2021. – URL: <https://ircoop.ru/images/docs/> (дата обращения 11.05.2021).
2. Андрищенко Г.И. Управление предприятиями сферы услуг общественного питания: учебник / Г.И. Андрищенко [и др.]. Москва: Научный консультант, 2019. 246 с. – ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/104986.html> (дата обращения: 14.05.2021). – Текст: электронный.
3. *Вавилова Е.В.* Экономическая география и регионалистика: учебное пособие / Е.В. Вавилова. Москва: КноРус, 2021. 255 с. – ЭБС Book.ru. – URL: <https://book.ru/book/939311> (дата обращения: 13.05.2021). – Текст: электронный.
4. *Васюкова А.Т.* Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для бакалавров / А.Т. Васюкова, Т.Р. Любецкая. Москва: «Дашков и К°», 2019. 416 с. – ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85624.html> (дата обращения: 15.05.2021). – Текст: электронный.
5. *Дробышева В.А.* Трудовой потенциал в инновационной экономике / В.А. Дробышева. Текст: непосредственный // Проблемы и перспективы развития экономики, управления и кооперации. Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов вузов по итогам работы в 2015 г. (8 февраля 2016 г.). Ярославль-Москва: Канцлер, 2016. С. 99–103.
6. *Дробышева В.А.* Состояние и перспективы развития отраслей потребительской кооперации Российской Федерации / В.А. Дробышева. Текст: непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. 2020. № 2. С. 63–72.
7. *Радченко Л.А.* Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник / Радченко Л.А. Москва: КноРус, 2020. 321 с. – ЭБС Book.ru – URL: <https://book.ru/book/932123> (дата обращения: 13.05.2021). – Текст: электронный.
8. *Ткач А.В.* Современное состояние потребительской кооперации / А.В. Ткач. – Текст: непосредственный // Состояние и перспективы развития потребительской кооперации в России: научное издание / под общей редакцией д.э.н., проф. А.Е. Бусыгина. Ярославль-Москва: Изд-во «Канцлер», 2016. С. 11–22.
9. *Ткач А.В.* Тенденции и направления развития системы потребительской кооперации / А.В. Ткач. – Текст: непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. 2017. № 4. С. 6–11.

10. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации за 2016–2020 гг. Москва: Центросоюз России, 2021.

11. Фридман А.М. Экономика предприятия общественного питания: учебник для бакалавров / А.М. Фридман. Москва: «Дашков и Ко», 2018. 463 с. – ЭБС IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85240.html> (дата обращения: 15.05.2021). – Текст: электронный.

12. Барышев И.Ю., Каурова О.В. Анализ социальных сетей, продвигающих предприятия общественного питания в Москве и Московской области // OpenScience. 2021. Т. 3. № 3. С. 12–17.

References:

1. Kontsepsiya razvitiya sistemy potrebitel'skoj kooperatsii na 2017–2021 gg. Tekst: ehlektronnyj. Moskva, 2021. – URL: [https://ircoop.ru/images/docs/\(data obrashheniya 11.05.2021\)](https://ircoop.ru/images/docs/(data obrashheniya 11.05.2021)).

2. Andryushhenko G.I. Upravlenie predpriyatiyami sfery uslug obshhe-stvennogo pitaniya: uchebnik / G.I. Andryushhenko [i dr.]. Moskva: Nauchnyj konsul'tant, 2019. 246 с. – EHBS IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/104986.html> (дата обращения: 14.05.2021). – Текст: электронный.

3. Vavilova E.V. EHkonomicheskaya geografiya i regionalistika: ucheb-noe posobie / E.V. Vavilova. Moskva: KnoRus, 2021. 255 s. – EHBS Book.ru. – URL: <https://book.ru/book/939311> (дата обращения: 13.05.2021). – Текст: электронный.

4. Vasyukova A.T. Organizatsiya proizvodstva i obsluzhivaniya na predpriyatiyakh obshhestvennogo pitaniya: uchebnik dlya bakalavrov / A.T. Vasyukova, T.R. Lyubetskaya. Moskva: «Dashkov i Ko», 2019. 416 с. – EHBS IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85624.html> (дата обращения: 15.05.2021). – Текст: электронный.

5. Drobysheva V.A. Trudovoj potentsial v innovatsionnoj ehkonomie / V.A. Drobysheva. Tekst: neposredstvennyj // Problemy i perspektivy razvitiya ehkonomie, upravleniya i kooperatsii. Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii professorsko-prepodavatel'skogo sostava, sotrudnikov i aspirantov vuzov po itogam raboty v 2015 g. (8 fevralya 2016 g.). YAroslavl'-Moskva: Kantsler, 2016. S. 99–103.

6. Drobysheva V.A. Sostoyanie i perspektivy razvitiya otraslej po-trebitel'skoj kooperatsii Rossijskoj Federatsii / V.A. Drobysheva. Tekst: neposredstvennyj // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomie. Nauchno-teoreticheskij zhurnal. 2020. № 2. S. 63–72.

7. Radchenko L.A. Organizatsiya proizvodstva i obsluzhivaniya na predpriyatiyakh obshhestvennogo pitaniya: uchebnik / Radchenko L.A. Moskva: KnoRus, 2020. 321 s. – EHBS Book.ru – URL: <https://book.ru/book/932123> (дата обращения: 13.05.2021). – Текст: электронный.

8. Tkach A.V. Sovremennoe sostoyanie potrebitel'skoj kooperatsii / A.V. Tkach. – Текст: neposredstvennyj // Sostoyanie i perspektivy razvitiya potrebitel'skoj kooperatsii v Rossii: nauchnoe izdanie / pod obshhej redak-tsiej d.eh.n., prof. A.E. Busygina. YAroslavl'-Moskva: Izd-vo «Kantsler», 2016. S. 11–22.

9. Tkach A.V. Tendentsii i napravleniya razvitiya sistemy potrebitel'skoj kooperatsii / A.V. Tkach. – Текст: neposredstvennyj // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomie. Nauchno-teoreticheskij zhurnal. 2017. № 4. S. 6–11.

10. Osnovnye pokazateli sotsial'no-ehkonomicheskoy deyatel'nosti po-trebitel'skoj kooperatsii Rossijskoj Federatsii za 2016–2020 gg. Moskva: TSentrosouz Rossii, 2021.

11. Fridman A.M. EHkonomika predpriyatiya obshhestvennogo pitaniya: uchebnik dlya bakalavrov / A.M. Fridman. Moskva: «Dashkov i Ko», 2018. 463 с. – EHBS IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85240.html> (дата обращения: 15.05.2021). – Текст: электронный.

12. Baryshev I.YU., Kaurova O.V. Analiz sotsial'nykh setej, prodvigayushhikh predpriyatiya obshhestvennogo pitaniya v Moskve i Moskovskoj oblasti // OpenScience. 2021. Т. 3. № 3. С. 12–17.

Материал поступил в редакцию: 25.06.2021.