

Управленческий труд в потребительской кооперации: особенности и проблемы

Managerial Work in Consumer Cooperation: Features and Problems

DOI 10.12737/2587-9111-2022-10-6-55-58

Получено: 14 октября 2022 г. / Одобрено: 24 октября 2022 г. / Опубликовано: 23 декабря 2022 г.

Дроздова М.И.

Д-р экон. наук, профессор, доцент,
АНОО ВО «Сибирский университет потребительской кооперации»,
Россия, 630087, г. Новосибирск, пр. Карла Маркса, д. 26
e-mail: dromi2404@mail.ru

Drozдова M.I.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Associate Professor,
Siberian University of Consumer Cooperation,
26, Karl Marx Ave., Novosibirsk, 630087, Russia
e-mail: dromi2404@mail.ru

Капелюк З.А.

д-р экон. наук, профессор, профессор,
АНОО ВО «Сибирский университет потребительской кооперации»,
Россия, 630087, г. Новосибирск, пр. Карла Маркса, д. 26
e-mail: zkapelyuk@inbox.ru

Kapelyuk Z.A.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor,
Siberian University of Consumer Cooperation
26, Karl Marx Ave., Novosibirsk, 630087, Russia
e-mail: zkapelyuk@inbox.ru

Городкова С.А.

Д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики,
Забайкальский институт предпринимательства — филиал
АНОО ВО «Сибирский университет потребительской кооперации»,
Россия, 672086, г. Чита, ул. Ленинградская, д. 16
e-mail: gorsa77@mail.ru

Gorodkova S.A.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor,
Department of Economics, Trans-Baikal Institute of Entrepreneurship —
Branch of the Siberian University of Consumer Cooperatives
16, Leningradskaya St., Chita, 672086, Russia
e-mail: gorsa77@mail.ru

Аннотация

В статье изложен взгляд авторов на управленческий труд в потребительской кооперации, особенностью которой является двойственный характер. Он заключается в том, что кооператив, во-первых, осуществляет хозяйственно-финансовую деятельность как бизнес-структура и использует управленческий труд для организации производственных процессов на своих предприятиях и доведения произведенной продукции и товаров до потребителей, удовлетворяя потребности пайщиков, а во-вторых, он представляет собой ассоциацию членов кооператива, которые в соответствии с принципами и ценностями Международного кооперативного движения должны принимать участие в его деятельности. Расширение социальной базы кооперации — численности пайщиков — достигается организаторским трудом специалистов аппарата управления председателя совета. Он не имеет прямого влияния на результаты деятельности кооперативной организации, но оказывает существенное косвенное воздействие на них. В настоящее время в большинстве районных и региональных кооперативных организаций работа с пайщиками не ведется из-за отсутствия специалистов, способных пропагандировать идеи, принципы и ценности кооперации, информировать их о формах и эффекте участия в деятельности кооператива, т.е. вести просветительскую работу как среди пайщиков, так и некооперированного населения. Решение проблемы такого дефицита видится в необходимости совершенствования кооперативного образования путем добавления профессиональных дисциплин в учебные планы специальностей и направлений подготовки в высших и средних профессиональных образовательных организациях. В процессе исследования использовались методы обзора источников литературы, выявления причинно-следственных связей, индукции, дедукции, анализа и синтеза. Цель исследования состоит в выявлении особенностей управленческого труда в потребительской кооперации, обусловленных двойственной природой кооперации. Задачи исследования включают характеристику управленческого труда; демонстрацию места организаторского труда как составной части управленческого труда, обусловленного двойственной природой кооперации; авторскую формулировку дефиниции организаторского труда в потребительской кооперации; обоснование необходимости профессиональной подготовки специалистов, являющихся носителями организаторского труда, в образовательных организациях потребительской кооперации.

Ключевые слова: управленческий труд, организаторский труд, двойственный характер управленческого труда, ассоциация пайщиков, кооперативное образование.

Abstract

The article presents the authors' view on managerial work in consumer cooperation, the peculiarity of which is the dual nature. It consists in the fact that the cooperative, firstly, carries out economic and financial activities as a business structure and uses managerial labor to organize production processes at its enterprises and bring manufactured products and goods to consumers, meeting the needs of shareholders, and, secondly, it is an association of cooperative members who are in accordance with the principles and values of the International Cooperative Movement, we must take part in its activities. The expansion of the social base of cooperation — the number of shareholders — is achieved by the organizational work of specialists of the management staff of the Chairman of the Council. It does not have a direct impact on the results of the cooperative organization's activities, but it has a significant indirect impact on them. Currently, in most district and regional cooperative organizations, work with shareholders is not carried out due to the lack of specialists who are able to promote the ideas, principles and values of cooperation, inform them about the forms and effects of participation in the activities of the cooperative, that is, to conduct educational work among both shareholders and the non-cooperative population. The solution to the problem of such a deficit is seen in the need to improve cooperative education by adding professional disciplines to the curricula of specialties and areas of training in higher and secondary professional educational organizations. In the course of the research, methods of reviewing literature sources, identifying cause-and-effect relationships, induction, deduction, analysis and synthesis were used. The purpose of the study is to identify the features of managerial work in consumer cooperation due to the dual nature of cooperation. The objectives of the study include the characterization of managerial labor; demonstration of the place of organizational labor as an integral part of managerial labor due to the dual nature of cooperation; the author's formulation of the definition of organizational labor in consumer cooperation; justification of the need for professional training of specialists who are carriers of organizational labor in educational organizations of consumer cooperation.

Keywords: managerial work, organizational work, dual nature of managerial work, association of shareholders, cooperative education.

Введение. Труд как осознанная общественно необходимая деятельность людей объективно необходим и направлен на создание различных материальных благ, удовлетворяющих потребности отдельных индивидов и общества в целом. Он выступает в различных формах, которые зависят от целого ряда факторов, среди которых вид экономической деятельности, форма собственности на средства производства, организационно-правовая форма организации и др.

В контексте нашего исследования его объектом выступает управленческий труд, который представляет собой вид трудовой деятельности по выполнению функций управления в организации. Его предназначение состоит в обеспечении целенаправленной и скоординированной деятельности коллектива работников по решению стоящих перед ним задач и достижении поставленных целей. По содержанию управленческий труд характеризуется как умственный, сложный и многообразный, поскольку требует специальной квалификационной подготовки, и, по мнению авторов, творческий, так как характеризуется способностью работника не только к восприятию инноваций, но и способностью их генерировать в целях повышения эффективности трудовых отношений и конкурентоспособности организации.

Такая характеристика управленческого труда уместна для всех субъектов экономики, в том числе и потребительской кооперации, однако данный вид труда в организациях системы имеет особенности, что и определило актуальность нашего исследования и выбор в качестве его предмета управленческий труд в потребительской кооперации, его особенности и проблемы.

Потребительская кооперация как социально ориентированная система, ведущая социально ответственный бизнес, имеет целый ряд особенностей, обусловленных, во-первых, функционированием в сельской местности, на отдаленных и труднодоступных территориях, и, во-вторых, сочетанием предпринимательской деятельности и деятельности, направленной на удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков, которое формирует кооперативную модель хозяйствования. Названные особенности обусловили также наличие специфических признаков и функций в управленческом труде работников организаций потребительской кооперации.

Методы исследования. В исследовании использовались методы обзора источников литературы, выявления причинно-следственных связей, индукции, дедукции, анализа и синтеза.

Результаты исследования. Потребительская кооперация — крупнейшая социально-экономическая система страны с почти двухвековой историей функционирует в соответствии с принципами и ценностями Международного кооперативного движения, что является ее важнейшим преимуществом и объясняет особенности управленческого труда в ее организациях.

Как отмечалось, природу кооперации отличает от сущности субъектов других организационно-правовых форм двойственный ее характер. Двойственная природа выражается во взаимозависимости и взаимном проникновении двух неразрывно связанных структурных составляющих кооператива: предпринимательской организации и ассоциации, объединения членов.

Кооператив как предпринимательская структура использует управленческий труд, нацеленный на достижение высоких финансово-хозяйственных результатов в многоотраслевой деятельности, включающей розничную и оптовую торговлю, общественное питание, заготовки и переработку сельскохозяйственной продукции и сырья, недревесной продукции леса и лекарственно-технического сырья, производство продовольственных и непродовольственных товаров, сферу услуг (бытовых, образовательных, оздоровительных, гостиничных и др.). Кооператив как ассоциация пайщиков в еще большей степени заинтересован в организации управленческого труда, направленного на реализацию принципов и ценностей Международного кооперативного движения и, в частности, экономического участия пайщиков в деятельности своей кооперативной организации.

Реализация названного принципа без вмешательства и содействия этому управленческого труда работников организаций потребительской кооперации невозможна в силу ряда обстоятельств, среди которых:

- разобщенность сельского населения, несмотря на компактность проживания;
- сокращение численности сельского населения в трудоспособном возрасте;
- конкуренция на потребительском рынке сельских территорий, вызванная проникновением торговых сетей и развитием индивидуального частного предпринимательства;
- недостаточная информированность населения о возможных формах участия в деятельности кооператива и получении выплат на паевые взносы и членское участие в экономической деятельности своей организации;

- отсутствие организованного просветительского образования — пропаганды ценностей кооперации среди населения, проживающего в зоне деятельности кооперативной организации и др.

Как показали наши исследования [1, с. 159], «в структуре большинства российских кооперативных организаций нет служб работы с пайщиками или она совмещается с кадровой службой. ... только ряд потребсоюзов (Оренбургский, Пермский, Северо-Осетинский, Тамбовский)» имеют службу управления пайщиками и относят ее «к компетенции председателя Совета. Несколько потребсоюзов (Башкирский, Кабардино-Балкарский, Калининградский, Коми, Новгородский, Хабаровский, Хакасский, Чувашский) имеют зафиксированные службы (отделы, специалистов) по организации кооперативной работы.

...авторы констатируют практически полное отсутствие в российских потребительских кооперативах аппарата управления пайщиками, а там, где такой аппарат имеется хотя бы в зачаточном состоянии, он находится в ведении председателей правления, незаинтересованных в работе с пайщиками, особенно с теми, которые не связаны с кооперативом трудовыми отношениями». В контексте данной статьи результат проведенного ранее исследования выражается в практически полном отсутствии также и этого важного направления управленческого труда, которое является главной его особенностью в потребительской кооперации.

В связи с этим считаем целесообразным в качестве научной новизны или нового знания ввести в научный оборот новую дефиницию организаторского труда применительно к деятельности организаций потребительской кооперации.

Организаторский труд — это труд работников потребительской кооперации, предполагающий привлечение новых членов и активизацию состоящих в кооперативе членов в целях вовлечения их в экономическую деятельность кооператива в качестве инвесторов, кредиторов, покупателей и продавцов.

Сформировавшийся стереотип о сотрудничестве с кооперативом как о формальных взаимоотношениях, не приносящих дивидендов участникам, не связанным трудовыми отношениями с кооперативом, может быть развенчан организаторским трудом специалистов по работе с пайщиками и некооперированным населением. Этот труд с полным основанием можно квалифицировать как творческий, носящий в значительной степени просветительский характер. И хотя этот труд не приносит непосредственный материальный результат, но он косвенно

способствует его получению и может характеризоваться как производительный, поскольку составляет необходимую часть общей работы организации.

Поскольку эффективность хозяйственно-финансовой деятельности кооператива может зависеть от результатов организаторского труда, то и на заработной плате специалистов по работе с пайщиками должно найти отражение достижение общего результата функционирования кооператива [2].

Другой результат организаторского труда выражается в увеличении денежных доходов обслуживаемого населения и, прежде всего, пайщиков, что позволяет сделать вывод о социальном и экономическом характере управленческого труда работников, сопровождающих функционирование кооператива как ассоциации пайщиков.

Организаторский труд необходим кооперативу и как предпринимательской структуре. Его предназначение выражается в поиске и использовании новых технологий и способов продвижения, в частности, органической продукции, изготовленной на собственных предприятиях из приобретенного у населения сельскохозяйственного сырья и заготовленной недревесной продукции леса.

Потребительская кооперация так же как и субъекты других организационно-правовых форм испытывает потребность в совершенствовании управленческого труда. И если в городских и максимально приближенных к крупным поселениям сельских населенных пунктах возможность внедрения управленческих инноваций реальна, то в отдаленных, горных и других труднодоступных местностях, где в отдельных случаях потребительская кооперация является единственной товаропроводящей организацией, снабжающей население потребительскими товарами, маловероятна или даже невозможна.

Организаторский труд по работе с пайщиками и некооперированным населением не требует глубоких знаний управленческих технологий, направленных на получение результата от хозяйственно-финансовой деятельности. По нашему мнению, он должен базироваться на совокупности знаний основ кооперации, преимуществ кооперативной модели хозяйствования, а также психологии общения. Именно знание основ психологии общения позволит реализовать главную цель деятельности кооперативной организации как ассоциации пайщиков — формирование модели поведения членов кооператива, которая задекларирована принципом Международного кооперативного движения — экономическое участие пайщиков в деятельности своей кооперативной организации.

Вольный перевод одной известной цитаты из документально-публицистической книги Антуана де Сент-Экзюпери «Планета людей» гласит: «Единственная настоящая роскошь — это роскошь человеческого общения». Следовательно, одной стороной человеческого общения в зоне деятельности потребительской кооперации выступают специалисты аппарата учета и управления и организации работы с пайщиками, их экономического участия, мотивации, демократического членского контроля, социального аудита [1, с. 160].

Функция управленческого труда, и в том числе организаторского, широко проявляется во всех областях жизни общества и косвенно распространяется на область личного развития индивидуума и отражается на его профессиональном, карьерном и личном росте. Поэтому так важна подготовка специалистов для работы с пайщиками в кооперативных вузах. Как в любой экономической высшей или средней профессиональной образовательной организации, которые осуществляют профессиональную подготовку кадров для предприятий всех отраслей и видов экономической деятельности, в кооперативных образовательных организациях необходима такая их подготовка, которая включала бы углубленное изучение особенностей экономики отраслей деятельности, менеджмента, учета, права. Важной составляющей должно стать изучение основ общей психологии и, в частности, психологии общения [3, 4]. Знание основ психологии общения позволит работникам выстраивать коммуникационные связи не только с пайщиками, но и некооперированным населением, что в дальнейшем, безусловно, положительно скажется на реальных результатах функционирования кооператива.

Таким образом, образовательные организации должны быть заинтересованы в подготовке специалистов для системы потребительской кооперации, что позволит возродить полноценное кооперативное образование и повысить эффективность как совокупного, так и организаторского труда, являющегося составной частью управленческого труда.

Заключение. Проведенное исследование показало, что управленческий труд, являющийся объективной необходимостью, в потребительской кооперации имеет двойственную природу, как и сам кооператив, сочетающий предпринимательскую хозяйственно-финансовую деятельность и социальную деятельность, направленную на удовлетворение материальных и иных потребностей членов кооператива. Эффективному функционированию кооперативной организации способствует организаторский труд, ко-

торый является главной особенностью управленческого труда работников. Его сущность заключается в расширении социальной базы кооперации за счет привлечения новых членов и повышения активности состоящих в кооперативе членов в целях вовлечения их в экономическую деятельность кооперативной организации. Организаторский труд — это прерогатива сотрудников аппарата председателя совета кооператива как ассоциации пайщиков. Но организаторский труд лишь тогда принесет пользу, когда будет решена проблема подготовки специалистов по работе с пайщиками, владеющих глубокими знаниями о кооперации, ее особенностях и преимуществах.

Литература

1. *Наговицина Л.П., Дроздова М.И.* Направления совершенствования кооперативного законодательства: организационно-экономический аспект / Эволюция кооперативного законодательства в эпоху глобализации в странах Восточной Европы, Центральной Азии и других странах мира: Материалы международной научно-практической конференции (06-07 апреля 2021 года). Белгород, Издательство БУКЭП, 2021. С. 149–162.
2. Управление общим вознаграждением сотрудников (TOTAL REWARDS) как одна из экономических и социальных задач управления персоналом организации в условиях нестабильности внешней среды / Э.А. Новоселова, О.И. Лихтанская, С.А. Городкова, М.И. Дроздова // Экономика и предпринимательство. 2022. № 3 (140). С. 1206–1209.
3. *Наговицина Л.П., Дроздова, М.И.* Традиции и проблемы кооперативного образования // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. 2016. № 3–4 (18). С. 74–81.
4. *Дроздова М.И., Наговицина Л.П.* Актуальные проблемы кооперативного образования // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2017. № 3 (64). С. 84–95.

References

1. Nagovitsina L.P., Drozdova M.I. Directions of improvement of cooperative legislation: organizational and economic aspect. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Evolyutsiya kooperativnogo zakonodatelstva v epokhu globalizatsii v stranakh Vostochnoy Evropy. Tsentralnoy Azii i drugikh stranakh mira». Belgorod, Izdatelstvo BUKEP Publ, 2021, pp. 149–162. (In Russian).
2. Novoselova E.A., Likhtanskaya O.I., Gorodkova. SA., Drozdova M.I. Managing the total remuneration of employees (TOTAL REWARDS) as one of the economic and social tasks of personnel management of the organization in the conditions of instability of the external environment. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Economics and entrepreneurship], 2022, no 3(140), pp. 1206–1209. (in Russian)
3. Nagovitsina L.P., Drozdova M.I. Traditsii i problemy kooperativnogo obrazovaniya. *Vestnik Sibirskogo universiteta potrebiteľskoy kooperatsii* [Bulletin of the Siberian University of Consumer Cooperation], 2016, no 3–4(18), pp. 74–81. (in Russian)
4. Drozdova M.I., Nagovitsina L.P. (). Aktualnyye problemy kooperativnogo obrazovaniya. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii. ekonomiki i prava* [Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law], 2017, no 3(64), pp. 84–95. (in Russian)

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

ПОРЯДОК ОПУБЛИКОВАНИЯ СТАТЕЙ

Представление рукописей статей

Рукописи статьи для опубликования в журнале «НИР. ЭКОНОМИКА» представляются в виде файла одним из следующих способов: 1) направляются на электронный адрес журнала ekonomika2013@rambler.ru и mag5@naukaru.ru (в два адреса); 2) авторы, зарегистрированные на сайте Naukaru.ru, могут подать заявку на публикацию через Личный кабинет с представлением файла рукописи статьи. Наименование файла статьи: Фамилия автора (авторов), название (заглавие статьи).

Гонорар за публикацию статей не выплачивается.

Модерация

Рукопись должна соответствовать требованиям к объему, составу, структуре и оформлению рукописей статей и содержать не более 15% заимствований. Допускается до 25% заимствований из ранее опубликованных работ авторов статьи. Редакционная коллегия проводит проверку соответствия рукописи требованиям к составу, структуре и оформлению рукописей и объему заимствований. Рукописи, не соответствующие требованиям к составу, структуре, оформлению и объему заимствований, не рассматриваются.

Рукописи, соответствующие требованиям к составу, структуре и оформлению рукописей/статей, объему заимствований, направляются на рецензирование.

Рецензирование

Все научные статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. Главный редактор (заместитель главного редактора) журнала направляет статью на рецензирование специалистам, докторам или кандидатам наук, имеющим близкую к теме статьи научную специализацию. В журнале осуществляется «слепое» рецензирование (рецензенты не информируются об авторе, для автора рецензенты остаются неизвестными).

В рецензии даются оценки: 1. Соответствие статьи профилю журнала (до 10 баллов). 2. Актуальность выполненного исследования (до 10 баллов). 3. Полнота критики предшествующих исследований, достаточная для формулирования проблемы (до 10 баллов). 4. Научная новизна предлагаемых в статье материалов (до 10 баллов). 5. Аргументированность изложения и обоснованность выводов (до 10 баллов). 6. Научная значимость (до 10 баллов). 7. Практическая значимость (до 10 баллов). 8. Качество списка литературы (самоцитирование не должно превышать 20%, предпочтение должно отдаваться научным статьям и монографиям) (до 5 баллов). 9. Качество аннотации (аннотация должна отражать содержание статьи: цели и задачи, методы исследования, краткие выводы) (до 5 баллов). 10. Соответствие названия статьи ее содержанию (до 5 баллов).

В рецензии дается вывод о возможности опубликования статьи в журнале: «рекомендуется» или «не рекомендуется».

Принятие к опубликованию

На основании заключений рецензентов и с учетом рейтинга (суммы баллов) статей редакцией принимается решение о принятии статьи к опубликованию. В случае

принятия к опубликованию или отклонения статьи редакция сообщает об этом автору. В переписку с авторами отклоненных статей редакция не вступает.

Заключение договора

После принятия статьи к опубликованию автор заключает договор с издательством, для чего направляет в издательство анкету автора(ов), содержащую: Название журнала «Научные исследования и разработки. ЭКОНОМИКА». Название статьи ____. Данные автора: ФИО ____. Дата рождения ____. Паспорт: серия, номер, когда, кем выдан, код подразделения ____. Индекс, адрес местожительства и прописки ____. Страховое пенсионное свидетельство (СНИЛС) ____. Контактные телефоны ____. Электронная почта ____. Анкета направляется по электронной почте dogovor@infra-m.ru сотрудникам редакции журналов ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М».

Издательство оформляет и направляет автору договор на безвозмездную передачу авторских прав на статью издательству. Автор должен подписать договор и направить его в издательство по адресу: 127282, г. Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1. ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М» (редакция журналов).

Опубликование и получение номера журнала

На основании рекомендации редколлегии и подписанного с автором(ми) договора издательство публикует статью. После опубликования журнального номера статья получает номер DOI, а также информация о ней передается в РИНЦ.

Авторы могут получить электронную версию журнала, в котором опубликована их статья, оформив подписку на журнал, или приобрести необходимый им номер журнала в отделе продаж издательства: podpiska@infra-m.ru, тел. (495) 280-33-86 доб. 590.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ

Требования к содержанию

В журнале публикуются статьи, соответствующие профилю журнала (научно-практические проблемы экономической науки). Статья должна быть оригинальной, нигде ранее не опубликованной, не нарушающей авторских прав третьих лиц.

Авторский материал, изложенный в статье, должен быть посвящен актуальным научно-практическим проблемам экономической науки. Материал должен содержать не более 15% заимствований. Допускается до 25% заимствований из ранее опубликованных работ авторов статьи. Статья, как правило, должна иметь следующую структуру: введение (Introduction), описание данных и методов исследования (Materials and Methods), результаты исследования (Results), обсуждение и заключение (Discussion and Conclusions). Материал должен включать критику предшествующих исследований, в том числе выполненных за рубежом, основываться на использовании научной методологии, результаты исследований и выводы должны обладать достоверностью, научной и практической значимостью. Текст статьи должен сопровождаться иллюстративными материалами (таблицами, схемами, графиками, диаграммами).

Объем статьи должен находиться в пределах 20–40 тыс. знаков (с учетом пробелов), то есть 8–17 страниц, для ас-

пирантов — 16–20 тыс. знаков (с учетом пробелов), то есть 6–10 страниц.

Требования к оформлению

Статья оформляется в виде файла. Наименование файла статьи: Фамилия автора (авторов), название (заглавие статьи).

Статья должна содержать:

УДК;

- блок 1 — на русском языке: Ф.И.О. автора (-ов); название статьи; аннотация (100–250 слов); ключевые слова (5–7 слов или словосочетаний, разделенных точкой с запятой);
- блок 2 — на английском языке: информация блока 1 в той же последовательности;
- блок 3 — полный текст статьи на русском языке, или (для иностранных авторов) на английском языке. Шрифт основного текста — Times New Roman; размер шрифта основного текста — 12 пт.; поля: верхнее и нижнее — 2 см, правое и левое — 3 см; межстрочный интервал — полуторный; отступ первой строки абзаца — 1,25 см; выравнивание текста — по ширине; ссылки на формулы даются в круглых скобках; иллюстративный материал, таблицы, формулы оформляются в соответствии с ГОСТ 2.105, формулы набираются в редакторе формул; рисунки выполняются средствами Microsoft Office, допускаются фотографии;

иллюстрации предоставляются в составе статьи только черно-белые, допускаются с оттенками серого цвета, (цветные иллюстрации не допускаются);

- блок 4 — список литературы на русском языке (для статей на русском языке), название — «Литература»; пристатейные библиографические списки по требованию НЭБ eLIBRARY для регистрации в РИНЦ необходимо оформлять, придерживаясь основных требований ГОСТ 7.1–2003; отсылки к списку в основном тексте даются в квадратных скобках, например [3], при цитировании [3, с. 25] допускается оформление в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5–2008;
- блок 5 — список литературы на латинице (название «References»). Для статей на русском языке см. правила оформления на сайте auka.ru. Необходимо обратить внимание на то, что в научных изданиях на латинице не используются для разделения областей описания знаки /, //, —;
- блок 6 — данные об авторах на русском языке: фамилия, имя, отчество полностью; должность; ученая степень; ученое звание; адресные данные автора (ов) (организация(и), электронная почта всех или одного автора);
- блок 7 — информация блока 6 в той же последовательности на английском языке.
- Для выделения в тексте допустимо **полужирное** и *курсивное* написание. Не рекомендуются такие выделения, как ПРОПИСНЫЕ буквы, р а з р я д к а через пробел, подчеркивание; подстрочные ссылки.