Хожаинов Н.Т. Модель кооперативной аукционной торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием. / Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2020. - №3. - С. 49-54. - URL: http://www.eshpp.ru/abstract/2020-03\_abst.htm

стр. 49-54

DOI в базе CrossRef 10.31442/0235-2494-2020-0-3-49-54

УДК 334.7

УДК 338.433

УДК 338.436.3

**МОДЕЛЬ КООПЕРАТИВНОЙ АУКЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ И ПРОДОВОЛЬСТВИЕМ\***

**Н.Т. ХОЖАИНОВ**, кандидат экономических наук, доцент

(МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

\*Настоящее исследование по обоснованию пилотной модели кооперативной аукционной торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) (договор № 18-010-01103/18, заявка №18-010-01103).

Аннотация. В статье рассмотрены основные достижения в научной кооперативной теории в сфере сбыта сельскохозяйственной продукции. Изложены условия создания, основные принципы построения и функционирования пилотной модели кооператива по аукционной продаже сельскохозяйственной продукции с учетом отечественной и зарубежной практики сбыта. Обосновываются преимущества организации кооперативов с аукционной продажей.

Ключевые слова: кооперативный сбыт сельскохозяйственной продукции; кооператив с аукционной продажей; принципы создания и функционирования.

Контактная информация: Хожаинов Николай Тихонович (эл. почта: hozhainovnik@gmail.com).

p. 49-54

**Model of Cooperative Auction Trade in Agricultural Products and Food**

**Khozhainov N.T.,**PhD (Economics), Associated Professor

(Lomonosov Moscow State University)

Abstract. The article deals with the main achievements in the scientific cooperative theory in the field of agricultural sales. The conditions of creation, basic principles of construction and operation of a pilot model of a cooperative for the auction sale of agricultural products, taking into account domestic and foreign sales practices, are described. The advantages of organizing cooperatives with auction sales are justified.

Key words: cooperative marketing of agricultural products; cooperative with auction sales; principles of creation and operation.

**МОДЕЛЬ КООПЕРАТИВНОЙ АУКЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕНННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ И ПРОДОВОЛЬСТВИЕМ[[1]](#footnote-2)**

**Н.Т. Хожаинов**, доцент

(МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

*Введение.* С развитием малого агробизнеса, повышением производства в фермерских хозяйствах и у индивидуальных предпринимателей, производственной и рыночной активизацией части хозяйств населения, повышением доли малых и особенно сельскохозяйственных микропредприятий в общей численности сельскохозяйственных организаций растет рыночное предложение сельскохозяйственной продукции со стороны малых форм хозяйствования. Одновременно нарастает рыночная мощь крупных сельскохозяйственных компаний и усиливается конкуренция на аграрном рынке при сбыте продукции. Однако ввиду имеющихся ограничений в связи с узким ассортиментом предлагаемых товаров, маленьких партий поставок, неритмичности и неустойчивости рыночного предложения мелкие хозяйства испытывают, как правило, большие трудности по сбыту сельскохозяйственной продукции и слабо заинтересованы в развитии сбытового потенциала своих хозяйств. Для малых сельскохозяйственных производителей остро встает вопрос о необходимости улучшения условий доступности различных каналов сбыта. В решении этой проблемы большую позитивную роль может сыграть развитие кооперативной аукционной торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием. Поэтому важно выработать модель аукционной торговли сельскохозяйственной продукции на региональном уровне и прежде всего в целях поддержки сбыта и соответственно социально-экономического развития мелких сельскохозяйственных производителей.

*Результаты проведенного научного исследования.* Развитие сельскохозяйственной кооперации, в том числе и сбытовой, остается одной из важных актуальных тем научных публикаций. Многими российскими учеными ведутся достаточно основательные исследования различных проблем сельскохозяйственной кооперации в России и за рубежом. В частности, рассматриваются необходимость повышения роли сбытовой кооперации в развитии производства и повышении эффективности деятельности различных производителей в отдельных продуктовых подкомплексах: в молочной отрасли (Котомина М. [8]), в выращивании скота, производстве и переработке говядины (Кошелев В. и Пошлепкина А. [9]), в наращивании производства и увеличения реализации плодоовощной продукции (Тульчеев В., Лукин Д. и Лукин Н. [16]).

При этом развитие кооперации, и том числе сбытовой, рассматривается не только как фактор развития и укрепления экономики отдельных хозяйствующих субъектов, но и как важнейший фактор устойчивого развития всего агропромышленного комплекса страны (Крылов В., Баюнов В., Михеев Е. [10], Гатаулина Е. [4], Хлусова И. и Хлусов [19], Харитонов Н.С. [17,18], Хожаинов Н.Т. и Назарова А.А. [20,21]) и развития сельского хозяйства в субъектах Российской Федерации (Гетманчук А. и Семкин А. [6]; Азимова Н. [1], Баймишева Т.А. и Курмаева И.С. [2]), в том числе в отстающих и депрессивных регионах.

Ряд ученых обращает внимание на характер и причины позитивных и негативных тенденций (Буздалов И. [3], Ткач А. и Черевко А. [15]) и имеющийся формализм в развитии сельскохозяйственных кооперативов (Сарайкин В. и Янбых Р. [23]), некоторыми исследователями выделяются сильные причины и многочисленные серьезные риски, сдерживающие и осложняющие развитие кооперации (Максимов А. [11]).

Предлагаются различные меры по стимулированию развития кооперации на основе внедрения различных инноваций в материально-технической базе, в организационном механизме взаимодействия и встраивания кооперативов на различных структурных уровнях сбыта сельскохозяйственной продукции, включая взаимодействие с торговыми сетями, Центросоюзом, оптово-распределительными центрами и перерабатывающими предприятиями (Головин А. [7], Суровцев В. и Никулина Ю. [14]), Юдин Е., Юдина Т., Гумеров В. и Гасанова М. [22], Шагайда Н.И., Гатаулина Е.А., Узун В.Я., Янбых Р.Г. [24]), улучшения оценки деятельности кооперативных формирований (Панкратова Д. [13]).

В целом кооперация выступает в качестве универсального способа преодоления существующего «порочного «круга» развития среднего и малого сельскохозяйственного предпринимательства, поддержки нормальной жизнедеятельности сельского населения и развития сельских территорий: недостатка финансовых средств – ограничения развития успешной хозяйственной деятельности - ограничения возможностей обновления материально-технической базы и обеспеченности оборотными средствами - роста себестоимости и ухудшения качества продукции – снижения выхода продукции и конечных результатов хозяйствующих субъектов – занижения выручки от реализации по заниженным ценам - потери доходов - нехватки финансовых средств – ограничения производства и социальных условий развития.

Непосредственно участниками проекта и некоторыми другими учеными предлагается и поддерживается создание пилотных проектов сбытовых кооперативов (Крылов, В., Баюнов В., Михеев Е. [10]).

Аукционная кооперативная форма сбыта становится выгодной всем участникам сбытовой цепочки:

- непосредственно производителям, так как позволяет освободить их от бремени торговых операций и на этом прилично экономить, а также повышать цены на сбываемую продукцию за счет устранения частных посредников;

- мелкооптовым покупателям, для которых упрощается проблема поиска продукции, обеспечивается гарантия высокого качества продукции, происходит снижение цены приобретения по сравнению с закупками у других поставщиков, в том числе за счет устранения звена частных посредников;

- городским властям, для которых улучшаются условия обеспечения качественным продовольствием социально значимых мелкооптовых потребителей, особенно – школ, больниц, предприятий общественного питания и др.;

- горожанам, которые могут снизить затраты на приобретение продуктов питания на открытых аукционах, особенно при совместной покупке лотов продукции, в результате чего их покупки будут на 15-30 % дешевле, чем в окружающих магазинах.

Исследование базируется на том, что участники проекта непосредственно знакомились с проведением соответствующего аукциона в Германии, проследили полный цикл деловых операций от фермера до аукциона и отметили четкость организации такого аукциона.

Организация и механизм функционирования аукционного кооператива предполагают разработку методического инструментария.

Основой построения функционирования аукционного кооператива являются принципы его организации.

Основные принципы организации аукционного кооператива:

* Полными членами-участниками аукционного кооператива являются, в основном, малые формы хозяйствования.
* Членами кооператива могут быть домашние хозяйства-производители.
* Исключение из числа полных членов аукционного кооператива торговых посредников.
* Неполными членами кооператива могут быть другие поставщики сельскохозяйственной продукции и продовольствия.
* Многочисленный состав участников. Число членов должно быть достаточно большим и охватывать по возможности производителей нескольких сельскохозяйственных районов.
* Освобождение членов - участников кооператива от торговых функций. Члены кооператива занимаются преимущественно подготовкой лотов продукции.
* Наличие большого контингента потенциальных покупателей в черте действия кооператива.
* Основным видом покупателей являются мелкие оптовики, которым требуется закупка продукции на несколько дней.
* Рабочий персонал аукционной площадки и других подразделений аукционного кооператива является наемным и оплачивается за счет средств, которые формируются из отчислений от аукционных продаж на компенсацию административных издержек.
* Удаленная торговля через интернет.

Структурные подразделения аукционного кооператива. Полные члены аукционного кооператива избирают правление, которое осуществляет общее управление, нанимает администрацию аукционного кооператива и ведет текущий контроль за деятельностью администрации.

Представители членов – малых сельскохозяйственных производителей и сельских домохозяйств-поставщиков могут быть избраны в члены правления. Неполные члены – различные другие поставщики - имеют право совещательного голоса.

Основными структурными подразделениями аукционного кооператива являются: правление аукционного кооператива; дирекция (администрация); аукционная площадка; транспортное подразделение; накопительный центр – складское хозяйство; цех хранения; перерабатывающих цех; аукционные службы; бухгалтерия; компьютерная служба, служба снабжения (тарой, маркировочными материалами и др.). вспомогательные подразделения и др.

Размещение аукционных площадок осуществляется в крупных и средних городах с наличием не менее 100 мелкооптовых покупателей – организаций (продовольственной торговли, общественного питания, перерабатывающих предприятий и др.). Также они могут размещаться в местах производства, как в Нидерландах или Бельгии.

Аукционная площадка размещается в местах с хорошей транспортной инфраструктурой (как правило, на окраине города).

Порядок подготовки партий товаров:

- составление годичной Программы аукционных поставок с разбивкой по дням;

- составление заявок и формирование закупок тары, упаковочных, маркировочных и других материалов;

- подтверждение запланированных поставок на аукцион;

- формирование лотов по партиям аукционных поставок;

- погрузка и транспортировка партий продукции на аукцион с помощью специализированной транспортной службы;

- размещение лотов на аукционной площадке;

- погрузка и отправка проданных лотов покупателям;

- распределение нереализованной продукции (на переработку, на хранение, возврат поставщику, оказание продовольственной помощи, утилизация).

Порядок доставки продукции на аукцион:

- закрепление функций обеспечения тарой для формирования партий товаров за специализированной службой;

- закрепление функции подготовки лотов (сортировки, маркировки, упаковки и др.) за поставщиком;

- закрепление функции подготовки сопроводительных документов на партии товаров за поставщиком (ветеринарные справки, справка о происхождении товара, сертификаты и др.);

- доставка продукции на аукцион осуществляется специализированной транспортной службой кооператива.

Основные принципы проведения аукционов:

* Открытый характер проведения аукционов.
* Но при этом могут использоваться различные режимы для отдельных категорий покупателей. Например, для постоянных покупателей - мелких оптовиков может применяться режим первоочередных покупок.
* Регулярное (периодическое) проведение аукционов.
* Периодичность проведения аукционов устанавливается в зависимости от особенностей продукции, пожеланий большинства постоянных мелкооптовых покупателей и других факторов.
* Учет сезонности производства при проведении аукционов: в летне-осенний период проводятся чаще, в осенне-зимний период – реже.
* Включение в перечень реализуемой только такой продукции, которая может расфасовываться в определенные виды тары и представляться для торговли в виде лотов.
* Разнообразие лотов при их формировании (лоты по видам продукции, комбинированные лоты; крупные лоты, средние лоты, мелкие лоты).
* Важно при этом, чтобы лоты были удобными (подъемными) для любых покупателей. Поэтому даже по одному виду продукции лоты могут быть разновесными.
* Закрепление функций подготовки лотов продукции за сельскохозяйственными производителями.
* Обязательным условием при подготовке лотов является стандартная для аукциона маркировка, содержание которой устанавливается по общему согласию производителей и покупателей. При этом наряду с общепринятыми сведениями, необходимыми на случай административных или судебных разбирательств, могут присутствовать и специальные. Например, для листовой зелени - время уборки и т.д.
* Закрепление функции доставки продукции на аукцион за специализированной транспортной службой кооператива.
* Транспортировка выкупленной продукции также может осуществляться транспортом кооператива на основе специального соглашения с покупателями.
* Лот считается проданным после получения первого подтверждения на пульте.
* После третьего объявления непроданный лот продукции снимается с торгов и используется в соответствии с принятой схемой.
* Возможно удаленное участие через интернет.

Принципы установления цен:

* Начальный уровень аукционных цен определяется по предложению поставщиков и согласованию с администрацией аукционной площадки.
* Исходная цена поставщика корректируется с учетом сложившейся розничной цены в зоне действия аукционного кооператива.
* Аукционная цена может устанавливаться двумя способами:

а) от исходного минимума (для дефицитной продукции);

б) от исходного максимума (для насыщенного рынка).

* В процессе проведения аукциона корректировка цены проводится путем изменения цены по шкале повышения (снижения) скидок (надбавок) в виде процентных изменений или индексной корректировки.
* В конце торгов может применяться скидочная цена реализации.
* Постоянные покупатели-домохозяйства имеют более высокие льготы по скидкам цен (например, до 20%).
* Постоянным покупателям - организациям и индивидуальным предпринимателям предоставляются льготы по ценам (например, до 15%).

Порядок проведения аукциона:

- До проведения аукциона готовится предварительная информация по установленной форме.

- За неделю до проведения размещается объявление на сайте кооператива.

- Перед проведением аукциона осуществляется корректировка информации о проведении аукциона.

- До проведения аукциона проводится регистрация его участников.

- В начале проведения аукциона объявляется порядок его проведения.

- Проведение аукциона осуществляется аукционной службой.

- После трехкратного объявления торгов без отклика покупателя лот снимается с торгов.

- Проведение завершающих сделок по «скидочным ценам».

- После проведения аукциона осуществляется подведение итогов.

- Проводятся заключительные мероприятия (распределение продукции, утилизация и др.).

Принципы распределения доходов:

- В целях упрощения налогообложения и усиления заинтересованности сельскохозяйственных производителей членам кооператива выручка от сбыта зачисляется на счета поставщиков после каждой сделки.

- Налоги и сборы по торговой сделке оплачивает поставщик продукции.

- После получения выручки на свой счет поставщик отчисляет на счет кооператива установленные средства на компенсацию административных издержек.

- Возможно установление разновариантного порядка распределения выручки от продажи на аукционах:

а) отчисление на административные и хозяйственные расходы аукционного кооператива;

б) отчисление определенной доли выручки (4-5%).

Построение пилотной модели кооператива по аукционной продаже сельскохозяйственной продукции и предложения по ее внедрению.

В соответствии с описанными в предыдущих разделах теоретическими положениями и сведениями из опыта работы аукционных кооперативов в других странах сформулированы принципы и подходы к построению пилотной модели кооператива с аукционной продажей продукции для России. В них сохраняется специфика построения и функционирования именно данной формы кооперации, отработанная и проверенная многолетней практикой в зарубежных странах, но при этом внесены коррективы в содержание отдельных позиций с учетом особенностей природных, экономических, финансовых условий России. При этом схема модели аукционного кооператива является общей, не привязанной к конкретным условиям того или иного региона. Из этого следует, что при разработке конкретного варианта аукционного кооператива могут вноситься уточнения и дополнения. На рисунке 1 приведена общая схема устройства пилотной модели кооператива с аукционной продажей сельскохозяйственной продукции.

.

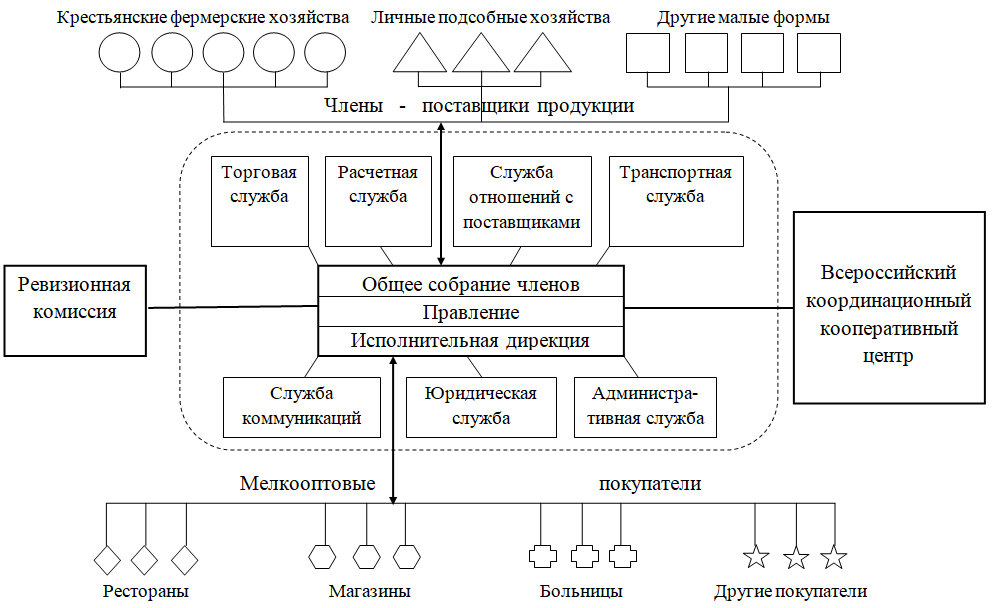


Рисунок 1 - Схема кооператива с аукционной продажей сельскохозяйственной продукции.

Источник: составлено автором.

При построении конкретной модели кооператива с аукционной продажей целесообразно придерживаться следующих рекомендаций:

* Кооператив с аукционной продажей - специфичная форма кооперации, призванная решать одну из конкретных задач сложного процесса движения продукции от поля к потребителю - ее сбыт. При этом в качестве покупателя выступает конечный потребитель, а торговые операции происходят без непосредственного участия производителей и без взвешивания продукции - лотами, то есть ведется торговля продуктами, расфасованными в тару и весом, удобным для покупателей.
* Через аукцион может продаваться продукция, которая может быть расфасована по лотам, тарой для которых служат ящики, коробки, пакеты и пр. Поэтому поставщиками продукции для аукционной торговли могут быть производители такой продукции. Какое количество продукции будет поставляться на аукцион, решает сам производитель.
* Специализация аукционных кооперативов определяется с учетом запросов покупателей и возможностей производителей. В зарубежной практике распространены как многопрофильные, так и узкоспециализированные аукционы. В европейских странах они занимаются в основном продажей плодоовощной продукции и картофеля. В российских условиях представляется предпочтительным многопрофильный вариант, особенно на начальном этапе, исходя из интересов покупателей, для которых, безусловно, выгоднее производить закупки в одном месте. По мере появления в одном городе нескольких подобных кооперативов можно будет перейти к углублению специализации. Многопрофильный вариант выгоден также и производителям, поставляющим несколько видов продукции.
* По решению членов кооператива возможно и целесообразно допускать к продаже товары промышленного производства - зерно и его компоненты, сахар, растительное масло и др. В первую очередь может поставляться продукция, перерабатываемая на давальческих условиях, часть которой возвращается поставщикам сырья, являющимся членами кооператива. Но возможна и контрактная форма закупки продукции кооперативом у переработчиков, что выгодно как с позиции получения определенных доходов, так и расширения ассортимента с целью привлечения покупателей.
* Членами аукционного кооператива могут быть любые малые формы производителей - фермерские хозяйства, подсобные хозяйства населения, индивидуальные производители, а также малые организации других форм. Участие представителей разных форм в кооперативе не может привести к ущемлению чьих-то интересов, так как распределение доходов ведется по количеству поставляемой продукции. В целях недопущения монополии отдельных поставщиков в учредительных документах может быть предусмотрен ограничивающий объем поставок. Еще следует иметь в виду, что объем продаж на аукционе должен иметь солидную критическую массу, создать которую мелким производителям сложно.
* Принципиальное значение в создании кооператива имеет вопрос участия администрации города, в котором предполагается размещение накопительных складских помещений и аукционных служб. Создание таких мощностей в городе требует больших средств, мобилизовать которые за счет паевых взносов сельскохозяйственных производителей весьма проблематично, по крайней мере одномоментно, еще до начала деятельности кооператива. Поэтому целесообразно участие администрации города в организации кооператива путем выделения на выгодных условиях соответствующих объектов (безвозмездно или иначе), оказания помощи на начальном этапе в транспортировке продукции, выполнении некоторых охранных функций.
* В зарубежной практике применяются разные подходы. Так, в Германии городское участие оформляется в виде членства и в учредительных документах закрепляются соответствующие обязательства, а в Нидерландах, где аукционная торговля базируется в местах производства, такое участие не обязательно. В России создание аукционных кооперативов следует начинать в крупных городах, чтобы иметь возможность привлечения достаточного числа покупателей - мелких оптовиков (100 и более) и получения помощи в организации материальной базы.
* Основными покупателями продукции на аукционе выступают мелкооптовые потребители - организации, которые закупают обычно продукцию партиями, возможно на неделю: больницы, школы, предприятия общественного питания, небольшие магазины и прочие.
* Достоинством данной формы можно считать возможность участия горожан в покупках лотов продукции. При этом небольшие лоты, например, листовой зелени, ягод, могут покупать отдельные горожане для семьи, а крупные лоты – совместно на основе соглашения.
* Регулярность проведения аукционов устанавливается по ситуации - от одного раза в неделю до ежедневных продаж. В течение недели может чередоваться продажа продукции по видам, например - скоропортящаяся два-три раза в неделю, а более длительного хранения, например, картофеля - раз в неделю.
* На начальном этапе деятельности кооператива целесообразно проводить открытые аукционные торги, а в последующем, после формирования устойчивого контингента покупателей можно перейти и к закрытым аукционным торгам.
* Возможна так называемая удаленная торговля с помощью интернета, в первую очередь для постоянных мелкооптовых покупателей.
* Для создания аукционного кооператива необходимо образовать инициативную группу специалистов, представляющих все группы участников - производителей-поставщиков, покупателей, представителей городской администрации, юриста, менеджера. Инициативная группа проводит работу по выявлению возможных мелкооптовых покупателей и производителей-поставщиков, ведет переговоры с местной администрацией города на предмет ее участия в качестве члена. При выявлении возможности создания кооператива инициативная группа организует разработку бизнес-плана аукционного кооператива. Только в процессе разработки такого документа могут быть определены все конкретные параметры организации кооператива и торговли, а на этой основе выявлены размеры участия в кооперативе в качестве членов - паевых и организационных взносов, дополнительных взносов на формирование материальной базы и другие по необходимости.
* После составления учредительных документов и разработки бизнес-плана проводится учредительное собрание, на котором точно определяется число участников, избираются органы управления, решаются другие организационные моменты. На этом этапе целесообразно провести обучение участников кооператива в соответствии с приведенной ниже программой.
* После учредительного собрания разрабатывается годовая программа поставок и продаж продукции. Ориентиром для ее разработки является заявка покупателей по видам и срокам продажи продукции на аукционе. На ее основе члены-производители составляют план производства и понедельный график сбора для поставок на аукцион. В случае, если план не закрывает потребное количество продукции, дирекция организует поиск поставщиков и заключает с ними договора. Некоторые виды продукции могут поставляться на хранение, из которого формируются партии для продажи. Составление подобной программы и ее исполнение являются важнейшими условиями устойчивого функционирования аукционного кооператива.
* Для европейской части России целесообразны на начальном этапе следующие средние параметры устройства аукционного кооператива:
* - количество членов - от 100 и больше, в том числе 25 личных подсобных хозяйств, 70 фермерских хозяйств, 5 обществ с ограниченной ответственностью;
* - количество мелкооптовых покупателей - от 70 и больше;
* - общий объем поставок и реализации продукции одним кооперативом за год- 4000 тонн, на одного производителя в год - 20-40 тонн;
* - закупки в расчете на одного покупателя-мелкого оптовика за год - от 15 тонн и больше;
* - количество аукционов – свыше 100;
* - количество реализованной продукции на одном аукционе – 5-15 тонн и больше.
* Забор и доставка продукции на аукцион осуществляется транспортом кооператива. Для своевременной доставки продукции на продажу целесообразно ее завозить в день продажи, некоторая часть может поступать из хранилища кооператива. Для выполнения этой работы нужно иметь четыре-пять автомобилей, из них половина должна быть с охлаждением.
* Классической формой аукционной торговли считается демонстрация образцов, но при торговле сельскохозяйственной продукцией это хлопотно. Поэтому перед началом аукциона покупатели имеют возможность в течение часа-двух ознакомиться с выставленными лотами и сделать для себя выбор, а на самом аукционе после объявления аукциониста стараться первым нажать кнопку выбора. В случае отсутствия покупателей после первого объявления проводится второе с понижением цены и так может быть несколько раз. Если же и после этой процедуры товар остается невостребованным, то с ним поступают по принятому правилу: возврат поставщику, направление на переработку, на хранение или на утилизацию.
* Выкупленную продукцию потребитель обычно забирает своим транспортом, возможна также доставка транспортом кооператива по соответствующему договору. Расчет за купленную на аукционе продукцию покупатель осуществляет с кооперативом в течение двух дней, а кооператив в такой же срок пересылает выручку от реализации продукции поставщикам за вычетом установленной нормы возмещения кооперативных издержек. В кооперативах других стран чаще всего поставщики оставляют кооперативу в пределах пяти процентов, но в России на начальном этапе целесообразно увеличить отчисления до 8-10 процентов.
* В целях обеспечения круглогодичной деятельности аукционный кооператив может закупать продукцию импортного происхождения как у посредничающих организаций, так и непосредственно у производителей других стран, разумеется, при выгодности данной операции. В принципе возможно создание межгосударственных аукционных кооперативов, особенно с участием южных государств с целью поставки растениеводческих продуктов в зимний период.
* Практика кооперации с аукционной продажей сельскохозяйственной продукции ценна для России еще и тем, что организация аукционной продажи возможна уже в действующих кооперативах, причем как в потребительских, так и в производственных. Для этого нет необходимости создавать и регистрировать новое юридическое лицо, достаточно организовать лишь обособленный учет. Такой подход обеспечивает ряд дополнительных преимуществ: во-первых, начинать приходится не с нуля, а можно опереться на существующую материальную базу, что весьма существенно на начальной стадии; во-вторых, члены действующего кооператива могут переориентироваться на продажу продукции новым способом; в-третьих, открытие аукционной торговли в действующем кооперативе не требует изменения устоявшихся принципов его деятельности; в-четвертых, открытие аукционной торговли служит мотивационным фактором как для действующих членов кооператива, так и для привлечения новых.
* Список литературы.
* Азимова Н. Модель оптимизации системы сбыта в потребительском кооперативе // АПК: экономика, управление. – 2018. – №7. – С. 41-47.
* Баймишева Т.А., Курмаева И.С. Состояние и перспективы развития сельскохозяйственной кооперации в Самарской области // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2018. – №7. – С. 52-56.
* Буздалов И. Тернистый путь кооперативного движения в России // АПК: экономика, управление. – 2018. – №8. – С. 53-67.
* Гатаулина Е. Реализация потенциала сельскохозяйственной потребительской кооперации //Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – №11. – С. 88-93.
* Гатаулина Е.А. Сравнительный анализ аграрных структур России и США // Отечественные записки. – 2012. – № 6. – С. 134-158.
* Гетманчук А., Семкин А. Развитие сельскохозяйственной кооперации и интеграции в овощепродуктовом подкомплексе Краснодарского края // Экономика сельского хозяйства России. – 2016. – № 8. – С. 76-82.
* Головин А. Модель агроресурсной кооперативной сети в системе Центросоюза Российской Федерации // АПК: экономика, управление. – 2017. – № 12. – С. 45-54.
* Котомина М. Расчет потенциала для развития молочной кооперации на основе сложившейся аграрной структуры // Экономика сельского хозяйства России. - 2018. - №4. – С. 86-90.
* Кошелев В., Похлебкина А. Эффективность организации сельскохозяйственного потребительского перерабатывающего кооператива в мясном скотоводстве // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – №3. – С. 64-70.
* Крылов В., Баюнов В., Михеев Е. Через пилотные проекты сельхозкооперации к успешному развитию аграрных районов России // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – №2. – С. 85-89.
* Максимов А. Регулирование деятельности сельскохозяйственных кредитных кооперативов // АПК: экономика, управление. – 2017. – №5. – С. 39-44.
* Овчинцева Л. Поддержка развития сельской кооперации в российских регионах // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2017. – №1. – С. 34-38.
* Панкратова Д. Новый подход к рейтинговой оценке сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов // АПК: экономика, управление. – 2017. – №4. – С. 41-50.
* Суровцев В., Никулина Ю. Стратегия развития агрохолдингов и фермерских хозяйств: новые институциональные формы кооперации деятельности // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – №7. – С. 71-78.
* Ткач А., Черевко А. Тенденции и перспективы развития сельскохозяйственной кооперации в России // АПК: экономика, управление. – 2017. – №1. – С. 42-49.
* Тульчеев В., Лукин Д., Лукин Н. Кооперация и интеграция малых форм хозяйствования – перспектива развития АПК и общего аграрного рынка ЕАЭС // АПК: экономика, управление. – 2017. - №7. – С. 22-32.
* Харитонов Н.С. Кооперативные формы сбыта продукции сельскохозяйственными производителями // Экономика сельского хозяйства России. – 2019. - № 5. - С. 95-99.
* Харитонов Н.С. Учение А.В. Чаянова о вертикальной кооперации и его использование в кооперативном строительстве // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2019. - № 4. - С. 37-44.
* Хлусова И., Хлусов В. Инфраструктурные преобразования системы кооперации на селе //Экономика сельского хозяйства России. – 2018. - №9. – С. 106-113.
* Хожаинов Н. Т. Идеи А.В. Чаянова об устойчивости развития крестьянских хозяйств на основе кооперации, о кооперативном сельскохозяйственном страховании и современность // Материалы международной научной конференции "Научное и творческое наследие А.В. Чаянова в аграрной экономике ХХI века». - М.: Издательство РГАУ-МСХА, 2018. - 371 с. - С. 35–40.
* Назарова А.А., Хожаинов Н.Т. Институциональные аспекты кооперативного сельскохозяйственного страхования в России. - Мир агробизнеса. 2013. № 2, с. 7-12. URL: http://www.foodprom.ru/journals/25-mir-agrobiznesa/150-mir-agrobiznesa-2-2013.
* Юдин Е., Юдина Т., Гумеров В., Гасанова М. Развитие оптово-распределительных центров – направление поддержки малых форм хозяйствования на селе // Экономика сельского хозяйства России. – 2016. – №8. – С. 83-88.
* Янбых Р., Сарайкин В. Классификация кооперативов и развитие сельскохозяйственной кооперации // АПК: экономика, управление. – 2018. – №7. – С. 13-22.
* Янбых, Р.Г. Шагайда, Н.И., Гатаулина, Е.А., Узун В.Я. Разработка механизмов встраивания малых форм хозяйствования в продовольственные цепочки. М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, 2017. - 99 с. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=2958801.

1. Настоящее исследование по обоснованию пилотной модели кооперативной аукционной торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) (договор № 18-010-01103\18, заявка № 18-010-01103) [↑](#footnote-ref-2)