

КООПЕРАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ СБЫТА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПРОДУКЦИИ

COOPERATIVE ACTIVITIES IN THE FIELD OF SALES OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS

Аннотация. В статье анализируются проблемы российских пчеловодов и те возможности, которые открываются для них при кооперировании на муниципальном уровне и посредством городских кооперативов. Автор представил конкретный пример схемы работы с пчеловодами действующего городского кооператива органических продуктов с его возможностями и ограничениями.

Цель работы. Изучить возможности кооперативного объединения производителей органических продуктов питания для сбыта своей продукции на примере пчеловодства.

Материалы и методы исследования. Использованы официальные источники, интернет-ресурсы, литература, посвященная кооперативной тематике. Авторский анализ, интервью экспертов, экономико-статистические методы исследования, исследование конкретной ситуации, сравнения, обобщения и др.

Результат работы. Обоснование применимости городских кооперативов органических продуктов питания как дополнения низовых сельскохозяйственных кооперативов на муниципальном уровне. Выявление причин низких стимулов самостоятельного формального кооперирования пчеловодов в сельской местности.

Abstract. The article analyzes the problems of Russian beekeepers and the opportunities that open up for them when cooperating at the municipal level and through urban cooperatives. The author presented a specific example of a scheme for working with beekeepers of the existing urban cooperative of organic products with its capabilities and limitations.

The purpose of the work. To study the possibilities of a cooperative association of producers of organic food products for marketing their products using the example of beekeeping.

Materials and methods. Primary sources, official sources, Internet resources, literature devoted to cooperative topics were used. Author's analysis, expert interviews, economic and statistical methods of research, case study, comparison, generalization, etc.

The result. Justification of the applicability of urban organic food cooperatives as a complement to grassroots agricultural cooperatives at the municipal level. Identification of the causes of low incentives for independent formal cooperation of beekeepers in rural areas.

Рыкалин Артур Сергеевич – научный сотрудник Евразийского центра по продовольственной безопасности МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва, Российская Федерация); e-mail: artrykalin@yandex.ru.

Rykalin A.S. – Research Officer, MSU Eurasian Center for Food Security (Moscow, Russian Federation).

Дробышева Вера Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Российского университета кооперации (г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: vdrobisheva@ruc.su.

Drobisheva V.A. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, The Department of Economics, Russian University of Cooperation (Mytishchi, Moscow region, Russian Federation).

Ключевые слова: сельскохозяйственная кооперация, сельскохозяйственные кооперативы, потребительские кооперативы, организации производителей, провалы рынка, пчеловодство, аграрная политика, органические продукты, сбыт, маркетинг, продовольственная безопасность.

Keywords: agricultural cooperation, agricultural cooperatives, consumer cooperatives, producer organizations, market failures, beekeeping, agricultural policy, organic products, sales marketing, food security.

Ситуация в российском пчеловодстве сегодня вызывает оправданную тревогу. Поставщики натурального меда в России испытывают острейшую конкуренцию с различными медовыми продуктами, находятся под угрозой сильного мора пчел от химизации и гибридизации сельского хозяйства, испытывают трудности в рентабельной реализации меда и сталкиваются с общим сокращением спроса на мед и продукты пчеловодства в связи с межтоварной конкуренцией с сахарной продукцией и продукцией из различных не медовых сахарозаменителей. Низовые кооперативы для пчеловодов на муниципальном уровне смогли бы повысить и переговорную силу пчеловодов, и сократить издержки, и диверсифицировать каналы сбыта, и объединить в защите интересов от интенсивной химизации окрестностей пасек, и повысить продовольственную безопасность страны.

В 2017 и 2018 годах в разных областях были частыми случаи гибели пчел из-за применяемых химикатов в соседних хозяйствах. В каких-то областях пчеловодов даже не предупреждали заранее. В России до сих пор нет закона, защищающего пчеловодство, пчеловодов, пчел и потребителей меда. Нет специальной программы и специалистов в министерстве сельского хозяйства, которые вели бы системную работу по пчеловодческой отрасли. Есть порядка 40 региональных законов, но они регулируют частные вопросы. Нет единой организации, отстаивающей интересы пчеловодов на государственном уровне.

Проблема гибели пчел не только российская, а общемировая. В Германии, например, за 20 лет количество насекомых, в том числе и пчел, сократилось приблизительно на 75%. Сходные проблемы во Франции, Англии и США. Например, в 2016 г. управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов министерства здравоохранения и социальных служб США обнаружило в американском меде глифосат, который по версии Всемирной организации здравоохранения является «воз-

можным канцерогеном» [9]. Один из крупнейших французский кооперативов пчеловодов «Семья Мишо» [10] также обнаружил глифосат в меде, поставляемом французскими пчеловодами [8].

Осознавая значимость мировых проблем в пчеловодстве, Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию о провозглашении 20 мая Всемирным днем пчелы. Проблема подделки меда также является общемировой.

В то же время пчеловодство играет большую роль, как для устойчивого развития сельского хозяйства, так и сельских территорий. Пчелы являются неотъемлемой частью опыления, источником дохода для семей пчеловодов в сельской местности, способствуют созданию полезного продукта для потребителей. Пчелы опыляют порядка 80% растений, что напрямую влияет на урожайность многих сельскохозяйственных культур. Согласно Всероссийской сельскохозяйственной переписи в России примерно 135 тыс. человек занимаются торговлей медом, а общая численность пчеловодов, согласно экспертным оценкам Александра Пономарева, главного редактора портала «Мир пчеловодства», составляет порядка 200 тыс. человек [5].

Мед мог бы стать и еще одной статьей аграрного экспорта, на который нацелилась современная аграрная политика после предыдущего этапа импортозамещения. Сейчас экспорт меда составляет всего порядка 6 млн. долл., а на Украине, например, – почти под 100 млн. долларов. Китай почти при таком же количестве пчеловодов производит и экспортирует в разы больше меда.

Одним из возможных решений накопившихся проблем для пчеловодов может быть переход от конкуренции друг с другом и индивидуального выживания к кооперации. Жизнестойкие формы кооперации множества разрозненных пчеловодов актуальны не только в России, но и по всему миру. Например, обобщению лучших мировых практик кооперации пчеловодов посвящено исследование, подготовленное для северной Греции, в которой насчитывается порядка 20

тыс. пчеловодов [12]. Значительный интерес для исследования представляют бизнес-модели и вызовы кооперативных сообществ пчеловодов Южной Африки [13].

Схем и форм кооперации существует много и не может быть какой-то одной идеальной, подходящей одновременно всем пчеловодам во всех регионах. Приведем пример рабочей схемы реализации пчеловодческой продукции в России, работающей в потребительском кооперативе «Народное здоровье» [6].

Кооператив закупает продукцию у разных пчеловодов из разных регионов для своих пайщиков-потребителей в городах. Дистрибуция устроена через несколько бакалейных отделов в Москве, интернет-магазин с доставкой по Москве и всей России, оптовое снабжение небольших магазинов и организованных групп потребителей. Наценка розничной цены к отпускной цене пчеловодов направляется на покрытие операционных расходов деятельности кооператива: аренду магазинов, оплату труда продавцов, курьеров, консультантов, складских работников, налоги и прочие административные расходы. Расчет с пчеловодами, как правило, осуществляется по мере реализации продукции. С кем-то договоренность выстраивается при частичной предоплате и полном расчете через обговоренный срок.

Основное преимущество данной схемы для пчеловодов – это избавление от расходов ресурсов (временных, трудовых, финансовых) на реализацию своего продукта, надежность и доверие к контрагенту, который уже много лет на рынке и имеет положительную коммерческую историю полного расчета за продукцию. Еще одним немаловажным преимуществом является то, что отпускная цена для кооператива, как правило, превышает закупочную цену оптовиков, которые ездят по деревням и скупают мед на месте.

Многие пчеловоды на муниципальном уровне, с одной стороны, не хотят дешево продавать свой мед массовым скупщикам, но, с другой стороны, не хотят и самостоятельно выходить на ярмарки, искать покупателей, напрямую находить клиентов через социальные сети. Многие также не готовы искать кооперации с другими территориально близкими пчеловодами из района, чтобы сообща покрывать расходы по сбыту, доставке, снабжению инвентарем. От создания местных кооперативов пчеловоды отпугивают также дополнительные расходы на регистрацию юридического лица, подготовку бухгалтерской отчетности, уплату нало-

гов, поддержание управленческого и вспомогательного персонала и др.

Российские низовые кооперативы нуждаются в реальных преференциях. Например, в конце 2017 г. в США был принят закон, дающий большие налоговые преимущества фермерам, продающим свою продукцию кооперативам. Налоговому вычету подлежит 20% от суммы продаж кооперативу. Если налогооблагаемая прибыль фермера окажется меньше, чем пятая часть поставок в кооператив, то он будет вообще освобожден от уплаты налогов. При продаже не кооперативу налоговый вычет фермера составит 20% от прибыли, а не выручки. Данная мера планируется до 2025 г. Многие торговые фирмы стали задумываться о том, чтобы зарегистрировать кооператив для осуществления своей оперативной деятельности [11]. Американские законодатели дают большие преференции кооперативам, чтобы повысить их рыночную власть для справедливой конкуренции с агрохолдингами.

Кооператив «Народное здоровье» также берет на себя расходы по продвижению бренда пасечника так, что у пчеловода могут появиться и другие крупные клиенты или постоянные частные покупатели, которые будут приобретать продукцию напрямую или даже с выездом в хозяйство, дополнительно активизируя направление агротуризма для пчеловодческого комплекса.

В случае, если кооператив не может реализовать полностью мед, то возврата меда не происходит. Кооператив осуществляет полный расчет и уже несет самостоятельные издержки по скидочной реализации остатков. Также в ряде случаев кооператив авансировал оборотный капитал для пчеловодов с целью расширения пасек и снижения себестоимости продукции. Например, один пчеловод из Пензенской области получил от кооператива беспроцентный заем на 1 миллион рублей для погашения задолженностей от микрофинансовых организаций и расширения пасеки. Также несколько лет кооператив почти полностью закрывал вопрос сбыта его меда. Однако недобросовестное поведение этого пчеловода свело на нет эту практику, которая могла бы быть существенным кредитным подспорьем для ответственных пчеловодов. Таким образом, кооператив «Народное здоровье» выступал для пчеловодов многофункциональным кооперативом: и сбытовым, и кредитным, и маркетинговым.

Закупочная и розничная цена на продукцию имеет не директивный, а переговорный характер и определяется потребительской готовностью платить. Кооператив выставляет мед в свою сеть и по итогам нескольких месяцев приходит обратная связь о продажах. На ее основе кооператив передает информацию пчеловодам, насколько предложенная цена и качество меда соответствуют потребительским предпочтениям пайщиков и сторонних покупателей. Если пчеловод поставит слишком высокую цену, то его мед просто не будут покупать или будут покупать в разы хуже, чем у других пчеловодов, что естественно вытеснит его из ассортимента кооператива. В любом случае решение о сотрудничестве с кооперативом и ценообразовании по сути принимают покупатели – они голосует рублем за продукцию того или иного пчеловода. Кооператив лишь предоставляет инфраструктуру сбыта и место «на полке».

Маркетинг пчеловодческой продукции в кооперативе адресный, то есть мед позиционируется от конкретного пасечника, по которому при желании даются все контакты для связи. Мед не смешивается и не уходит под безличный бренд кооператива. Многие покупатели выбирают мед адресно и могут голосовать рублем многие годы за продукцию любимейшего им пасечника.

Доставка меда с пасеки осуществляется либо самостоятельно пчеловодами до склада кооператива в Москве, либо транспортными компаниями, либо водитель кооператива забирает продукцию непосредственно в хозяйстве. В течение 7 лет деятельности кооператива мед поступал из разных регионов, среди которых Алтай, Башкирия, Дальний Восток, Курская, Тверская, Тульская, Тамбовская и другие области. В 2018 г. в кооперативе представлена продукция от пяти пчеловодов.

В кооперативе пчеловод также получает обратную связь о качестве и цене своих продуктов. Например, сейчас некоторые покупатели начинают интересоваться сотовым медом, не прошедшим медогонку, и пчеловоды начинают перестраиваться и подготавливать и такие продукты. Все больше у пайщиков возникает вопросов о сахарной подкормке и способах лечения от клеща. Оказались нередкими случаи, когда пчеловоды заявляют, что у них мед «натуральный и экологичный», а на практике оказывается, что они активно подкармливают сахаром и используют сильные химикаты для борьбы с клещом.

Поэтому в современных условиях важно не только поддерживать и защищать пчеловодов, но и защищать потребителей меда и сбытовых структур от недобросовестного поведения некоторых пчеловодов.

Для потребителей кооператива имеет несколько вариантов цен. Самая высокая цена – розничная в магазинах. Однако экономный пайщик может участвовать в совместной или оптовой закупке и приобретать льготно объемы по 8-30 кг в крупной таре, снижая для себя конечную цену одного килограмма. Многодетным семьям предоставляются скидки. Средняя закупочная цена меда в кооперативе – 280 рублей за кг, а наценка может достигать 100% в розничных магазинах. За год у пчеловодов закупается примерно 7,8 тонн меда на 2,3 млн. рублей. Сейчас, например, на сайте кооператива активны 42 позиции по меду.

Большим подспорьем в реализации является информационная и предпринимательская активность пчеловодов. Сегодня потребителю важны фотографии и видеотчеты с пасеки и ее окрестностей. Активные пчеловоды постоянно представляют информацию в социальных сетях, что повышает доверие и интерес к их продукции. Пчеловоды с активной позицией и часто коммуницирующие с покупателями, особенно через социальные сети, легче реализуют мед по более высокой цене. Например, известный в молодых пчеловодческих кругах пчеловод Иван Халилов за 3 часа распродал 40 кг меда по цене 2700 рублей за один литр на всероссийском фестивале «Свое», за участие в котором с фермеров не бралась никакая плата.

Несколько лет назад кооператив активно участвовал во всевозможных ярмарках, фестивалях, форумах со своей продукцией, обеспечивая известность и узнаваемость продукции пчеловодов. В разных городах России проходит множество подобных мероприятий, где пчеловоды могут выставить свою продукцию и найти покупателей. Арендная плата за торговые места часто не взимается или взимается незначительная [4, с. 97].

Описанная схема кооперации для пчеловодов не входит в предложения многих кооператоров-экспертов, считающих, что эффективная кооперация пчеловодов может быть организована только самими пчеловодами и только на своем местном, муниципальном уровне. Описанный пример кооператива ими вообще не рассматривается, хотя он есть и ус-

пешно работает на протяжении уже 7 лет. За весь период работы кооперативом не было получено ни рубля государственной поддержки, что является своеобразным критерием его устойчивости в условиях, когда во всем мире сельское хозяйство сильно субсидируется, но средств на всех не хватает. И подобных потребительских кооперативов, которые, по сути, берут на себя функции объединения пчеловодов, существует много по России [3, с. 32].

В чем в данном случае преимущество для пчеловодов такой городской потребительской кооперации по сравнению с ее отсутствием или сельскохозяйственной кооперацией на муниципальном уровне?! Во-первых, потребительский кооператив находится в городе, хорошо знает потребителей, имеет инфраструктуру хранения и сбыта. Самим пчеловодам было бы накладно содержать в городах склад и работников, когда у них хватает дел на пасеке. Во-вторых, современная розничная торговля строится на ассортименте и покупателю важно, чтобы он мог купить различные продукты питания в одном месте. У пчеловодов, как правило, ассортимент небольшой, да и мед не является продуктом первой необходимости для многих россиян. В кооперативе же представлен широкий ассортимент другой продукции, помимо меда, что повышает рентабельность продаж. В-третьих, многие пчеловоды не хотят иметь дело с управлением в кооперативе, проведением общих собраний, делопроизводством и бухгалтерией, предпочитая это делегировать другим «маркетинговым» структурам.

Создание кооператива пчеловодов на муниципальном уровне может лишь усилить переговорную силу пчеловодов с другими покупателями. Годовой объем продаж городского кооператива тоже ограничен и может быть не всегда достаточен для пчеловодов, особенно тех, кто нацелен на расширенное воспроизводство. Тогда муниципальный кооператив мог бы за счет экономии масштаба всех пасечников находить новых покупателей, участвовать в ярмарках, на которых, при должной организации, можно сделать хорошие продажи по меду. Низовой сельский кооператив также мог бы улучшить снабжение пчеловодов ульями, вощиной и другим необходимым инвентарем. Большой объем меда

мог бы стать интересен другим оптовым покупателям, которым невыгодно возиться с отдельными пчеловодами и их объемами. Поэтому сельскохозяйственный кооператив пчеловодов на муниципальном уровне может хорошо дополнять городские потребительские кооперативы, но не заменять их [2, с. 23].

Территориальная близость пчеловодов открывает большие возможности для их объединения на муниципальном уровне. В Тверской, Орловской, Волгоградской и Курской областях, например, куда выезжали сотрудники кооператива «Народное здоровье», многие пасеки находятся рядом, пчеловоды знают друг друга, общаются, помогают. То есть минимальная социальная и логистическая база для кооперирования существует. Удобство и простота регистрации, управления, сдачи отчетности, налогообложения, получения государственной поддержки кооператива смогли бы ускорить и сделать целесообразным их создание [1]. Пока же пчеловод видит в формальном кооперировании риски и дополнительные затраты.

Слаженные действия пчеловодов на муниципальном уровне могут и помочь в решении проблемы мора пчел от используемых химикатов в соседних хозяйствах. Вероятность того, что власти услышат объединение пчеловодов выше, чем в случае отдельного пчеловода. Также, объединившись, пчеловоды могут скупить землю, чтобы в окрестности своих пасек создать экологическую среду без использования химикатов и с обильным содержанием различных медоносов. Кооперативы по всему миру как раз и создавались в трудные времена, когда каждому поодиночке было сложно выжить.

Российские пчеловоды стоят сегодня перед множеством вызовов, преодолеть которые в одиночку достаточно трудно. Одним из возможных инструментов решения проблем является объединение разрозненных малых пасек, в том числе на основе сельскохозяйственной и городской кооперации, которые могут дополнять друг друга. Упрощенные процедуры создания и управления кооперативами, а также конкретные стимулы могут существенно ускорить процесс создания и роста кооперативного сектора на базовом муниципальном уровне.

Список используемых источников:

1. О сельскохозяйственной кооперации: Федеральный закон от 08.12.1995 N 193-ФЗ (ред. от 02.08.2019) // Консультант Плюс: [сайт]. – Текст электронный. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/> (дата обращения 12.10.2019).

2. *Дозорова Т.А.* Методический подход к оценке эффективности работы сельскохозяйственных потребительских кооперативов / Т.А. Дозорова. – Текст: непосредственный // АПК: Экономика, управление. – 2019. – №. 3. – С. 17–27.

3. *Мамай О.В.* Современное состояние и перспективы развития сельскохозяйственной кооперации / О.В. Мамай, Н.Н. Липатова, М.Н. Купряева. – Текст: непосредственный // Вестник НГИЭИ. – 2019. – №. 1 (92). – С. 28-42.

4. *Маркова А.Л.* Формирование сельскохозяйственной кооперации – ключевое направление устойчивого развития сельских территорий / А.Л. Маркова. – Текст: непосредственный // Историческое наследие трудов А.В. Чаянова и развитие аграрной теории: Материалы национальной научно-практической конференции и круглого стола, посвященных 130-летию со дня рождения экономиста-аграрника А.В. Чаянова (24 апреля 2018 г., г. Воронеж). / Под общ. ред. С.М. Кусмагамбетова, Е.Б. Фалькович, Е.А. Мамистовой. Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ. – 2018. – С. 31–35.

5. *Пономарев А.* Почему у России экспорт меда – смехотворный / А. Пономарев. – Текст: электронный // Крестьянские ведомости. – 2018. – С. 7–12. – URL: <http://k-vedomosti.ru/news/kommentarij-ponomarev-pochemu-u-rossii-eksport-meda-smexotvornyj.html?fbclid=IwAR0GjqFJZVTxK8RHdPPnlERyjMGUq333cP9NkqlurYFvHQDECyAteNBaKq> (дата обращения 07.10.2019).

6. Потребительское общество «Народное здоровье» – Текст электронный. – URL: <https://shopnz.ru> (дата обращения 15.09.2019).

7. *Соболев А.В.* Кооперативное движение в России: век спустя / А.В. Соболев. – Текст: непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2019, – № 2. – С. 17–25.

8. *Burrows S.* French beekeepers' union is suing Monsanto after finding glyphosate in its honey // Return to now, 2018. – P. 246. – Mode of access: <https://returntonow.net/2018/06/21/beekeepers-sue-monsanto-over-roundup-in-honey/>

9. *Gilam C.* FDA Finds Monsanto's Weed Killer In U.S. Honey // Huffpost, 2017. –142 p. Mode of access: https://www.huffingtonpost.com/carey-gillam/fda-finds-monsantos-weed_b_12008680.html.

10. *Famille Michaud Apiculteurs* / 2016. – P. 142. – Mode of access: <http://www.famillemichaud.com/en/>.

11. *Polansek T. u Weinraub M.* U.S. tax law co-op preference 'wasted money': agricultural companies // Reuters, 2018. – P. 246. – Mode of access: <https://www.reuters.com/article/us-usa-tax-agriculture/u-s-tax-law-co-op-preference-wasted-money-agricultural-companies-idUSKCN1G027L>.

12. *Roy J.A., Franca K.P. and Stralen N.V.* Best Practices for Collaborative Beekeeping in Northern Greece. Worcester Polytechnic Institute, 2019 – P. 194.

13. *Yusuf S.F.G., Ciske E. and Skenjana N.* Beekeeping and crop farming integration for sustaining beekeeping cooperative societies: a case study in Amathole District, South Africa. – [s.l.] : GeoJournal, 2018. – 5: Vol. 83.

References:

1. О сельскохозяйственной кооперации Федеральным законом от 08.12.1995 N 193-ФЗ, ред. от 02.08.2019 // Konsultant Plus_ [сайт]. – Текст электронный. URL <http://www.consultant.ru/cons/> (дата обращения 12.10.2019).

2. *Дозорова Т.А.* Методический подход к оценке эффективности работы сельскохозяйственных потребительских кооперативов / Т.А. Дозорова. – Текст: непосредственный // АПК: Экономика, управление. – 2019. – №. 3. – С. 17–27.

3. *Мамай О.В.* Современное состояние и перспективы развития сельскохозяйственной кооперации / О.В. Мамай, Н.Н. Липатова, М.Н. Купряева. – Текст: непосредственный // Вестник НГИЭИ. – 2019. – №. 1 (92). – С. 28–42.

4. *Маркова А.Л.* Формирование сельскохозяйственной кооперации – ключевое направление устойчивого развития сельских территорий / А.Л. Маркова. – Текст: непосредственный // Историческое наследие трудов А.В. Чаянова и развитие аграрной теории: Материалы национальной научно-практической конференции и круглого стола, посвященных 130-летию со дня рождения экономиста-аграрника А.В. Чаянова (24 апреля 2018 г. г. Воронеж) / Под общ. ред. С.М. Кусмагамбетова, Е.Б. Фалькович, Е.А. Мамистовой. Воронеж, ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ. – 2018. – С. 31–35.

5. *Ponomarev A.* Pochemu u Rossii eksport meda – smehotvornii / A. Ponomarev. – Tekst_elektrononii // Krestyanskie vedomosti. – 2018. – S. 7–12. – URL: <http://k-vedomosti.ru/news/kommentarij-ponomarev-pochemu-u-rossii-eksport-meda-smexotvornyj.htmlfbclid=IwAR0GjqFJZVTxK8RHdPPnlERyjMGUq333cP9NkqlurYFvHQDECyAteNBaKg> (data obrascheniya 07.10.2019).

6. Potrebiteľskoe obschestvo «Narodnoe zdorove» – Tekst elektrononii. – URL: <https://shopnz.ru> (data obrascheniya 15.09.2019).

7. *Sobolev A.V.* Kooperativnoe dvijenie v Rossii- vek spustya / A.V. Sobolev. – Tekst-neposredstvennii // Fundamentalnie i prikladnie issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki. – 2019. – № 2. – S. 17–25.

8. *Burrows S.* French beekeepers' union is suing Monsanto after finding glyphosate in its honey // Return to now, 2018. – P. 246. – Mode of access: <https://returntonow.net/2018/06/21/beekeepers-sue-monsanto-over-roundup-in-honey/>.

9. *Gilam C.* FDA Finds Monsanto's Weed Killer In U.S. Honey // Huffpost, 2017. – 142 p. Mode of access: https://www.huffingtonpost.com/carey-gillam/fda-finds-monsantos-weed_b_12008680.html.

10. Famille Michaud Apiculteurs / 2016. – P. 142. – Mode of access: <http://www.famillemichaud.com/en/>.

11. *Polansek T. u Weinraub M.* U.S. tax law co-op preference 'wasted money': agricultural companies // Reuters, 2018. – P. 246. – Mode of access: <https://www.reuters.com/article/us-usa-tax-agriculture/u-s-tax-law-co-op-preference-wasted-money-agricultural-companies-idUSKCN1G027L>.

12. *Roy J.A., Franca K.P. and Stralen N.V.* Best Practices for Collaborative Beekeeping in Northern Greece. Worcester Polytechnic Institute, 2019 – P. 194.

13. *Yusuf S.F.G., Ciske E. and Skenjana N.* Beekeeping and crop farming integration for sustaining beekeeping cooperative societies: a case study in Amathole District, South Africa. – [s. l.] : GeoJournal, 2018. – 5: Vol. 83.

14. *Vinogradova M.V., Maloletko A.N., Kaurova O.V., Kulyamina O.S., Larionova A.A.* The use of MBO (management of objectives) method of attraction and evaluation of effectiveness of investments to the tourism and hospitality. – Management of Education: Problems and Perspectives. – Vol 6. – no 2s. – 2016: special issue. – C. 241–246.

15. *Maloletko A., Kaurova, O., Yumanova O.* Ways to counter retrieval of «shadow income» from businesses with fixed assets in hospitality. Middle-East Journal of Scientific Research, DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.15.5.11404. – 2013.

16. *Vinogradova M.V., Maloletko A.N., Kaurova O.V., Larionova A.A., Tinyakova V.I.* Model of Evaluation of Influence of Globalization on the National Stock Market. Russia and the European Union Development and Perspectives, Springer. – 2017.

Материал поступил в редакцию: 21.10.2019.