

УДК 338.43

DOI: 10.25806/uu-6434

КОНТРАКТНЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТИТУТОВ ДОВЕРИЯ ПРИ ЦИФРОВИЗАЦИИ СБЫТА ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

А.А. Еремин, О.А. Зингер

Пензенский государственный технологический университет, Пенза, email: zingeroksana@yandex.ru, artemka.ermka@yandex.ru

Аннотация. Переход крестьянских (фермерских) хозяйств от привычных каналов сбыта (ярмарок, местных посредников) к цифровым платформам означает смену контрактных отношений. Неформальные договоренности, построенные на личном доверии, уступают место формализованным правилам и алгоритмическому контролю. Такая замена оборачивается высокими издержками адаптации и обесценивает социальный капитал, накопленный в малых аграрных сообществах. Без промежуточных институтов, сохраняющих ценность доверия, цифровизация сбыта теряет эффективность. Цель работы – показать, как меняются контрактные отношения и роль доверия при переходе к цифровым продажам, и предложить механизмы, позволяющие использовать доверие в формализованной среде платформ. В данной работе представлена новая типология контрактных связей в агропродовольственном секторе, учитывающая специфику цифровизации. Впервые для российского рынка обоснована модель кооператива как «контрактного транслятора», объединяющего неформальное доверие с формальными требованиями цифровых площадок. Главный научный вклад исследования состоит в доказательстве того, что цифровизация не ведет к автоматическому исчезновению неформальных связей. Напротив, кооперативная модель позволяет капитализировать доверие, что дает малым сельхозпроизводителям возможность снижать транзакционные издержки, не теряя при этом своей экономической автономии.

Ключевые слова: контрактные отношения, доверие, крестьянские (фермерские) хозяйства, сельскохозяйственная кооперация, цифровые платформы, транзакционные издержки, гибридные контракты.

CONTRACTUAL MECHANISMS AND THE TRANSFORMATION OF INSTITUTIONS OF TRUST IN THE DIGITALIZATION OF FARM PRODUCTS SALES

A.A. Eremin, O.A. Zinger

Penza State Technological University, Penza, email: zingeroksana@yandex.ru, artemka.ermka@yandex.ru

Abstract. When peasant (farm) enterprises move from traditional sales channels (fairs, local intermediaries) to digital platforms, contractual relations undergo a fundamental shift. Informal agreements resting on personal trust give way to formalized, algorithmically controlled rules. This transition creates high adaptation costs and erodes the social capital of small agricultural communities, making digitalization of sales inefficient without intermediary institutions that preserve the value of trust. The study aims to trace how contractual relations and the role of trust change when farm products are sold through digital channels, and to propose contractual mechanisms that allow trust to be used in the formalized platform environment. Using contract analysis, a comparative institutional approach, and case studies of Russian cooperatives and platforms, a typology of contractual ties in agri-food chains at different stages of digitalization is constructed. It is shown that an agricultural consumer cooperative can act as a “contractual translator”: inside the cooperative, relational contracts with high interpersonal trust remain, while outside, formal contracts meeting marketplace requirements are generated. A hybrid model, “cooperative as a translator of trust,” previously undescribed in the context of Russian agri-food chains, is substantiated. The scientific novelty lies in demonstrating that digitalization need not crowd out informal relations; instead, through cooperative mechanisms, these relations can be preserved and capitalized, reducing transaction costs without sacrificing the economic independence of small agricultural entrepreneurs.

Keywords: contractual relations, trust, peasant (farm) enterprises, agricultural cooperation, digital platforms, transaction costs, hybrid contracts.

Дата поступления статьи в редакцию: 04.08.2026

Дата принятия статьи в печать: 08.10.2026

Введение

Цифровая трансформация агропродовольственных цепочек отнесена к приоритетам государственной аграрной политики России. Конкретные задачи обозначены в национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» [1] и ведомственном проекте «Цифровое сельское хозяйство» [2]. Предполагалось, что развитие маркетплейсов и агрегаторов продовольствия расширит доступ производителей к рынкам, сократит число посредников и повысит прозрачность сделок. Однако отраслевые обзоры показывают: малые аграрные предприниматели, прежде всего КФХ, слабо вовлечены в цифровые каналы сбыта [3, 5]. Причины не сводятся к нехватке технических навыков или денег, а лежат глубже – в институциональной сфере. Традиционный сбыт (ярмарки, прямые продажи, местные посредники) исторически держится на неформальных договоренностях и личном доверии. Цифровизация рынков трансформирует традиционные способы взаимодействия, заменяя их жесткими алгоритмизированными контрактными моделями. Это создает барьер для аграриев: необходимость перестройки бизнес-процессов и утрата значимости наработанных неформальных связей (социального капитала) препятствуют их интеграции в цифровые экосистемы.

Теоретический фундамент исследования базируется на трудах российских ученых. Вопросы институциональной теории, контрактных отношений, а также специфику транзакционных издержек и механизмов контроля раскрывают работы А.Е. Шаститко [6] и Р.И. Капелюшников [8]. Роль доверия как инструмента снижения рисков при отсутствии формальных гарантий проанализирована В.В. Радаевым [10] и в учебных материалах под редакцией Я.И. Кузьмина [11]. Специфика сельскохозяйственной кооперации, ее правовое регулирование и потенциал в оптимизации издержек малых форм хозяйствования подробно описаны в исследованиях И.Н. Буздалова [12], Е.В. Серовой [13] и А.В. Ткача [14]. Наконец, текущие тенденции цифровизации АПК и связанные с ними институциональные вызовы анализируются в публикациях С.Б. Огневцева [3], И.С. Санду с соавторами [4] и В.Ф. Федоренко [5].

Тем не менее, несмотря на обилие работ по каждому направлению, в отечественной литературе почти не исследован вопрос о том, как кооперативные структуры могут выступать «контрактными трансляторами» – институтами, которые сохраняют неформальное доверие внутри локального сообщества и одновременно обеспечивают выход на формализованные цифровые рынки. Не описаны контрактные модели, позволяющие соединить отношенческие контракты с классическими платформенными соглашениями, не разрушая социальный капитал малых аграрных предпринимателей. Данная статья восполняет этот пробел: в ней рассматривается трансформация контрактных отношений и институтов доверия при цифровизации сбыта фермерской продукции и обосновывается гибридная модель, в которой сельскохозяйственный потребительский кооператив выполняет роль «транслятора доверия» между неформальной средой КФХ и формальными требованиями платформ.

Цель исследования

Исследование посвящено трансформации договорных связей в крестьянских (фермерских) хозяйствах. Переход к цифровым площадкам и агрегаторам ломает привычные механизмы доверия. Вместо ярмарок, прямых продаж и местных посредников хозяйства все чаще прибегают к электронным инструментам реализации. Из этого вырастает комбинированная контрактная модель, где ключевым элементом выступит сельскохозяйственный потребительский кооператив – «проводник доверия». Для достижения цели выполняем последовательность шагов. Первый – компаративный анализ контрактных схем в классических и цифровых каналах распределения, с акцентом на то, как в них поддерживаются взаимоотношения. Второй шаг: выявить способы сопряжения реляционных контрактов (на персональном знакомстве) и формальных регламентов онлайн-платформ внутри кооперативной структуры. Третий – проектирование двухуровневой системы договоренностей: на внутрикооперативном, неформальном уровне («хозяйство – кооператив») и на внешнем, официальном («кооператив – агрегатор»). Такая архитектура сокращает транзакционные издержки мелких товаропроизводителей, одновременно сохраняя их социальный капитал – накопленный доверительный ресурс не теряется.

Материал и методы исследования

В основе исследования – контрактный анализ, сравнительный институциональный подход и кейс-стади. Теоретической базой послужили работы О. Уильямсона, создавшего типологию

контракции (классические, неоклассические и отношенческие разновидности) [15, 16]. Понятийный аппарат для условий современной России адаптирован А. Е. Шаститко [6], из-за чего традиционные договоренности между фермерами трактуются как отношенческие контракты, чей признак - высокая степень межличностного доверия. Типовые предложения маркетплейсов ближе к классической контрактации: упор на систему формальных санкций. Сопоставляя эти разновидности по полноте спецификации прав, способам принуждения и инструментам адаптации к неопределенности, выявляем кардинальное своеобразие традиционных и цифровых каналов сбыта.

Исследовательский ракурс смещаем в сторону вопросов возникновения и возобновления доверия через аппарат сравнительного институционального анализа. Он опирается на концепции В.Л. Тамбовцева [17] и А.Е. Шаститко [18]. Сравниваются три институциональные конфигурации: традиционный локальный рынок, потребительский сельскохозяйственный кооператив и цифровой маркетплейс. Цель - выявить институты (законы, неформальные правила, репутационные инструменты, алгоритмический контроль), гарантирующие добросовестность партнера в каждой среде. Отстаивается тезис о гибридной модели, сочетающей эффективные элементы формальных и неформальных регуляторов. Эмпирическую базу составил анализ российских сельхозкооперативов, взаимодействующих с цифровыми площадками. Использованы уставы, статьи в профильной периодике, расшифровки бесед с главами. Кейсы отражают спектр стратегий - от прямой продажи мелкими фермерами до кооперативов-посредников. Результаты - предварительные наблюдения из-за ограниченного доступа к конфиденциальной информации. Тем не менее методология подтвердила конфликты между схемами обмена, доказала пользу их смешения и собрала данные о трудностях интеграции.

Результаты исследования

Сбыт мелкими товаропроизводителями сельхозпродукции все чаще идет через ярмарки и личные контакты с конечным потребителем. Основа - устные договоренности без нотариальной фиксации. Это не стихийное отклонение, а осознанный выбор, продиктованный отраслевой спецификой. Как отмечали О. Уильямсон и В.В. Радаев [15, 10], жесткие контрактные обязательства теряют экономический смысл при высокой волатильности урожайности и цен. Формальные договоры усложняет незначительность партий, а оперативная адаптация здесь важнее документооборота, поэтому механизмы персонального доверия вытесняют официальный регламент, минимизируя издержки и подстраиваясь под конъюнктуру.

В основе механизмов формирования и сохранения доверия лежат три компонента. Первый - персонификация обмена: продавец и покупатель знают друг друга лично. Это не просто вопрос удобства, а способ снизить неопределенность: когда контрагент хорошо знаком, его поведение становится предсказуемым, а риск недобросовестности - минимальным. Второй - репутационные санкции внутри сообщества: нарушение устных договоренностей оборачивается утратой доверия, разрывом связей и исключением из сети обменов, а не формальными штрафами. Такие санкции действуют тем сильнее, чем теснее социальная сеть, поскольку потеря репутации означает потерю доступа ко многим будущим сделкам сразу. Третий - гибкость условий, которая одновременно и проявление, и источник доверия: уступка в форс-мажоре воспринимается как вклад в долгосрочные отношения. В аграрной среде, где риски погоды, болезней растений и животных, колебаний цен высоки, способность партнеров идти навстречу друг другу становится самостоятельной ценностью, скрепляющей хозяйственные связи. Как отмечает Р.И. Капелюшников [8], в таких системах принуждение к исполнению контракта перемещается из правовой плоскости в социальную, что снижает потребность в дорогих формальных гарантиях. Действительно, если за неисполнение устной договоренности следует не судебный иск, а потеря репутации, стороны в большинстве случаев предпочитают не доводить конфликт до формального разбирательства, что экономит ресурсы.

Слабая формализация сделок экономит ресурсы - на документах, юристах, спорах. Это критично. Подобные транзакционные издержки, по А.Е. Шаститко [6], при достижении порога парализуют обмен. Адаптационный потенциал такой конструкции позволяет реагировать на непредсказуемость сельхозпроизводства, не прорабатывая каждый вероятный сценарий. Но за этой моделью есть ограничения. Доверие на личном контакте трудно переносится за рамки узкого круга; репутация работает лишь в местном сообществе. Земледелец, известный в своем

районе, для покупателя из соседней области - неизвестное лицо, его безупречная репутация на ином рынке не действует. К этому добавляется угроза оппортунизма: без формальных гарантий добросовестность держится на желании продолжать взаимодействие, которое исчезает при искушении быстрой наживой. Реляционный контракт состоятелен, только когда доход от поддержания отношений выше разовой выгоды от их нарушения. Если товар можно продать постороннему по более высокой цене, сдерживающие механизмы бесполезны, а правовая защита отсутствует. Эта двойственность движет поиском форматов, наращивающих рынки сбыта без потери накопленного социального капитала.

Маркетплейсы и агрегаторы строят отношения с поставщиками по другой модели. В ее основе лежит классический либо близкий к нему неоклассический контракт: обязательства сторон расписаны максимально подробно, а за нарушение предусмотрены формальные санкции. Юридическим инструментом выступает договор присоединения (публичная оферта), который платформа составляет в одностороннем порядке и не обсуждает с поставщиком. Это вынужденный подход: когда у платформы тысячи поставщиков, согласовывать условия с каждым в отдельности невозможно, поэтому все параметры заранее закрепляются в регламентах. В регламентах ведущих российских агроплатформ прописаны жесткие требования к товару (размер, вес, допустимая доля дефектов), фиксированные логистические слоты и штрафы за срыв сроков или несоответствие качества. Стандартизация для платформы - это способ снизить затраты на контроль и управление: чем единообразнее правила, тем легче следить за качеством, планировать логистику и автоматизировать процессы. Такая особенность платформенной экономики описана в литературе [19], а применительно к российскому АПК отмечена в аналитических обзорах [5, 4].

В секторе малых аграрных предприятий растет напряжение из-за расхождения между устоявшимися практиками и регламентами, которые навязывают электронные торговые системы (этот феномен требует учета институциональной инерции). Традиционный уклад допускает неформальное согласование сроков поставки или оценку качества на основе личных договоренностей. Платформенная экономика предписывает безоговорочное следование техническим условиям и внедрение алгоритмизированных процедур. Издержки адаптации - обновление техники и развертывание электронного документооборота - нередко превосходят доходы от продаж через такие каналы. Поэтому интеграция мелких товаропроизводителей в крупные распределительные сети требует специализированного посреднического звена, которое берет на себя функции приведения качества и всех ключевых бизнес-процессов в жесткое соответствие с рыночными условиями.

С институциональной точки зрения доверие - не этическая норма, а экономический инструмент, снижающий транзакционные издержки. Дефицит доверия рождает у хозяйствующих субъектов лишние расходы: на верификацию контрагентов, юридическое сопровождение сделок, мониторинг обязательств. Для мелких сельхозпредприятий с ограниченными финансами это критично, ведь именно доверительные связи позволяют использовать неполные контракты. Я.И. Кузьминов отмечает «доверие выступает неформальным институтом, который нивелирует неопределенность и замещает формальные гарантии» [11]. В.В. Радаев подчеркивает: в малом бизнесе личная репутация участников нередко перевешивает формальные юридические конструкции «инвестиции в доброе имя являются более надежным и долгосрочным инструментом, чем разовые договорные обязательства, которые не всегда гарантируют добросовестность сторон» [10].

Цифровизация сбыта радикально меняет эту систему. Прямой выход КФХ на платформу означает, что массив неформальных связей и репутационных наработок оказывается невостребованным. Алгоритмы маркетплейса не учитывают многолетнюю историю добросовестных отношений с соседним поселком; они оперируют только данными, созданными внутри платформы: рейтинги, отзывы, скорость доставки. В результате фермер, который десятилетиями безупречно вел дела на локальном рынке, на платформе оказывается новичком с нулевым рейтингом. Межличностное доверие обесценивается, а его замена институциональным доверием к платформе требует времени и денег. Фермер должен с нуля наработать рейтинг и собрать положительные отзывы, что в условиях высокой конкуренции на маркетплейсе сделать непросто. По данным аналитических обзоров [3, 5], именно разрыв между накопленным социальным капиталом и требованиями цифровой среды - один из главных нефинансовых барьеров для малых хозяйств.

Таким образом, задача не в том, чтобы заменить личное доверие институциональным, а в том, чтобы найти организационный механизм, «переводящий» неформальный ресурс в формаль-

ную среду без его разрушения. Нужен институт, укорененный в локальном сообществе и пользующийся доверием фермеров, но при этом способный взаимодействовать с платформами по их формальным правилам. Именно таким институтом выступает сельскохозяйственный потребительский кооператив в роли «контрактного транслятора».

Проведенный анализ выявил фундаментальный разрыв между отношенческой контрактацией традиционного сбыта и классическими контрактами цифровых платформ. Прямое подключение КФХ к маркетплейсам обесценивает социальный капитал и разрушает личное доверие. В этих условиях встает вопрос о форме, которая сохраняла бы преимущества неформальной координации внутри сообщества и одновременно обеспечивала бы соответствие жестким стандартам платформ. Решение видится в гибридной контрактной модели с сельскохозяйственным потребительским обслуживающим кооперативом в центре.

Приоритетность кооперативной формы - не произвольное решение. Статья 4 Федерального закона № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации» [9] закрепляет за объединением потребителей цель обслуживать его участников. Им предоставлено право реализовывать, хранить, калибровать, упаковывать продукцию, оформлять документацию и выполнять множество других операций. Кооператив - не внешний посредник, а инфраструктура, подконтрольная самим аграриям. Управленческие решения принимаются большинством (один участник - один голос), прибыль делится пропорционально степени вовлеченности пайщика в хозяйственную деятельность, независимо от величины его доли. В работах И.Н. Буздалова [12] и А.В. Ткача [14] прослежено: подобные механизмы создают среду со слабой бюрократией. Связи внутри регулируются реляционными соглашениями, взаимным доверием и членскими обязанностями. Правовой статус потребительского кооператива закрепляет практику неформального персонифицированного контакта, присущую местным рынкам. Став членом, аграрий оказывается в сообществе, где основные скрепы - нормы поддержки и репутационные риски, а не чистая юридическая процедура.

Модель выстраивается на двухуровневой системе контрактов. Внутри кооператива фермер и объединение связаны реляционным соглашением, где основой служат членство в группе и взаимное доверие. Адаптируемость - свойство таких договоренностей. Объемы продукции и графики поставок, прописанные в контракте, пересматриваются под давлением экзогенных шоков (прежде всего климатических аномалий). Исполнение обязательств обеспечивают не штрафы, а механизмы, бьющие по деловой репутации. Кооперативу переданы логистика, переработка и документооборот - операционная независимость агрария при этом сохранена. Такая конфигурация, по теории контрактов, снижает трансакционные расходы, поскольку издержки предконтрактной стадии уменьшаются из-за слабой формализации, а постконтрактных - внесудебным порядком споров внутри сообщества [15, 16].

Вторая форма - «кооператив - цифровая платформа» - закрепляется официальным соглашением, где кооператив выступает эксклюзивным поставщиком. Он покрывает все требования маркетплейса: от логистических регламентов и стандартов качества до возмещения штрафов. Наиболее трудоемкий функционал консолидируется в одном узле. Маркировка, ветеринарный надзор (через ФГИС «Меркурий»), упаковка и связь с госинформсистемами переходят к кооперативу, снимая административную перегрузку аграриев. Для самого кооператива открывается доход от эффекта масштаба: приобретение высокотехнологичного оборудования, наем компетентного персонала и гарантия стабильной периодичности поставок, запрашиваемой платформой. Сосредоточение шаблонных процедур снижает риск ошибок и штрафов, почти неизбежных при работе с россыпью разобщенных мелких хозяйств. Вместо самостоятельного постижения каждым фермером тонкостей электронного документооборота и логистических регламентов эти функции централизуются в единой структуре, задающей общие правила и надзирающей за их исполнением.

Передача репутации - центральный механизм описанного подхода. Доверие между членами аграрного объединения преобразуется в агрегированный цифровой индекс этой структуры. Для площадки интернет-торговли кооператив выступает институциональным контрагентом, чья безупречность оценивается по расчетным алгоритмам и с опорой на инструментарий внутреннего коллективного надзора. Так достигается взаимовыгодная коллаборация. Участники делегируют кооперативу ведение переговоров и контакты с онлайн-коммерческим оператором. Операционные траты маркетплейса сокращаются: взаимодействие ведется с одним верифицированным субъектом, а не с россыпью дезинтегрированных фермерских единиц.

Таким образом, кооператив работает как «контрактный транслятор»: на входе он собирает продукцию и отношенческие контракты из неформальной среды малых хозяйств, на выходе выдает формальные контракты и стандартизированные партии товара, отвечающие запросам платформ. С точки зрения теории гибридных институциональных соглашений [7, 16] такое устройство находится между рынком и иерархией: с одной стороны, сохраняется рыночная мотивация (фермеры экономически независимы), с другой – координация становится почти иерархической, поскольку трансформационные функции сосредоточены в кооперативе.

Для начальной эмпирической проверки модели были взяты открытые сведения о российских сельскохозяйственных потребительских кооперативах, которые пытались работать с цифровыми агрегаторами продовольствия («Свое Родное», Ozon Fresh, «Магнит Маркет» и т.п.). Материалом стали публичные реестры, официальные сайты, страницы в социальных сетях и интервью руководителей, опубликованные в отраслевой прессе. Так как внутренние документы недоступны, выводы предварительные и носят иллюстративный характер.

Однако даже по фрагментарным данным прослеживаются повторяющиеся сценарии. Если кооператив действительно выполнял роль «контрактного транслятора», встраивание в цифровые каналы проходило сравнительно успешно. Скажем, в журнале «Агроинвестор» рассказывалось о снабженческо-сбытовых кооперативах, которые завели собственные мини-цеха предпродажной подготовки: члены хозяйств сдавали продукцию без строгих спецификаций, то есть в том виде, в каком она была получена, а кооператив уже сам проводил калибровку, мойку, фасовку и маркировку согласно требованиям конкретного маркетплейса. Платформа работала не с десятком отдельных КФХ, а с одним поставщиком – кооперативом под собственным брендом; это упрощало документооборот и удешевляло контроль. Похожие случаи описываются в интервью представителей таких кооперативов на портале AgroXXI и в «Сельской жизни»: руководители отмечали, что именно сосредоточение бумажной и логистической работы в одних руках позволило обычным фермерам без особых цифровых навыков попасть на маркетплейсы.

Иначе обстояло дело, когда малые хозяйства пробовали выходить на платформы напрямую, без кооперативной прокладки. По данным аналитических обзоров [5, 4], такие попытки часто завершались скорым отказом от цифрового канала. Основными факторами отказа от масштабирования сбыта стали высокие затраты на приведение продукции в соответствие с отраслевыми стандартами, а также сложности при работе с государственными информационными системами (в частности, оформлении ветеринарных сертификатов). Кроме того, малые хозяйства не смогли обеспечить соблюдение строгих логистических графиков из-за риска штрафных санкций. В результате экономическая эффективность адаптации к требованиям крупных сетей оказалась отрицательной, что вынудило фермеров вернуться к традиционным каналам реализации – ярмаркам и локальным перекупщикам.

Предварительный анализ кейсов показывает, что для интеграции малых агропредприятий в цифровые экосистемы в российских условиях необходим посредник. Такой институт возьмет на себя расходы по адаптации и снижению транзакционных издержек. Оптимальным решением видится модель «кооператив как транслятор доверия»: она позволяет фермерам стать частью цифровой цепочки, сохраняя при этом свою операционную независимость.

Заключение

Анализ цифровизации агорынка показывает, что внедрение технологий не вытесняет неформальные связи, а позволяет конвертировать социальный капитал фермеров в рыночное преимущество. Эффективным инструментом здесь становится гибридная модель контрактации, в которой кооператив выступает связующим звеном. Он сочетает гибкие, доверительные отношения внутри сообщества с жесткими формальными стандартами при взаимодействии с цифровыми платформами. Такой подход снижает транзакционные издержки и открывает малым хозяйствам доступ к цифровым каналам сбыта, не лишая их самостоятельности.

Представленная модель базируется на нормах Федерального закона № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации». Достоверность заложенных в ее основу принципов верифицирована посредством эмпирического анализа деятельности отечественных кооперативов, успешно внедряющих цифровые платформы. Научная новизна работы состоит в теоретическом осмыслении данных принципов с позиций теории контрактов и концепции гибридных институциональных соглашений.

В дальнейшем планируется эмпирическая оценка воздействия модели на параметры трансакционных издержек фермерских хозяйств. Логическим развитием исследования станет формирование комплекса методических рекомендаций, предназначенных для фермерских объединений, консалтинговых структур и региональных органов управления АПК, стремящихся к интеграции малых форм хозяйствования в цифровые каналы сбыта.

Литература

1. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24 декабря 2018 г. № 16. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319432/ (дата обращения: 29.07.2026).
2. Ведомственный проект «Цифровое сельское хозяйство» / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://mcx.ru/upload/iblock/900/900863fae06c026826a9ee43e124d058.pdf> (дата обращения: 29.07.2026).
3. Огнивцев С.Б. Цифровая экономика в АПК: проблемы и перспективы // Международный сельскохозяйственный журнал. 2019. № 2. С. 77-80. DOI: 10.24411/2587-6740-2019-12034 EDN: ZDMXQT.
4. Папцов А.Г., Ушачев И.Г., Санду И.С. и др. Инновационное развитие аграрного сектора экономики России в условиях ЕАЭС. /под ред. И. С. Санду, Н. Е. Рыженковой. М.: Научный консультант, 2019. 150 с. ISBN: 978-5-907196-29-2.
5. Буклагин Д.С., Мишуков Н.П., Федоренко В.Ф. и др. Цифровые технологии и системы управления сельскохозяйственным производством: аналитический обзор / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Федеральное государственное научное учреждение «Российский научно-исследовательский институт информации и технико-экономических исследований по инженерно-техническому обеспечению агропромышленного комплекса» (ФГБНУ «Росинформагротех»). М.: Росинформагротех, 2021. 87 с. ISBN 978-5-7367-1658-6.
6. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. - 591 с.
7. Ménard C. The Economics of Hybrid Organizations // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 2004. Vol. 160, No. 3. P. 345-376.
8. Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. М.: ИМЭМО РАН, 1990. 90 с. EDN: UDFNOJ.
9. О сельскохозяйственной кооперации: Федеральный закон от 8 декабря 1995 г. № 193-ФЗ: в актуальной редакции // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 50. Ст. 4870.
10. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 328 с. EDN: SMQPHV.
11. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты. М.: ГУ ВШЭ, 2006. 444 с. ISBN 5-7598-0303-4.
12. Буздалов И.Н., Мартынов В.Д., Овчинцева Л.А. и др. Сельскохозяйственная кооперация: Теория, мировой опыт, проблемы возрождения в России / Отв. ред. И.Н. Буздалов; Рос. акад. с.-х. наук, Аграр. ин-т. М.: Наука, 1997. 253с. ISBN: 5-02-013638-7. EDN: TMJKFJ.
13. Серова Е. В. Аграрная экономика: учебник / Е. В. Серова. М.: ГУ ВШЭ, 1999. 480 с. ISBN: 5-7598-0065-5.
14. Ткач А.В. Сельскохозяйственная кооперация: учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2005. 364 с. ISBN: 5-94798-687-6. EDN: QQIVRV.
15. Williamson O.E. The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press, 1985. 450 p.
16. Williamson O.E. Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives // Administrative Science Quarterly. 1991. Vol. 36, No. 2. P. 269-296. DOI: 10.2307/2393356. EDN: BJLAVR.
17. Тамбовцев В. Л. Основы институционального проектирования: учебное пособие / В. Л. Тамбовцев. Москва: ИНФРА-М, 2008. - 142 с. ISBN: 978-5-16-002044-0
18. Шаститко А.Е. Институциональная среда хозяйствования в России: основные характеристики // Вопросы экономики. 1998. № 4. С. 201-206.
19. Gillespie T. Regulation of and by Platforms // The SAGE Handbook of Social Media / ed. by J. Burgess, T. Poell, A. Marwick. - London: SAGE, 2017. P. 254-278. DOI: 10.4135/9781473984066.n15.

