

КООПЕРАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ

*Юлия Александровна Романова, д. э. н., доц., проф. кафедры менеджмента и маркетинга
Тел.: 8-905-554-31-39, e-mail: Ryulia1@yandex.ru
Московский университет им. С. Ю. Витте
<http://muiv.ru>*

В статье рассмотрены вопросы развития кооперативного предпринимательства в различных районах США. Кооперативы, как и частные фирмы и корпорации, используют многие перспективные формы обслуживания.

Ключевые слова: кооперативы, сельское хозяйство, аграрный сектор экономики

Сдвиги в технико-технологических структурах создают новые условия для развития аграрных предприятий. И одновременно они сами становятся возможными только благодаря росту концентрации производства и усилению роли крупного капитала. Производственные отношения доминируют в сельском хозяйстве развитых стран в течение длительного периода времени. Однако развитие капитализма в аграрном секторе не было равномерным.

Важным фактором является рост концентрации производства. Общее число хозяйств сокращается при одновременном росте крупных предприятий и их экономического значения.

В США сложились два основных аграрных сектора: корпоративный и фермерский. Капиталистические корпорации в сельском хозяйстве владеют около 52 млн. га посевных площадей и производят более 40% всей сельскохозяйственной продукции. Их хозяйства, имеющие большие размеры, называют «фабриками зерна и мяса». Существующая в настоящее время в США система фермерского предпринимательства представлена несколькими функциональными типами: сбытовыми, снабженческими и прочими специализированными кооперативами (Рис. 1). Приведенная классификация является в значительной степени условной. Например, в одном из крупнейших США кооперативов Southern States (шт. Виргиния) снабженческие операции составляли более 90% всех поступлений от реализации услуг кооператив отнесен, к категории снабженческих, однако он осуществляет также и сбыт сельскохозяйственной продукции, произведенной фермерами, а также предоставляет консультации специалистов по различным производственным вопросам.



Ю. А. Романова

Кооператив Central Carolina Farmers Exchange (шт. Северная Каролина) специализирован на сбыте продуктов птицеводства. Наряду с этим, он активно закупает средства производства для фермеров-пайщиков на сумму свыше 20 млн. долл.

Следует отметить, что уровень развития кооперативного предпринимательства неодинаков в различных районах США. Наибольший удельный вес кооперативы имеют в шт. Калифорния. Здесь на их долю (по сумме операций в области материально-технического снабжения, сбыта и связанных с этими сферами услуг) приходится до 20% суммарного кооперативного чистого оборота.

Сбытовая кооперация занимает ведущее место в системе американского предпринимательства. За последние десятилетия сбытовые кооперативы обеспечивают переработку значительной части сельскохозяйственных продуктов. В этом смысле кооперативы все более и более перерождаются в промышленные компании, осуществляя те же функции, что и последние.

Доля кооперации в сбыте тех или иных продуктов различна. Наибольший удельный вес сбытовая кооперация занимает по молочным продуктам, зерну, фруктам и овощам, хлопку и другим продуктам.

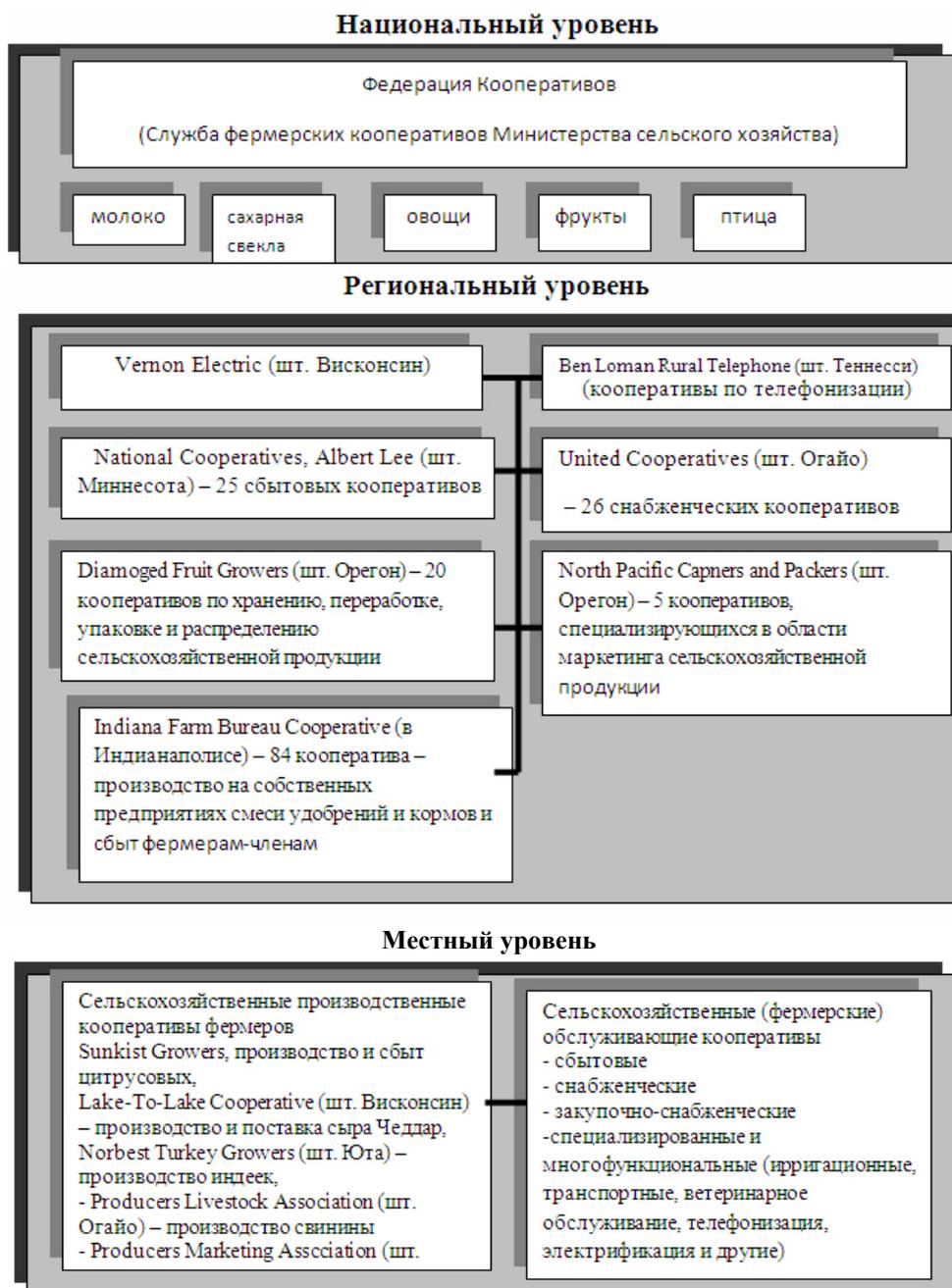


Рис. 1. Кооперативная система США

Фермерские кооперативы США сбывают свою продукцию не только на внутреннем, но и на внешнем рынке, создают и в других странах свои торговые представительства.

В целях расширения экспортных поставок строятся мощные современные элеваторы и другие хранилища, которые принадлежат одному или нескольким кооперативам. Так, семь региональных кооперативов шт. Монтана владеют элеватором емкостью около 150 тыс. т, расположенным в Луизиане.

Экспортные поставки большинства крупных фермерских кооперативов постоянно растут. Так, крупнейший кооператив Санкист Гроуэрз, объединяющий около 4/5 всех цитрусоводов Калифорнии и Аризоны, постоянно увеличивает объем экспорта своей продукции. В настоящее время он экспортирует около 25% производимых свежих фруктов в США.

Статьями экспорта американских кооперативов являются не только зерно и фрукты, но и продукция птицеводства, скотоводства, хлопок, рис и другие сельскохозяйственные товары. По экспорту хлопка ведущее место занимают кооперативы Calcot в Бейкерсфильде (шт. Калифорния), Plains Cotton Cooperative Association (шт. Техас) и др., а по экспорту риса

широко известны American Rice Growers Cooperative (шт. Луизиана), Arcansas Rice Growers (шт. Арканзас), California Rice growers Association, California Rice Growers.

Закупочно-снабженческая кооперация также является одним из важных звеньев фермерской кооперации. После аграрного кризиса 20-30-х годов XX век в связи с широкой механизацией и химизацией сельского хозяйства этот вид кооперативов постепенно усиливает свои позиции.

По подсчетам специалистов министерства сельского хозяйства США, американские фермеры затрачивают в среднем более 45% своего валового дохода на покупку техники и других средств производства и предметов производственного назначения.

Одной из характерных тенденций развития снабженческих кооперативов является процесс образования крупных региональных или национальных закупочно-снабженческих кооперативов. Например, национальный кооператив National Cooperatives, Albert Lee (шт. Миннесота) объединяет 25 региональных кооперативов. Другой национальный кооператив – United Cooperatives (шт. Огайо) объединяет 26 местных, довольно крупных кооперативов. Оба они закупают в оптовом порядке (частично изготавливают на собственных предприятиях) большое количество строительных материалов, сельскохозяйственной техники и оборудования, инсектицидов, нефтепродуктов и пр. [3]

Следует отметить важный качественный сдвиг в деятельности закупочно-снабженческих кооперативов в послевоенный период: если раньше кооперативы в основном закупали эти товары у производителей и организовывали доставку их фермерам-кооператорам, являясь, таким образом, лишь «посредником» между фирмой и фермером, то, начиная с 50-х годов, закупочно-снабженческая кооперация берет на себя частично и их производство, занимая, как будет показано ниже, значительное место в общей системе вертикальной интеграции, складывающейся в сельском хозяйстве США.

Прочие специализированные кооперативы включают объединения весьма разнообразные по характеру предоставляемых услуг.

Наиболее тесно связаны с функциями снабжения и сбыта сервис-кооперативы, которые оказывают своим пайщикам услуги по транспортировке и хранению продуктов, сушке и помолу зерна и по другим направлениям товарной доработки продукта.

К специализированным кооперативам относятся также ирригационные кооперативы, фермерские общества по улучшению поголовья молочного стада, по искусственному осеменению скота, фермерские ассоциации по содержанию скота на пастбищах и т.д.

Ирригационные кооперативы обслуживают около 1/4 всех орошаемых площадей в США (Колорадо, Юта, Калифорния, Монтана, Вайоминг, Айдахо и Орегон). Услугами ирригационных кооперативов пользуются только фермеры-пайщики, изредка другие фермеры (объем поступлений от продажи воды фермерам, не являющимся членами кооператива, не превышает 15% общего объема денежных поступлений).

Кооперативы по содержанию скота на пастбищах заключают контракты на пользование определенным лугопастбищным или лесным участком на срок до 10 лет. За пользование этим участком кооператив выплачивает аренду. Вступая в такой кооператив, фермер получает возможность не только выпасать скот на отведенной площади, но и пользоваться целым комплексом других услуг, предоставляемых ему кооперативом, а именно: ветеринарное обслуживание, наем погонщиков скота, обеспечение водопоя и т. д. Таких кооперативов в настоящее время насчитывается около 600.

Другие кооперативы: по улучшению поголовья молочного скота, по искусственному осеменению скота также предлагают многочисленные услуги. Например, кооперативы по искусственному осеменению скота, помимо своей основной функции, как правило, предоставляют фермерам (членам) ветеринарное обслуживание, консультации по вопросам эффективного содержания скота в закрытом помещении, по содержанию и кормлению молодняка, помогают вести бухгалтерский учет на ферме и т. д.

Среди специализированных кооперативов более обособленное положение занимают *кооперативы по электрификации*. Они находятся на кредитном обеспечении государственного органа –

Администрации сельской электрификации (АСЭ), которая осуществляет кредитное обслуживание фермерских кооперативов сроком на 35 лет (2% годовых) на сооружение линий передач, распределительных сетей и подстанций, строительство собственных небольших электростанции, установку трансформаторов на фермах, покупку и установку электрооборудования и т. п.

Фермерская кооперация предоставляет услуги также в области телефонизации. *Кооперативы по телефонизации* получают кредиты в основном от АСЭ, а также непосредственно через кооперативы по электрификации. Так, кооператив Vernon Electric (шт. Висконсин) создал и финансирует кооператив по телефонизации – Vernon Electric Cooperative. Как правило, подобные кооперативы объединяют большое количество членов. Например, кооператив Ben Loman Rural Telephone (шт. Теннесси) обслуживает более 8 тыс. своих членов; общая протяженность линии телефонизации – более 2,5 тыс. км при 15 коммутаторных подстанциях. [2]

Отдаленность так называемых «дополнительных» услуг от производственной сферы отнюдь не означает, что эти услуги предоставляются фермерам только специализированными кооперативами. В качестве примера можно привести фермерскую кооперацию в области страхования урожая, сельскохозяйственных построек, сельскохозяйственной техники, автомобилей и т. п. от стихийных бедствий. В настоящее время в стране насчитывается более 1 тыс. страховых кооперативов, на долю которых приходится около половины всех фермерских страховок. Наряду с этим успешно функционируют и филиалы снабженческих и сбытовых кооперативов, страховые операции которых также являются частью «программы услуг».

Следует, однако, указать, что основная масса таких относительно отдаленных от производства услуг приходится все же на специализированные в данном виде услуг кооперативы. Специализация на одном виде услуг помогает одновременно углублять их. Например, кооператив шт. Миннесота Northern Cooperatives, специализирующийся на транспортных услугах, обеспечивает не только доставку фермерам на собственных автомашинах средств производственной необходимости, но и транспортировку сельскохозяйственного сырья на кооперативное предприятие, а от них – готовой продукции к потребителю.

Существует определенное количество фермерских объединений, являющихся по своим функциональным качествам исключительно комиссионными агентами между фермерами и промышленностью (так называемые «bargaining cooperatives»). Такие кооперативы ведут переговоры с представителями перерабатывающих предприятий частных фирм о цене и сроках поставки покупаемой ими сельскохозяйственной продукции, заключают контракты с фирмами по производству товаров производственного назначения. Но и эти кооперативы, помимо указанных функций, как правило, предоставляют своим членам услуги производственного характера. Кроме того, они информируют фермеров о состоянии рынка.

Эффективность деятельности фермерской кооперации в области материально-технического снабжения, производственного обслуживания и сбыта сельскохозяйственной продукции определяется рядом факторов. К ним относятся:

- льготы, которыми пользуются кооперативы в конкурентной борьбе;
- специализация в кооперативной деятельности, стимулирующая качественное совершенствование предоставляемых услуг;
- возможность быстро и четко реагировать на изменения на рынке сельскохозяйственных товаров; возможность рекламы собственной продукции;
- широкое использование новых прогрессивных методов обслуживания (методы «валовой доставки» сельскохозяйственной продукции с фермы на кооперативные предприятия, «прямой поставки» на фермы товаров производственного назначения);
- наличие развитой кооперативной системы кредитования;
- широкое использование в кооперативной деятельности принципа «предоставления знаний вместе с услугами» и некоторые другие.

Основная особенность кооперативной сети по снабжению фермеров производственными товарами и сбыту сельскохозяйственной продукции состоит в том, что снабжение и сбыт связаны с многообразием других оказываемых фермерам услуг. В этом смысле функ-

ции многих кооперативов близко напоминают розничное звено этих фирм — «предприятий-дилеров», являющихся комплексными производственно-техническими центрами по продаже удобрений или кормов с одновременной доставкой туков в хозяйства и внесением их на поля, обеспечением всестороннего агрохимического обслуживания, изготовлением кормов по индивидуальным рецептам и т. п.

Например, фирма John Deere, вырабатывая треть всей продукции сельскохозяйственного и тракторного машиностроения США, насчитывает от 12 до 15 тыс. дилеров во всех районах страны, каждый из которых обслуживает до 200-300 близлежащих хозяйств. Дилеры, снабжающие фермеров удобрениями и ядохимикатами, вносят эти удобрения на поля, опрыскивают посевы в радиусе до 40 км. [3]

Однако кооперативы успешно конкурируют с промышленностью, так как имеют ряд преимуществ. Во-первых, они пользуются льготами оптового покупателя. Во-вторых, они применяют технику на многих полях и фермах, тогда как фермер – собственник машины должен или согласиться с ее малопроизводительной работой, или сам организовать совместное ее использование за оплату на нескольких соседних фермах (так называемая система «кастом ворк»). В-третьих, степень приближения кооператива к индивидуальным запросам фермера больше. Практически – это повседневная производственно-техническая связь хозяйства со всеми службами кооператива.

Американские экономисты, исследовавшие факторы сохраняющейся конкурентоспособности фермерских кооперативов в условиях огромной концентрации промышленных предприятий в отраслях агробизнеса, приходят к выводу, что в настоящее время цена не является определяющим моментом. Фермер покупает не там, где стоит дешевле, а там, где лучше обслуживают кооперативы, занимающиеся сбытом сельскохозяйственной продукции, в настоящее время не просто реализуют свою продукцию, а осуществляют весь комплекс операций, получивший в экономической литературе обобщенное название «маркетинга». Сюда входят прием, обработка, складирование и хранение продуктов, упаковка, транспортировка, реклама и сбыт, а также изучение конъюнктуры рынка и потребительского спроса. Сельскохозяйственная продукция часто реализуется через собственные магазины. В этом случае сбытовая кооперация постепенно выделяется из «централизованного посредника» между фермерами и крупными фирмами пищевой промышленности и торговли в самостоятельное звено агробизнеса. [1]

Все это позволяет кооперативам обеспечить в условиях обостряющейся конкуренции сбыт стандартной продукции высокого качества. Высокое качество продукции и большой объем поступления ее на рынок характерны для таких фермерских кооперативов, как Sunkist Growers, ставшего монополистом в области производства и сбыта цитрусовых, Lake-To-Lake Cooperative (шт. Висконсин) – производитель и поставщик высококачественного сыра Чеддар, Norbest Turkey Growers (шт. Юта) – поставщик высококачественных индеек и т. д.

Кооперативы быстро реагируют на изменения запросов потребителя. С повышением спроса на постное мясо два крупнейших фермерских кооператива Producers Livestock Association (шт. Огайо) и Producers Marketing Association (шт. Индиана) разработали специальную программу увеличения производства постной свинины. [3]

Кооперативное снабжение фермеров гарантирует необходимое количество поставляемых товаров. Это достигается путем учета индивидуального спроса многочисленных хозяйств, местных климатических и почвенных условий, особенностей методов выращивания сельскохозяйственных культур и т. п. Функции по доработке продукта согласно местным потребностям осуществляются оптовыми сбытовыми базами крупных кооперативов на собственных предприятиях или по контракту с частными фирмами. Так, крупный кооперативный союз – Indiana Farm Bureau Cooperative (в Индианаполисе), объединяющий 84 местных фермерских кооператива, приготавливает на собственных предприятиях смеси удобрений и кормов. После доработки удобрений и кормов до нужных кондиций кооперативы выдают фермерам-пайщикам на каждую партию поставляемого товара так называемый «открытый ярлык», в котором указывается перечень всех ингредиентов, и содержатся рекомендации по наиболее эффективному применению данного продукта.

Кооперативы, как и частные фирмы и корпорации, используют многие перспективные формы обслуживания. В последнее десятилетие среди некоторых частных фирм большое распространение получила, например, аренда сельскохозяйственной техники, крупного рогатого скота, свиней и пр.

Одним из условий эффективной деятельности кооперативов является наличие хорошо организованной системы финансирования. В этой системе поступление средств осуществляется по двум каналам: путем самофинансирования и через различные источники внешнего финансирования, в основном через кредит.

Фермеры, вступающие в кооператив, покупают акцию кооператива (5-20 долл.) или другие ценные бумаги, что и является их вступительным взносом. Из взносов складывается фонд основного капитала. Помимо этого, члены кооператива могут вкладывать дополнительные средства в кооперативную «казну». Эти средства составляют так называемый «преференциальный» фонд, по которому вкладчики получают дополнительные доходы.

Таким образом, определенное значение приобретает самофинансирование кооперативов. Часть потребностей в капитале удовлетворяется за счет средств, накопленных фермерами-вкладчиками в основной и «преференциальный» фонды. Фермеры часто рефинансируют часть своего дохода от операции, произведенных через кооператив в оборотный кооперативный цикл. Эти средства используются (по решению совета директоров) на оплату задолженности (банкам), на расширение торгового оборота и на другие цели.

Самофинансирование, однако, лишь в небольшой степени может удовлетворить растущие потребности кооперативов в денежных средствах.

Кооперативы испытывают необходимость в высокоразвитом кредитном обслуживании, причем потребность эта растет из года в год. Привлечение заемных средств в сельскохозяйственное производство во все возрастающих размерах связано с ростом капиталоемкости сельскохозяйственного производства, в связи с развитием его на промышленной основе, ростом цен на средства производства и услуги, а также рядом других факторов.

В рамках фермерского сектора происходит интенсивный процесс роста крупных ферм и их доли в производстве. Официальная статистика выделяет группу ферм, ежегодно реализующих продукцию на сумму 0,5 млн. долл. и выше, как особо крупных. В число суперферм входит около 25 тыс. хозяйств, составляющих примерно 1,2% от общего числа ферм США. Уровень капиталотдачи суперферм (т. е. выручки на доллар капитальных активов) значительно более высокий, чем в любой другой группе ферм. А на долю хозяйств с объемом продаж от 200 тыс. долл. и выше, составляющих 4,7% от общего числа ферм, приходится 49,1% общего объема реализованной продукции.

За последние четыре десятилетия американское фермерское хозяйство прошло путь от мелкособственнического и мелкотоварного до крупного агропредприятия индустриального типа.

Важной особенностью развития современного аграрного сектора США является усиление кооперации. Часто в кооперативах активно участвуют аграрные корпорации. С помощью кооперативов они усиливают проникновение в сельскохозяйственное производство финансового капитала. В настоящее время участие финансового капитала в агропромышленном производстве усиливается. В этих условиях повышается роль государственной политики, особенно в сфере кредита.

Литература

1. *Перевушин М. А.* Кооперативное движение в условиях капитализма: учеб. пособие / М.: МКИ, 1982. – 83 с.
2. *Аграрный сектор США в конце XX века / Институт США и Канады / под ред. Б. А. Черныкова.* – М.: Пилигрим, 1997. – 396 с.
3. *Саванина В. Г.* Фермерская кооперация в США // Кооперация. Место и роль в экон. истории. – М.: 1990. – С. 131-148.

**COOPERATIVE IN AGRARIAN PREDPRENIMATELSTVO SEC-TOR OF
THE UNITED STATES OF AMERICA**

This article describes the development of cooperative businesses in various parts of the U.S.A. Cooperatives, as well as private firms and corporations use many advanced forms of service.

Keywords: cooperatives, agriculture, the agricultural sector of the economy

Juliya Aleksandrovna Romanova, Doctor of Economics, assistant professor, professor of chair of management and marketing, The Moscow university of S.Yu. Vitte