

УДК 334.73

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ МОТИВАЦИЮ МАЛЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ К УЧАСТИЮ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ

Кудрявцев А.А.

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный технологический университет»,
Пенза, e-mail: kudryavcev_a@inbox.ru*

Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в РФ рассматривается как инструмент повышения эффективности деятельности фермерских хозяйств и хозяйств населения. Однако уровень вовлеченности сельскохозяйственных товаропроизводителей в потребительскую кооперацию остается крайне низким. Выгоды от кооперации, описанные в теории, на практике оказываются не такими привлекательными. Основным мотивирующим фактором объединения фермеров в рамках сельскохозяйственного потребительского кооператива во многих случаях становится возможность получения средств государственной поддержки. В связи с этим существует необходимость оценки экономических стимулов, побуждающих сельскохозяйственных товаропроизводителей к вступлению в кооператив. Таким стимулом является более выгодная реализация продукции. В статье рассматриваются ценовые факторы, характеризующие способность кооперативов обеспечить выгоду для своих членов. На основе анализа бухгалтерской отчетности выборки из 110 кооперативов рассматриваются финансовые результаты их деятельности и подходы к распределению прибыли. Выявлено, что снабженческо-сбытовые кооперативы во многих случаях не обеспечивают для своих членов прирост их доли в добавленной стоимости в рамках продовольственных цепочек. Большое число убыточных кооперативов также негативно характеризует сложившуюся систему кооперации. Предложен критерий для оценки оптимальности параметров функционирования кооператива.

Ключевые слова: сельскохозяйственная потребительская кооперация, фермерские хозяйства, цена, продовольственная цепочка, выгода от кооперации

ECONOMIC FACTORS DETERMINING THE MOTIVATION OF SMALL AGRICULTURAL PRODUCERS TO PARTICIPATE IN THE ACTIVITIES OF CONSUMER COOPERATIVES

Kudryavcev A.A.

Penza State Technological University, Penza, e-mail: kudryavcev_a@inbox.ru

The development of agricultural consumer cooperation in the Russian Federation is considered as a tool to improve the efficiency of farms and households. However, the level of involvement of agricultural producers in consumer cooperation remains extremely low. The benefits of cooperation described in theory are not so attractive in practice. The main motivating factor for the association of farmers within the framework of an agricultural consumer cooperative in many cases is the possibility of obtaining state support funds. In this regard, there is a need to assess the economic incentives that encourage agricultural producers to join a cooperative. Such an incentive is a more profitable sale of products. The article examines the price factors characterizing the ability of cooperatives to provide benefits for their members. Based on the analysis of the accounting statements of a sample of 110 cooperatives, the financial results of their activities and approaches to profit distribution are considered. It has been revealed that supply and marketing cooperatives in many cases do not provide for their members an increase in their share in value added within food chains. A large number of unprofitable cooperatives also negatively characterizes the existing system of cooperation. A criterion for assessing the optimality of the parameters of the functioning of the cooperative is proposed.

Keywords: agricultural consumer cooperation, farms, price, food chain, benefits from cooperation

Роль сельскохозяйственной потребительской кооперации в развитии хозяйств населения и крестьянских (фермерских) хозяйств достаточно подробно рассматривается в научных работах многих отечественных ученых [1–3]. Поддержка малых форм хозяйствования и сельскохозяйственной кооперации реализуется государством как единое направление экономической политики в аграрном секторе [4]. С 2015 г. 990 кооперативов получили гранты на развитие материально-технической базы, с 2012 г. поддержку получили 30,7 тыс. проектов начинающих фермеров и семейных фермерских хозяйств [5]. Данные меры

призваны укрепить потенциал фермерских хозяйств как социально-экономической базы кооперации, а также повысить роль самих кооперативов в развитии фермерских хозяйств. Оценивая успешность такой политики, следует отметить, что потенциал потребительской кооперации в развитии малых форм хозяйствования в аграрном секторе нашей страны реализован в крайне малой степени. По данным Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) численность членов снабженческо-сбытовых сельскохозяйственных потребительских кооперативов увеличилась с 38527 единиц в 2012 г.

до 50834 единиц в 2020 г. Но при этом паевой фонд по всей совокупности данных кооперативов сократился за этот же период почти на 3% и составил в 2020 г. всего 563,6 млн руб. Примеры успешного развития кооперативов по-прежнему являются скорее исключениями, чем правилом. Вовлеченность фермерских хозяйств и хозяйств населения в перерабатывающую сельскохозяйственную кооперацию также незначительна. Анализ бухгалтерской отчетности кооперативов показывает, что реально функционирующими являются не более 25% от числа зарегистрированных. Это свидетельствует о необходимости поиска новых подходов к развитию системы сельскохозяйственной потребительской кооперации в нашей стране. Важно выявить точки роста, направления концентрации усилий государства и кооперативного сообщества в деле становления реально функционирующей и значимой системы сельскохозяйственной потребительской кооперации. В связи с этим важной задачей представляется изучение факторов, определяющих заинтересованность малых сельскохозяйственных товаропроизводителей в кооперировании.

Целью данного исследования является изучение экономических факторов, определяющих привлекательность потребительской кооперации для субъектов малого предпринимательства в сельском хозяйстве на примере снабженческо-сбытовых и перерабатывающих кооперативов.

Материалы и методы исследования

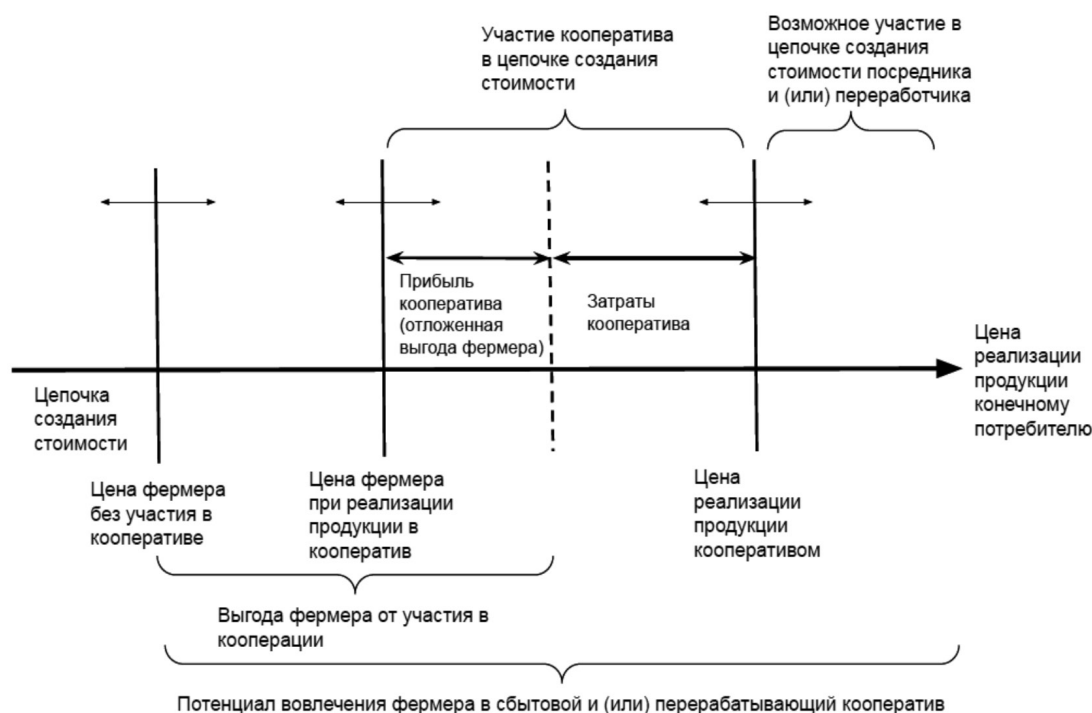
В рамках исследования был рассмотрен механизм возникновения экономической выгоды членов кооператива при реализации продукции через сбытовой кооператив или при организации ее переработки на основе кооперативных перерабатывающих мощностей. Формирование такой выгоды за счет эффекта масштаба или за счет вытеснения посредников из цепочки создания стоимости достаточно подробно изучено и описано в научной литературе. Схематизация данного процесса позволила выделить ключевые факторы, определяющие его результативность. Для анализа использовалась информация о деятельности кооперативов, размещенная в ЕМИСС. Кроме этого, для оценки отдельных показателей была сгруппирована и изучена бухгалтерская (финансовая) отчетность кооперативов на основе Государственного информационного ресурса бухгалтерской отчетности. Чтобы максимально исключить из анализа кооперативы «однодневки», создаваемые только для целей получения средств государственной поддержки, рассматривались кооперативы, осу-

ществляющие деятельность не менее трех полных лет, с 2018 по 2020 г. Также исключались из анализа кооперативы с годовой выручкой менее 500 тыс. руб. Сравнительный анализ ценовых факторов осуществлялся в разрезе отдельных видов продукции кооперативов за период с 2017 по 2020 г. Выбор периода обусловлен изменениями в отражении статистической информации по кооперативам с 2017 г. и, соответственно, несопоставимостью отдельных данных с более ранним периодом.

Результаты исследования и их обсуждение

Потребительская кооперация в различных отраслях экономики, в том числе в сельском хозяйстве, исторически развивалась не только как экономическое, но и как социальное явление. Тем не менее основной движущей силой кооперирования фермерских хозяйств и хозяйств населения остается возможность улучшить экономические результаты хозяйствования. Механизм реализации такой возможности в рамках снабженческо-сбытовой или перерабатывающей потребительской кооперации представлен на рисунке.

На рисунке рассматривается формирование выгоды от участия в кооперации на примере фермерского хозяйства. В отношении хозяйств населения данный процесс будет аналогичным. Потенциал вовлечения фермера в сбытовой и (или) перерабатывающий кооператив в каждом конкретном случае будет определяться возможностью для него увеличить собственную долю в цене соответствующего продукта, реализуемого конечному пользователю. Чем больше разница между ценой реализации продукции фермером вне системы кооперации и ценой, уплачиваемой за данную продукцию (в неизменном или переработанном виде) конечным потребителем, тем потенциально мотивы к кооперированию могут быть выше. В значительной степени эта разница определяется видом продукции, характером и глубиной ее переработки, то есть имеет значение отраслевая принадлежность сельскохозяйственного товаропроизводителя. Но ключевым фактором также может являться доступ фермерского хозяйства к коротким цепочкам поставок, в рамках которых продукция непосредственно реализуется конечному потребителю. Например, владелец личного подсобного хозяйства реализует молоко или мясо непосредственно населению, увеличивая собственную выгоду. Интерес такого производителя к сбытовой или перерабатывающей кооперации будет минимальным.



*Потенциал извлечения выгоды сельскохозяйственными товаропроизводителями от участия в деятельности сбытового и (или) перерабатывающего кооператива**

**Источник – составлен автором*

Кооператив, по сути, также является посредником между фермером и потребителем конечной продукции. И его привлекательность для членов будет определяться тем, насколько значительным является прирост их доли в цепочке создания стоимости в рамках кооперации. При этом, оценивая выгоду фермера от участия в деятельности кооператива, целесообразно выделить две ее составляющие. Первая – это непосредственное увеличение цены реализации продукции. Вторая – это прирост доли в собственном капитале кооператива. Указанные элементы непосредственно взаимосвязаны. Если кооператив при прочих равных условиях минимизирует прибыль, по конкретной сделке с членом кооператива может устанавливаться более высокая цена. Снижение цены закупки продукции кооперативом у своих членов повышает его прибыль, что может способствовать увеличению собственного капитала кооператива. Это, в свою очередь, позволяет кооперативу развиваться, увеличивать и модернизировать материально-техническую базу, укреплять собственные рыночные позиции. Каждый член кооператива фактически должен сделать выбор – максимизировать свою выгоду

в текущей сделке или отказаться от части выгоды в пользу будущего развития кооператива. Соответствие индивидуальных предпочтений фермера реализуемой кооперативом в данном вопросе политике будет определять его мотивацию к участию в деятельности кооператива.

Чтобы охарактеризовать потенциал формирования выгоды для своих членов снабженческо-сбытовыми кооперативами, рассмотрим данные табл. 1 (показатели представлены в целом по РФ).

Данные табл. 1 показывают, что по наиболее востребованному направлению сбытовой кооперации, реализации молока, уровень цен кооперативов в течение всего рассматриваемого периода ниже, чем в среднем по сельскохозяйственным товаропроизводителям всех категорий, и ниже, за исключением одного года, цен сельскохозяйственных организаций. Сравнение цен реализации молока хозяйствами всех категорий и сельскохозяйственными организациями позволяет сделать вывод о том, что в среднем цены фермерских хозяйств и хозяйств населения выше, чем по другим категориям хозяйств. Привлекательность сбытовой кооперации в таких условиях снижается.

Таблица 1

Уровень цен отдельных видов продукции, реализованных сельскохозяйственными снабженческо-сбытовыми потребительскими кооперативами и прочими сельскохозяйственными товаропроизводителями*

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Молоко				
Продано кооперативами в стоимостном выражении, млн руб.	11106,5	9560,8	9401,6	8923,9
Продано кооперативами в натуральном выражении, тыс. т	462,4	427,5	377,7	353,8
Средняя цена реализации продукции кооперативами, руб. за 1 кг	24,02	22,36	24,89	25,22
Средняя цена реализации продукции сельскохозяйственными товаропроизводителями всех категорий, руб. за 1 кг	26,04	24,44	25,63	26,80
Средняя цена реализации продукции сельскохозяйственными организациями, руб. за 1 кг	24,49	22,85	24,88	25,86
Скот и птица в живом весе				
Продано кооперативами в стоимостном выражении, млн руб.	800,883	932,539	933,803	1203,224
Продано кооперативами в натуральном выражении, тыс. т	7,3	7,8	8,5	10,0
Средняя цена реализации продукции кооперативами, руб. за 1 кг	110,08	118,94	110,37	119,67
Средняя цена реализации продукции сельскохозяйственными товаропроизводителями всех категорий, руб. за 1 кг	87,83	90,03	91,38	92,27
Средняя цена реализации продукции сельскохозяйственными организациями, руб. за 1 кг	82,58	86,14	87,72	87,00
Картофель				
Продано кооперативами в стоимостном выражении, млн руб.	171,0	320,3	231,0	351,1
Продано кооперативами в натуральном выражении, тыс. т	11,7	19,7	18,9	26,1
Средняя цена реализации продукции кооперативами, руб. за 1 кг	14,60	16,22	12,22	13,44
Средняя цена реализации продукции сельскохозяйственными товаропроизводителями всех категорий, руб. за 1 кг	15,30	15,30	12,43	15,00
Средняя цена реализации продукции сельскохозяйственными организациями, руб. за 1 кг	11,61	12,55	10,55	11,81

*Составлена и рассчитана автором на основе данных ЕМИСС.

За рассматриваемый период количество реализованного кооперативами молока в натуральном выражении сократилось на 23,5%. Сбытовые кооперативы, реализующие мясо скота и птицы, обеспечили сбыт продукции по более высоким ценам в сравнении с сельскохозяйственными организациями и хозяйствами всех категорий. При этом объем продаж в натуральном выражении увеличился на 37%. Наибольший прирост продаж в кооперативах отмечается по картофелю, за четыре года он составил 123%. Цена кооперативов была выше, чем цены сельскохозяйственных организаций, но в среднем оказалась ниже, чем цены по всем категориям хозяйств. Это говорит о том, что во многих случаях реализация картофеля вне кооперативной системы для фермерских хозяйств и хозяйств населения была выгоднее. Несмотря на значительный прирост продаж, роль сбытовых кооперативов в реализации картофеля остается несущественной.

Для оценки ситуации с формированием и использованием прибыли кооперативов в табл. 2 представим результаты анализа соответствующих показателей на основе данных 110 сельскохозяйственных потребительских кооперативов. Анализируемая выборка кооперативов включает в себя снабженческо-сбытовые, перерабатывающие и обслуживающие кооперативы в растениеводстве и животноводстве.

В табл. 2 представлены данные о финансовых результатах деятельности кооперативов в сумме за три года. Из рассматриваемой совокупности кооперативов 70% получили чистую прибыль по результатам деятельности за три года, при этом менее четверти кооперативов получили прибыль более 5 млн руб. и менее 40% кооперативов реинвестировали в свою деятельность более 50% прибыли. Только семь кооперативов сформировали за счет реинвестирования прибыли достаточно значительный собственный капитал, более 10 млн руб.

Таблица 2

Оценка формирования и использования прибыли в исследуемой совокупности кооперативов в 2018–2020 гг.*

Показатель	Количество кооперативов, ед.	Доля, в% к итогу
Количество кооперативов в анализируемой выборке, ед.	110	100
Количество прибыльных кооперативов, ед.	77	70
в том числе:		
получивших прибыль более 1 млн руб.	44	40
получивших прибыль более 5 млн руб.	26	23,64
получивших прибыль более 10 млн руб.	18	16,36
Количество кооперативов с нулевым финансовым результатом	3	2,7
Количество убыточных кооперативов, ед.	30	27,3
в том числе:		
получивших убыток более 1 млн руб.	17	15,45
получивших убыток более 5 млн руб.	9	8,18
получивших убыток более 10 млн руб.	6	5,45
Количество кооперативов с приростом нераспределенной прибыли в рассматриваемом периоде, ед.	56	50,9
Количество кооперативов, реинвестировавших более 50% прибыли, ед.	41	37,3

*Расчитано автором на основе данных бухгалтерской (финансовой) отчетности кооперативов.

Заклучение

Выгода фермера (V_{ij}) от сделки со сбытовым или перерабатывающим кооперативом может быть представлена следующим образом:

$$V_{ij} = (C_{ijk} - C_{ijr} + \Delta OV_{ij}) * K_{ij}, \quad (1)$$

где i – порядковый номер фермера (члена кооператива);

j – порядковый номер сделки;

C_{ijk} – цена реализации продукции фермером в кооперативе;

C_{ijr} – цена реализации аналогичной продукции вне кооператива;

ΔOV_{ij} – прирост отложенной выгоды члена кооператива в цене единицы продукции;

K_{ij} – количество продукции, поставленной в рамках одной сделки.

В качестве критерия оптимальности деятельности кооператива с учетом этого можно определить максимизацию совокупной выгоды всех членов кооператива:

$$\sum V_{ij} \rightarrow \max. \quad (2)$$

Указанный критерий может использоваться при оценке привлекательности кооператива для его членов, при определении оптимального размера кооператива.

Рыночные позиции сбытовых кооперативов в большинстве случаев остаются достаточно слабыми. Кооперативы реализуют продукцию по ценам, не превышающим цен реализации аналогичной продукции малыми сельскохозяйственными товаропроизво-

дителями вне системы кооперации. Выгода фермерских хозяйств от участия в сбытовой кооперации ограничивается, с одной стороны, отсутствием доступа кооперативов к выгодным каналам сбыта продукции, с другой, неэффективным управлением в самих кооперативах. Значительная часть кооперативов являются убыточными. Уровень прибыли и доля ее реинвестирования в большинстве прибыльных кооперативов недостаточны для того, чтобы данный источник стал значимым фактором развития кооперативов. То есть объединение в рамках кооператива часто не способствует реализации эффекта масштаба и приращению доли производителей в цепочке создания стоимости. Мотивы вступления в кооператив для фермеров в таких условиях практически отсутствуют. Учитывая рассмотренные факторы, мерами повышения роли кооперативов в развитии фермерских хозяйств и хозяйств населения могут быть: объединение в рамках кооператива нескольких этапов цепочки создания стоимости (снабжение ресурсами, переработка, сбыт продукции); укрупнение кооперативов; создание кооперативов в отраслях и видах деятельности, характеризующихся минимальной долей производителей в конечной цене продукта; встраивание кооперативов в короткие цепочки поставок продовольствия.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00987.

Список литературы

1. Балалова Е.И., Рудакова Т.В., Жуков А.С. Предпринимательство потребительских кооперативов в инфраструктуре региональной экономики // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2020. № 3. С. 35–44. DOI: 10.37984/2076-9288-2020-3-35-44.
2. Каурова О.В., Ткач А.В., Малолетко А.Н. Потребительская кооперация регионов в инфраструктуре продовольственного рынка России // *Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве*. 2021. № 2 (71). С. 73–80. DOI: 10.33938/212-73.
3. Набиева А.Р. Хозяйства населения и крестьянские (фермерские) хозяйства в системе кооперации: преимущества и перспективы // *Вестник Воронежского государственного аграрного университета*. 2021. Т. 14. № 1 (68). С. 116–126. DOI: 10.53914/issn2071-2243_2021_1_116.
4. Палаткин И.В., Диброва Ж.Н., Репкин А.Ю. Экономические и правовые меры государства по повышению экономической эффективности сельскохозяйственной потребительской кооперации // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2019. № 4. С. 21–28.
5. Национальный доклад о ходе и результатах реализации в 2020 году Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (утвержден Распоряжением Правительства РФ от 19 июня 2021 года № 1671-п) [Электронный ресурс]. URL: <https://mcx.gov.ru/upload/iblock/953/953ee7405fb0ebba38a6031a13ec0021.pdf> (дата обращения: 20.10.2021).