

СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

НЕКЛАССИЧЕСКИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ КООПЕРАТИВЫ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: КАК ВЛАСТЬ УЧРЕЖДАЕТ КООПЕРАЦИЮ (1)

А.А. Куракин

Центр аграрных исследований
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ
Пречистенская наб., 11, Москва, Россия, 119034

Известная своими агрохолдингами Белгородская область осуществляет проект по развитию сельскохозяйственной кооперации. Интервью с руководством двух кооперативов показали, что они пока далеки от классического ее идеала. В большей степени они напоминают посредников между сельхозпроизводителями и потребителями их продукции. Власть организовала для них защищенную рыночную нишу, для которой характерна не столько конкуренция, сколько административные переговоры. Тем не менее история говорит о том, что первые шаги по развитию кооперации редко делались подобным образом.

Ключевые слова: кооперация, сельское хозяйство, Белгородская область, государственное регулирование, рыночная ниша.

Осенью 2010 г. сотрудниками Центра аграрных исследований РАНХиГС была предпринята исследовательская поездка в Белгородскую область с целью изучения так называемого Белгородского чуда. В частности, мы посетили два сельскохозяйственных кооператива в Алексеевском районе: молочный и овощеводческий (2). Мы записали на диктофон групповые беседы с руководством, сотрудниками данных кооперативов, потребителями их продукции, представителем районной администрации, курирующим работу кооперативов. Летом 2011 г. мы повторно посетили Белгородскую область, обследовав три района: Краснояружский, Вейделевский и Корочанский. Цели этой поездки не касались напрямую кооперативов, однако мы смогли наблюдать ту «окружающую среду», в которой существуют сельскохозяйственные кооперативы на Белгородчине.

Аграрная политика Белгородской области: агрохолдинги и кооперация

Прежде всего необходимо сказать том, что представляет собой сельская кооперация в глазах областной и районной администрации. Забегая вперед, уточним,

что как раз позиция областного руководства сделала возможным само возникновение кооперативов на Белгородчине и определила особенности их функционирования. По сути, сельскохозяйственные кооперативы — это проект местных властей. Однако Белгородская область известна прежде всего своими агрохолдингами, взаимоотношения с которыми послужили местной власти моделью для организации сельскохозяйственных кооперативов.

Сельское хозяйство является одним из приоритетных направлений развития экономики Белгородской области (ключевую роль здесь обычно отводят губернатору Е.С. Савченко), а ядром сельского хозяйства области являются птицеводство и свиноводство. Локомотивом этих двух направлений стали гигантские комплексы, полностью оборудованные новейшей импортной техникой. В организационном плане ставка была сделана на агрохолдинги, объединяющие в себе не только предприятия по выращиванию поголовья, но также предприятия, осуществляющие забой, первичную переработку, обеспечивающие кормами и расходным материалом, племенные станции и т.п. В этом процессе ключевую роль сыграла областная администрация, которая вместе с представителями частного капитала выстраивала «архитектуру» животноводства области. Областная власть имеет мощный «дипломатический» рычаг во взаимодействии с бизнесом — землю, которую область в свое время скупала у населения и теперь выдает в аренду агрохолдингам.

Агрохолдинги в Белгородской области добились впечатляющих экономических результатов: их продукцию можно найти на прилавках многих магазинов и торговых сетей крупнейших городов страны, производительность труда там приближается к европейским стандартам, открываются предприятия в других регионах России, а в последнее время агрохолдинги озаботились вопросом лицензирования своей продукции со стороны Евросоюза (3). Таким образом, экономические показатели роста сельскохозяйственного производства базируются на успехах огромных вертикально интегрированных агрохолдингов, и областная власть продолжает делать ставку именно на них. Однако успехи на данном направлении позволили руководству области обратить внимание на другие, не экономические, аспекты развития сельской местности.

Одной из таких социальных областных программ является программа «Семейные фермы Белогорья», направленная на поддержку крестьянских фермерских (КФХ) и личных подсобных хозяйств (ЛПХ). Эта программа не является экономической программой в строгом смысле этого слова, в отличие от агрохолдингов, например. От семейных производителей никто не ожидает рентабельности на уровне агрохолдинга. Безусловно, бесконечно дотировать убыточные хозяйства невозможно, однако здесь важна не прибыль, а сам факт занятия сельским хозяйством. Это считается фактором жизнеспособности сельских поселений, препятствием их обезлюдению, пьянству и апатии среди сельских жителей. Под такой образ мыслей вполне подходит принцип: «пока жива корова, жива деревня».

Скорее социальные, нежели экономические цели заявлены и в самом тексте программы. Так, задача-максимум формулируется следующим образом: «перестроить сознание сельского жителя и сориентировать его на производство конкурентоспособной ликвидной товарной продукции» [7], иными словами, самозаня-

тое население области должно стать более экономически эффективным, что поможет ему (а следовательно, и областному руководству) преодолеть застойную бедность. Упор в программе делается на те виды сельского хозяйства, которые не охвачены крупными предприятиями, например, овцеводство, кролиководство, пчеловодство и т.д. Это позволяет организовать для производителей свои рыночные ниши по характеру продукции и избежать прямой конкуренции с крупными предприятиями, которую мелкие производители выдержать неспособны. Это понимают и сами фермеры, которые в интервью преимущественно этим фактом обосновывают свою специализацию.

Для продвижения программы была сформирована специальная административно-управленческая вертикаль, основные параметры которой описаны в тексте программы, где она носит название «вертикально интегрированной трехуровневой системы управления „область—район—поселение“». Это означает, что на всех уровнях — областном, районном и поселенческом — появляются ответственные за реализацию проекта люди. На областном уровне сформировано специальное подразделение в рамках департамента экономического развития. На районном уровне появились координационные центры во главе с заместителем главы района, а на поселенческом — кураторы проекта, входящие в штат администрации сельских поселений. По этой административной вертикали областные власти и рассчитывали контролировать реализацию программы и обеспечивать выполнение планов и показателей.

Развитие сельской кооперации также входит в рамки программы «Семейные фермы Белогорья», однако создание кооперативов мыслится не как самоцель, а прежде всего как способ обеспечения сбыта для семейных сельхозпроизводителей. Как известно, проблема сбыта особенно остро стоит именно для мелкого производителя. В Алексеевском районе сельскохозяйственная кооперация развивается довольно успешно и является объектом пристальной опеки районных властей [3]. Ниже мы покажем, что административные рычаги стали главной причиной их появления и определили специфику их работы.

Административное конструирование рыночной ниши

Как было отмечено выше, кооперативы представляют собой проект областной и районной администраций, так что не только их выживание, но и само появление обязано пресловутому административному ресурсу. В 2000 г., т.е. до запуска программы «Семейные фермы Белогорья», в области, по официальным данным, насчитывалось всего 20 сельских кооперативов, да и то они проходили по категории «прочие», т.е. не были ни кредитными, ни перерабатывающими, ни снабженческо-сбытовыми. В 2009 г. их насчитывалось уже 465, из них 189 снабженческо-сбытовых, т.е. таких, как выбранные нами молочный и овощеводческий кооперативы [6]. Как же проявляется влияние местных властей на повседневной работе кооперативов? В рамках проекта «Семейные фермы Белогорья» кооперативы довольно прочно ограждены от конкуренции внутри области. По сути, администрация создала им особую рыночную нишу с гарантиями сбыта. В свою очередь, от кооперативов требуется как можно больший охват хозяйств населения. Соб-

ственно, это и есть один из главных критериев успешности реализации программы, по которому районные власти отчитываются перед областной в рамках вертикали «область — район — поселение».

Влияние районной администрации на этапе возникновения кооперативов довольно наглядно иллюстрируется историей создания овощеводческого кооператива. Его специализация — овощи, прежде всего картофель, капуста, морковь, свекла. Кооператив закупает продукцию у своих членов и реализует ее конечным потребителям или ритейлерам. Основная масса членов кооператива — ЛПХ, однако есть и фермеры, которые, не являясь членами кооператива, заключают с ним договоры на поставку своей продукции. Председатель кооператива раньше была безработной и предпринимательской деятельностью никогда не занималась.

В Алексеевском районе в рамках программы организовали кооперативы сразу по нескольким направлениям. Представитель районного координационного центра описывает процесс создания овощеводческого кооператива следующим образом: «По всем направлениям отбирали сельские территории (где-то больше поголовья скота, где-то больше занимаются овощеводством, где-то по технике). По рекомендации главы сельского поселения собрали людей, которые занимаются выращиванием сельхозпродукции, провели собрание, решили организовать кооператив, все людям рассказали (работу проводил глава сельского поселения). В сельских поселениях есть координаторы программы „Семейные фермы Белогорья“, в администрации района этим занимается координационный центр».

Крайне показательно в приведенном отрывке звучат фразы «собрали людей», «решили организовать», «работу проводил». Иными словами, решение о создании кооператива было заранее принято на районном уровне, его специализация и программа первоначального развития также были определены. Оставалось только найти исполнителей из числа местных жителей, проблема сводилась к грамотной агитации, убеждению и поиску инициативных граждан. Примечательно, что таким инициативным человеком оказалась безработная женщина средних лет без высшего образования и не имевшая опыта частного предпринимательства. Возможно, именно такое социальное положение позволило ей согласиться на предложение администрации. Естественно, существенным фактором явилось обещание властей оказывать всяческую организационную помощь на первых порах, и такая помощь на самом деле была оказана: по словам председателя кооператива, она «не вылезала из кабинета куратора программы от районной администрации».

Мы не можем утверждать со всей уверенностью, что таким образом организовывались все кооперативы в рамках реализации программы «Семейные фермы Белогорья», однако то, что описанный выше сценарий является одним из типовых, у нас сомнений не возникает. В подтверждение можно также привести планы областных властей по созданию кооперативов. Например, к 2015 г. областное руководство не прогнозирует увеличение числа снабженческо-сбытовых кооперативов (те же 189, что и в 2009 г.) [6]. Такой взрывной рост на начальном этапе и скорое достижение «потолка» как раз и говорит об использовании административного ресурса и быстром исчерпании его возможностей или целесообразности дальнейшего использования.

Влияние администрации ощущается не только на этапе создания кооперативов. Одним из ключевых факторов выживания созданных кооперативов является установление надежных каналов сбыта продукции, полученной от семейных сельхозпроизводителей. Установление многих, а зачастую ключевых каналов сбыта также осуществляется административным путем. Такие каналы сбыта мы обнаружили как в овощеводческом, так и в молочном кооперативах.

Овощеводческий кооператив имеет всего три канала сбыта: центральный рынок в Алексеевке, розничные магазины и социальные учреждения (детские сады, школы, училища, больницы, дома инвалидов), причем не только Алексеевского района. Наиболее любопытным является то, что кооператив имеет специфический канал сбыта своей продукции — социальные учреждения района. Безусловно, это «лакомый кусочек» для любого предприятия: гарантированный сбыт, заранее оговоренная цена. Данный канал сбыта был, однако, налажен не сразу. Например, с детским садом, в котором и проходила беседа, кооператив работал на момент интервью только второй сезон.

Хотя контракты с социальными учреждениями района были заключены лишь спустя два года после начала работы кооператива, эти связи были установлены будто по приказу, а не налаживались постепенно, как это обычно бывает при взаимодействии независимых хозяйствующих субъектов. Сразу были заключены договоры на поставку овощей с управлением образования, с Алексеевской центральной районной больницей, управлением социальной защитой населения. Одновременно были заключены 80 договоров на закупку сельхозпродукции кооператива.

Несмотря на такую удачу, первый год работы с социальными учреждениями у кооператива выдался тяжелый, потому что было трудно сразу резко увеличить объем поставок, а существовавших на тот момент внутренних мощностей не хватало. Соответственно, встал вопрос о поиске дополнительных (помимо существовавших на тот момент членов кооператива) сельхозпроизводителей. «Мы метались, искали, но свои обязательства перед закрытыми учреждениями мы выполнили», — говорит председатель кооператива. Второй год был полегче, так как кооператив уже заранее заключал договоры, чтобы обеспечить стабильные поставки в социальные учреждения.

Прочные отношения кооператива с ними вряд ли могли быть установлены только путем рыночного отбора наиболее эффективного поставщика. Во-первых, как мы уже отмечали, эти каналы сбыта не нарабатывались годами, а были установлены практически одновременно. Во-вторых, кооператив лишь недавно начал работу и только-только стал вставать на ноги. Да и по словам его председателя, кооператив на первых порах оказался не готов к появившимся каналам сбыта и был вынужден всячески выкручиваться, искать дополнительных сельхозпроизводителей из числа фермеров, чтобы выполнить свои обязательства по поставкам. Такая ситуация со всей очевидностью показывает, что корни этого канала сбыта, безусловно, административные, а кооператив выступил не инициатором, а исполнителем такого решения администрации. Однако в приказном порядке обязать школы, детские сады и больницы закупать продукцию у кооператива вряд ли было

возможным, так как они находятся в рамках иных административных иерархий — министерства образования и науки и министерства здравоохранения. Вероятно, именно этим объясняется то, что этот канал сбыта был организован не сразу, а лишь тогда, когда кооператив окреп и стало понятно, что он сможет выполнять обязательства по поставкам. Тогда стало возможным вести административные переговоры с соответствующими ведомствами.

Административная природа таких контрактов имеет для кооператива свою цену. Дело в том, что рыночные цены на продукцию кооператива, как правило, несколько выше той цены, которую могут предложить социальные учреждения. Последняя является не рыночной, а опять-таки административной, спускаемой учреждениям по линии соответствующего министерства. В ходе нашей беседы стало понятно, что районная администрация ожидает от кооператива уступок по цене, так как кооператив задействован в программе, получает от этого преимущества и в ответ должен учитывать «социальную сторону вопроса». В то же время председатель кооператива говорила нам, что ее это не смущает, поскольку гарантированный спрос гораздо важнее незначительных потерь в цене. О том же нам говорил и фермер, сдающий кооперативу свою продукцию и не имеющий никаких обязательств перед администрацией и в этом плане абсолютно свободный в выборе деловых партнеров (кстати, часть своей продукции, произведенной сверх обязательств по контракту с кооперативом, он реализует в частном порядке на рынке).

Итак, можно утверждать, что один из основных каналов сбыта для овощеводческого кооператива является не итогом конкурентной борьбы на свободном рынке, а итогом административного компромисса между различными ведомствами. Конечно, в ходе такого административного торга не могли не учитываться и рыночные реалии, так как только экономическими стимулами можно побудить независимых фермеров заключать сделки на поставку своей продукции.

Административная природа основного канала сбыта молочного кооператива стала очевидной в ходе проведенной беседы. Деятельность молочного кооператива состоит в закупке молока у домохозяйств (членов кооператива) и последующей его продаже на молочно-консервный комбинат. Этот комбинат на момент интервью являлся единственным закупщиком кооперативного молока, если не считать нескольких точек продажи на районном рынке.

В 2009 г. сложилась ситуация, когда средняя цена на молоко поднялась на 50 копеек, а молочный комбинат продолжал закупать по старым ценам. Руководство кооператива решило часть продукции переориентировать на других покупателей, и кооператив заключил договор с сырзаводом. Все шло нормально первые три месяца, а затем сырзавод стал испытывать финансовые проблемы и вследствие этого сокращать выпуск продукции. Кооператив одним из первых попал под это сокращение как новый поставщик, с которым еще не сложилась отношенческая контрактация. Кооператив попытался опять весь объем продукции продавать молочному комбинату, но его руководство затаило на кооператив обиду за то, что он ушел от них, когда комбинат рассчитывал на его поставки, и дополнительные объемы молока брать отказалось. Напряженная для кооператива ситуация в конце кон-

цов благополучно разрешилась. Приведем диалог из интервью с руководством кооператива, в котором все объясняется: «Вот это-то молоко (которое отказался брать сырзавод — А.К.) удалось реализовать? — Да, забрал у нас Алексеевский завод. — А вы говорили, что не хотел брать. — Не хотел. Глава обратился. Мы решили, что партнерские отношения нарушать не стоит и больше мы не хотим от них уходить».

Ключевое выражение в этом отрывке беседы — «глава обратился». Имеется в виду глава Алексеевского района. Заметьте, не «попросил», а «обратился». Выходит, что конфликт двух хозяйствующих субъектов разрешился административным путем. Из этого следуют два вывода. Во-первых, взаимоотношения Алексеевского комбината (а скорее всего, не только его одного) и районной власти выходят далеко за рамки формальных отношений бизнеса и власти. Глава района имеет возможность оказывать влияние не только на принятие стратегических решений, но и на рутинные хозяйственные действия, такие, как выбор контрагента при заключении сделки. Мы точно не знаем, опасался ли молочный комбинат каких-либо конкретных действий главы района в случае отказа или просто принимал решение, исходя из принципа «как бы чего не вышло», известного из произведений Салтыкова-Щедрина и Чехова. В любом случае, он пошел на уступки, решив не портить отношения с районным главой. Во-вторых, становится очевидным, что хозяйственная деятельность кооператива осуществляется при «сопровождении» районной власти, причем руководство кооператива об этом знает и в случае беды активно пользуется таким прикрытием. Сам же глава района, находясь в центре паутины административно-хозяйственных отношений, выстроенных в районе, дергает за ниточки, чтобы свести вместе субъектов, находящихся в границах этой паутины. Его интерес состоит в том, чтобы поддерживать кооператив на плаву, так как он является предметом интереса областных властей.

Однако это еще не все. Приведенный пример имеет свое продолжение. Рост цен на молоко, ставший первопричиной конфликта с Алексеевским комбинатом, продолжился и начал вызывать опасения у властей, потому что мог привести, по их мнению, к открытому недовольству населения. В связи с этим глава района обратился к кооперативу с предложением продавать молоко на районном рынке по «нормальным», «справедливым» ценам. Председатель кооператива описала ситуацию так: «Глава района принял решение, чтобы снять напряженность... просто попросил организовать такую торговлю по нормальным ценам. Мы просчитали, что это будет безубыточно». Понятно, что в этой просьбе отказать было нельзя.

Фактически два описанных выше примера, вернее, две стороны одной ситуации, представляют собой обмен услугами между кооперативом и главой района. Сначала глава помог восстановить частично утраченную связь между кооперативом и их основным покупателем, а затем кооператив согласился стать одним из инструментов снижения социальной напряженности, продавая молоко на районном рынке по ценам ниже рыночных. Как же можно охарактеризовать такие отношения районной администрации и кооператива, исходя из приведенных примеров?

На концептуальном уровне К. Поланьи выделил три способа интеграции хозяйственной деятельности: рыночный обмен; реципрокность; перераспределение

[8]. Указанные способы интеграции могут и не иметь интегративного эффекта, а просто представлять собой способы индивидуального взаимодействия по перемещению благ, включая услуги, между субъектами хозяйства. Именно в таком качестве они нас в данном случае и интересуют. Очевидно, что ни о каком рыночном обмене в приведенных примерах говорить не приходится — отношения кооператива и главы района явно иной природы. Перераспределительных механизмов в том виде, как о них писал Поланьи, мы тоже не наблюдаем. Чисто внешне описанные выше отношения довольно похожи на реципрокные (напомним, что реципрокность — это обмен дарами на нерыночной основе). Действительно, вроде бы произошел обмен любезностями, причем с характерными для реципрокности отсрочкой во времени и неэквивалентностью. Однако обязательных для реципрокности равенства и независимости сторон мы не наблюдаем. Глава района здесь явно ведущая сторона, от которой кооператив зависит в очень сильной степени.

Помимо указанных трех способов перемещения благ, выделяют еще и так называемые патрон-клиентские отношения [1; 4]. Их суть в том, что патрон (более влиятельная сторона взаимоотношений) обеспечивает своим клиентам (менее влиятельная сторона) защиту или преференции в распределении ресурсов (в том числе госзаказов, разрешений и т.п.), лично патрону не принадлежащих, за что клиенты выплачивают патрону «дань» в виде каких-либо благ и услуг. Такие отношения возможны только в рамках административной иерархии, в которую встроен патрон и из которой исключены (или находятся на ее более низких ступенях) клиенты (4). В результате патрон использует свою позицию в иерархии для личного обогащения, а клиенты получают доступ к ресурсам иерархии. На первый взгляд кажется, что вот она — идеальная модель для описания отношений кооператива и районной главы. Но мы не знаем, имеет ли какой-либо личный интерес глава района в этих взаимоотношениях с кооперативом, получает ли от них какую-либо «дань» (было бы удивительно, если бы нам об этом поведали). Однако более важно то, что даже если такая «дань» и выплачивается, она не является единственным инструментом влияния кооператива на главу района, как в классических патрон-клиентских отношениях. В благополучии кооператива заинтересованы более высокие, чем глава района, ступени иерархии, поэтому районная власть вынуждена задействовать свой административный ресурс даже при отсутствии «дани» со стороны опекаемых хозяйствующих субъектов. В каком-то смысле глава района сам является исполнителем воли более высокого начальства, а не выстраивает клиентелистские сети исключительно по собственной воле (наличие таких сетей мы никоим образом не исключаем, но просто не обладаем информацией об этом). Таким образом, описанные нами взаимоотношения районной власти и кооператива не соответствуют в чистом виде ни одному из классических типов экономических отношений, и пока мы не готовы дать им концептуальное название и выделить в отдельный тип.

Интересен также вопрос о цене молока, по которой кооператив производит закупки у своих членов. Как и овощеводческий кооператив, он не совсем свободен в вопросах ценообразования. Кооператив старается держаться среднеобластных цен. Однако такая политика проводится не только из экономических соображений,

но и из негласной договоренности с районной властью. Вот фразы из интервью, которые произносили руководители кооператива, говоря о ценообразовании: «На сегодняшний день мы регулируем достаточно нормально. Определенная договоренность у нас существует держать среднеобластную цену. Мы мониторим как в области, и даже близлежащие (области — А.К.) смотрим».

Внутрикооперативная цена не является ни ценой, характерной для классических кооперативов, ни ценой, которая была бы характерна для рынка, а является результатом компромисса интересов администрации и руководства кооператива. Почему цена не похожа на кооперативную цену? Да потому, что цель классического кооператива состоит в максимизации прибыли членов кооператива, а не самого кооператива. Поэтому кооперативная цена по идее должна быть максимально возможной, чтобы вся прибыль оседала в карманах сельхозпроизводителей. Это будет происходить, если субъектом принятия решений являются сами сельхозпроизводители, выстраивающие взаимоотношения внутри кооператива в своих интересах. Однако в рассмотренных нами кооперативах ситуация иная: решения принимает руководство кооператива, а члены кооператива являются просто поставщиками и сами рассматривают кооператив как канал сбыта своей продукции. Также мы не можем назвать процесс ценообразования в кооперативе рыночным, хотя, казалось бы, что установление среднеобластной цены и постоянный мониторинг за ценами «конкурентов» вполне соответствует подходу к работе рынка, предложенному Х. Уайтом [11; 12]. Коренное отличие здесь состоит в том, что если, согласно Уайту, предприятия принимают решения о количестве и цене производимой продукции, наблюдая за действиями своих прямых конкурентов, которые занимают с ними одну рыночную нишу, то в случае ценообразования внутри кооператива конкуренция играет вторичную роль. Мотивация здесь сводится к нахождению компромисса между получением прибыли и негласным требованием администрации «не обижать домохозяйства», которые являются главной целью областной программы «Семейные фермы Белогорья». Не будь такого ограничения со стороны администрации, почти монопольное положение кооператива по сбору молока с семейных подворий могло бы позволить ему занижать закупочную цену и тем самым повышать свою прибыль. Собственно, так бы и стал поступать любой монополист, однако в нашем случае этого не происходит. Таким образом, если кооперативная цена была бы максимально возможной, а рыночная минимально возможной, то сознательное стремление устанавливать среднеобластную цену указывает на ее административную природу.

Итак, приведенные примеры наглядно показывают, что создание и дальнейшее функционирование кооперативов находится под непосредственным влиянием и контролем со стороны областной и прежде всего районной администрации. Кооперативы работают, что называется, «под административным колпаком», постоянным мониторингом и сопровождением. Эта «броня» защищает их от рыночной нестабильности, но одновременно обязывает идти на встречные уступки, которые можно назвать ценой подобной опеки. Насколько такая ситуация соответствует классическим принципам кооперации?

Белгородская модель и классические сельскохозяйственные кооперативы

Прежде всего начнем с цели создания кооператива, которая и определяет его природу. Обратимся к классику отечественной кооперативной мысли А.В. Чаянову. Согласно ему, сельскохозяйственная (или, как писал Чаянов, крестьянская) кооперация является продолжением крестьянского хозяйства и представляет собой форму вертикальной интеграции сельскохозяйственного производства. Это средство, позволяющее мелкому семейному хозяйству использовать выгоды крупного производства при выполнении определенных хозяйственных операций путем сотрудничества с такими же мелкими семейными хозяйствами. [13]. Например, чтобы усилить свои переговорные позиции при сбыте молока, семейные товаропроизводители могут создать кооператив и нанять управляющих, чтобы те подыскивали наилучших покупателей, осуществляли сбор и временное хранение молока и т.п. При этом стратегические решения принимают сами товаропроизводители. Они же являются собственниками кооперативного имущества и материально ответственными за экономические результаты кооператива, а управляющие являются лишь наемными менеджерами, исполняющими «волю» семейных хозяйств.

В случае описанных нами кооперативов ситуация совсем иная. Никаких предпосылок для самостоятельного кооперирования семейных хозяйств не было, и кооперативы создавались «сверху». Администрация находила инициативных людей, которые были готовы вести дела кооператива, неся за это материальную ответственность. Инвестиции, прибыль, убытки, контракты — все это ложилось на плечи руководства кооператива. Следующий этап — привлечение основной массы членов кооператива, сельхозпроизводителей. Их приходилось уговаривать, агитировать и всячески снижать барьеры для вступления в кооператив. Например, вступительный взнос является чисто символическим, взимаемым скорее для соблюдения ритуала. В результате кооперативы напоминают крупные предприятия, где можно провести четкую грань между руководством и рядовыми работниками. Сам же кооператив фактически представляет собой посредника, перекупщика. Соответствующим образом воспринимают друг друга руководство и рядовые члены кооператива. Для руководства члены кооператива являются поставщиками, а руководство для сельхозпроизводителей — каналом сбыта своей продукции. Такая организация имеет мало общего с описанной выше ситуацией классического сельскохозяйственного кооператива.

Итак, наши кооперативы не очень похожи на модель классической сельскохозяйственной кооперации. Они являются по сути сбытовыми организациями, посредниками между производителем и переработчиком. Товаропроизводители и администрация кооперативов являются друг для друга внешними контрагентами, хотя формально и состоят в одном кооперативе. Производители не чувствуют своей причастности к кооперативу.

Попробуем более подробно оценить белгородские кооперативы по классическим критериям кооперации. Собственно, сами принципы классической кооперации запечатлены в Декларации о кооперативной идентичности, принятой на кон-

грессе Международного кооперативного альянса в 1995 г. Эти принципы таковы [14]: добровольное и открытое членство; демократический членский контроль; экономическое участие членов; автономия и независимость (5). Не рассматривая подробно каждый из критериев, можно сказать, что лишь критерий добровольности членства вполне соответствует ситуации в белгородских кооперативах. Рядовые члены кооператива не контролируют руководство, не получают кооперативных выплат, не несут ответственности за убытки. Все эти критерии применимы к группе стокхолдеров (в том числе к руководству), т.е. вложивших свои средства (или взявших кредит) в создание кооперативного имущества. По сути, именно они и составляют кооператив, его предпринимательский двигатель, а собственно сельхозпроизводители лишь добровольно сотрудничают с этой предпринимательской командой. Как можно оценить подобное странное внутреннее устройство кооперативов?

В.А. Чугунов последовательно проверяет российскую кооперацию на соответствие всем этим признакам и приходит к неутешительным выводам: там, где кооперация в современной России формально есть, она принимает уродливые формы, противоречащие основным принципам кооперации [14]. Такая жесткая оценка всей российской кооперации наводит на вопрос: а может, то, что мы видели на Белгородчине, и есть эти самые «уродливые формы», присущие всем российским кооперативам? И вообще, являются ли отклонения от классических принципов уродством?

В противовес В.А. Чугунову, Е.В. Серова отмечает, что перечисленные выше признаки классической кооперации отражают лишь идеально-типическое представление о кооперации, а в реальности они варьируют (точнее, нарушаются) и порой весьма серьезно, однако никто не ставит под сомнение кооперативную природу этих «нарушителей». В частности, такое «безобразие» Серова видит в некоторых вполне рыночных демократических странах с развитой системой сельскохозяйственной кооперации [9]. Возможно, белгородские кооперативы представляют собой некий «российский вариант» подобных нарушений.

Если резюмировать все вышесказанное, мы можем охарактеризовать белгородский опыт создания сельскохозяйственной кооперации следующим образом. Во-первых, он вполне органичен для белгородской хозяйственной системы. Сильные позиции областного правительства, жесткая вертикаль власти, дирижизм — все это указывает на тот основной ресурс, который используется в области для решения задач. Во-вторых, что-то новое может быть выстроено только из имеющегося строительного материала [10]. Под рукой у белгородцев был сильный административный ресурс и предпринимательский потенциал отдельных граждан. Объединив их, они получили вместо кооперативов сбытовые организации, действующие в целях администрации и предпринимателей. Тем не менее, цель администрации — поддержка ЛПХ, которые также являются выигравшей стороной от реализации проекта.

Может показаться, что мы довольно критически оцениваем белгородский опыт построения сельскохозяйственных кооперативов. Однако мы ни в коей мере

не считаем этот опыт провальным и тем более не готовы назвать белгородские кооперативы «уродливыми формами» кооперации. На данный момент они такие, какие есть. Главное, что они работают, у населения появился канал сбыта своей продукции. Не будь таких кооперативов, не было бы вообще ничего. В конце концов уровни кооперативности бывают разные, и классические кооперативы представляют собой ее наивысшую ступень. В Белгородской области начали с малого. Вопрос заключается в том, возможен ли следующий шаг.

Обратившись к истории (а в России был успешный опыт кооперативного движения), можно заключить, что без государственной воли кооперация «снизу» не появилась бы. Историки российской дореволюционной кооперации утверждают, что на первоначальном этапе кооперативы фактически насаждались государством и земствами [5]. Кооперативным обществам предоставлялись обширные пособия от департамента земледелия, порой на порядок превышавшие членские взносы, выделялись ссуды из государственного банка. Неоценимую помощь кооперативам оказывали правительственные инструкторы по разным отраслям сельского хозяйства, земские участковые агрономы (появившиеся в результате столыпинской аграрной политики), а также земские учителя и врачи. Большое внимание уделялось пропаганде кооперации среди крестьян, внедрению кооперативных идей в сознание крестьянства, причем опыт кооперативного строительства был далеко не всегда успешным. Нередко, несмотря на все усилия, кооперативное движение так и не возникало. Бывали даже случаи мошенничества (создание фиктивных кооперативов) с целью присвоить государственные деньги. Лишь по прошествии определенного времени и при вложении немалых усилий и средств кооперация стала зарождаться как движение «снизу», что привело к ее необычайно бурному росту, выведя Россию на одну из лидирующих позиций в мире по уровню развития кооперации. Это позволило А.Д. Билимовичу, одному из теоретиков кооперации русского зарубежья, назвать дореволюционную кооперацию «одной из основ всей хозяйственной структуры России» [2. С. 73]

Таким образом, белгородское руководство не изобретает ничего кардинально нового. «Насаждение» кооперативов с использованием административного ресурса было характерно для российской истории. Переход от социализма к капитализму с использованием имеющихся под рукой институциональных средств, что определило специфические траектории и результаты такого перехода, характерен для всех стран Восточной Европы. В Белгородской области сделан первый шаг, кооперативы организованы и работают. Пока их можно назвать лишь протокооперативами и следующий шаг будет, вероятно, более сложным, чем тот, который уже сделан.

ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) Автор благодарит директора Центра аграрных исследований РАНХиГС канд. экон. наук А.М. Никулина и главного научного сотрудника Института экономики РАН д-ра экон. наук Т.Е. Кузнецову за ценные комментарии к первому варианту статьи.
- (2) Названия кооперативов автор не приводит намеренно, в целях соблюдения анонимности респондентов. Также изменены названия других предприятий района, упоминающиеся в статье.

- (3) Впрочем, они не питают особенных иллюзий по поводу экспорта в Европу, скорее эта деятельность носит имиджевый характер.
- (4) Обычно, говоря о патрон-клиентских отношениях, имеют в виду государственные и муниципальные иерархии, в которых чиновники выстраивают клиентелистские сети, распоряджаясь чужими ресурсами для получения личной выгоды. Однако, строго говоря, понятие «патрон-клиентизм» применимо к любым иерархическим отношениям (что, безусловно, не означает, что любая иерархия обязательно порождает патрон-клиентские отношения). Например, в отношениях принципал-агент, последний может выстроить клиентелистскую сеть в обход интересов принципала, пользуясь асимметрией информации.
- (5) На сайте Международного кооперативного альянса добавлены еще три принципа, для нас менее важные: образование, обучение и информирование; сотрудничество между кооперативами; забота о сообществе (<<http://www.ica.coop/coop/principles.html#4>>). Также см. презентацию Дж. Бёрчалла о десятилетиях пересмотра кооперативных принципов (*Birchall J. Co-operative Principles Ten Years On* // <<http://www.ica.coop/calendar/ga2005/birchallkey.pdf>>)

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. — М.: ГУ-ВШЭ, 2004.
- [2] Билимович А.Д. Кооперация в России до, во время и после большевиков. — М.: Наука, 2005.
- [3] Информация об итогах социально-экономического развития муниципального района «Алексеевский район и город Алексеевка» за 2010 год. 3 марта 2011 г. — URL: <<http://www.adm-alekseevka.ru>>.
- [4] Ковалёв Е. Взаимосвязи типа «патрон-клиент» в российской экономике // Неформальная экономика. Россия и мир. — М.: Логос, 1999.
- [5] Кооперация: страницы истории. В 3-х т. — М.: Наука, 1998.
- [6] Никулин А.М. Миссия крестьянства и обязанности государства // Крестьянские ведомости. — 2009. — 12 янв.
- [7] Областная целевая программа «Семейные фермы Белогорья». Утв. постановлением правительства области от 18 июня 2007 г., № 134-пп. — URL: <<http://www.belregion.ru/lowmaking/programme>>.
- [8] Поланьи К. Экономика как институционально оформленный процесс // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. — М.: РОССПЭН, 2004.
- [9] Серова Е.В. Аграрная экономика. — М.: ГУ-ВШЭ, 1999.
- [10] Старк Д. Гетерархия: неоднозначность активов и организация разнообразия в постсоциалистических странах // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. — М.: РОССПЭН, 2002.
- [11] Уайт Х. Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. — М.: РОССПЭН, 2002.
- [12] Уайт Х. Откуда берутся рынки? // Экономическая социология. — 2010. — № 5.
- [13] Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации крестьянской кооперации. — М.: Наука, 1991.
- [14] Чугунов В.А. 2005. Власть и кооперация: воззрения профессора А.Д. Билимовича // Билимович А.Д. Кооперация в России до, во время и после большевиков. — М.: Наука, 2005.

**NONCLASSIC AGRICULTURAL
CO-OPERATIVES IN BELGOROD REGION:
HOW LOCAL AUTHORITIES ESTABLISH CO-OPERATION**

A.A. Kurakin

The Center for Agrarian Studies
Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration
Prechistenskaya emb., 11, Moscow, Russia, 119034

The agricultural co-operation development project is carried out in Belgorod region which is known for its agro-holdings. The interviews with the leaders of two co-operatives have shown that they are still a far cry from its classic ideal. To a great extent, they are closer to being mediators between the agricultural producers and consumers of their produce. The local authorities have built for them a well-protected market niche, characterized not so much by competition, but rather by administrative bargaining. Nevertheless, we know from the history of co-operation that the first steps were often made similarly.

Key words: co-operation; agriculture; Belgorod region; state regulation; a market niche.