КООПЕРАТИВЫ В МИРОВОМ МОЛОЧНОМ ПОДКОМПЛЕКСЕ: ПОЗИЦИИ И СТРАТЕГИИ

Иванова Светлана Васильевна *– кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник ВИАПИ им. А.А. Никонова, e-mail:* ivanova.svetlana@ymail.com

Актуальность статьи обусловлена процессами транснационализации молочного подкомплекса в России и в мире. Изучение места компаний, сохраняющих кооперативную форму собственности, на мировых рынках молочной продукции позволило сделать вывод о сохранении их ведущих позиций даже в условиях глобализации. Раскрытыпричины устойчивости «молочных» транснациональныхкооперативов.

Summary*: the relevance of article due to processes of transnationalization dairy subset in Russia and in the world. Study places companies that maintain a cooperative form of ownership, on the world market of dairy production has allowed the preservation of their leading position even in the face of globalization. Disclosed reasons for sustainability transnational «dairy» cooperatives.*

Ключевыеслова: мировойрынокмолочнойпродукции, рейтинги «молочных» транснациональныхкомпаний, транснациональные «молочные» кооперативы.

Keywords: world market of dairy production, ratings «dairy» multinational companies, transnational dairy cooperatives.

Молочный подкомплекс включает в себя ряд сегментов, сердцевиной которых является производство сырого молока и его переработка в разнообразные молочные продукты. Основная часть произведенного в мире сырого молока и свежих кисломолочных продуктов потребляется внутри стран-производителей. На мировой рынок поступает в основном сухое (цельное и обезжиренное) молоко, сыры, сливочное масло, сухая сыворотка и казеин.

В течение длительного периода лидерами по экспорту указанных продуктов являются экономически развитые страны. Так, в 2010 году в экспорте сыров доминировали ЕС-27 (33% всего мирового экспорта), Новая Зеландия (13%), США (9%); сухого цельного молока – Новая Зеландия (45%), ЕС-27 (22%), Аргентина и Австралия (по 6%); сухого обезжиренного молока – США (26%), ЕС-27 (26%), Новая Зеландия (23%); сливочного масла – Новая Зеландия (49%), ЕС-27 (19%), Беларусь (8%); молочной сыворотки и продуктов из нее – США (36%), ЕС-27 (35%) [3].

Именно в этих странах зародились и получили развитие крупнейшие транснациональные компании (ТНК), занимающиеся переработкой и реализацией молока и молочных продуктов.

В десятку крупнейших пищевых ТНК мира входят три диверсифицированные «молочные» компании: «Нестле» (2-е место по объему продаж), «Крафт Фудс» (5-е место) и «Юнилевер» (6-е место). В рейтинге пищевых ТНК чисто «молочные» компании не поднялись выше 33 места (новозеландская «Фонтерра»). Это означает, что наибольшая концентрация и интернационализация капитала характерна для компаний, занимающихся выпуском безалкогольных напитков и пива, сублимированных продуктов (супов, сухих завтраков, корма для животных…), кондитерских изделий. Первое место среди частных пищевых ТНК заняла американская диверсифицированная компания «Каргилл», которая является крупнейшим мировым трейдером зерновых культур, обладает широкой сетью элеваторов по всему миру. При этом разница в объеме продаж между «Нестле» и «Каргилл» не превышает 10%: соответственно 62,6 и 70,4 млрд. евро.

Из 20 крупнейших «молочных» ТНК мира 12 компаний возникли в Европе, 5 – в Северной Америке, две – в Японии и одна – в Новой Зеландии. На европейские компании приходится около 63% продаж 20-ти топ-компаний, на североамериканские - 22%; на японские – 8%, на новозеландскую компанию - 7%. Такая специализация европейских ТНК напрямую связана с традиционно высоким уровнем развития молочного животноводства и значительным уровнем государственной поддержки фермерства. Последнее замечание верно и для американских, и для японских фермеров. Базой развития новозеландской «Фонтерры» является относительно избыточное бездотационное производство сырого молока в Новой Зеландии и Австралии. Три европейских по происхождению капитала ТНК по объему продаж молочных продуктов являются ведущими в своем сегменте: «Нестле» (Швейцария), «Юнилевер» (Великобритания – Нидерланды), «Данон» (Франция). Эти же компании являются наиболее диверсифицированными, т. е. помимо производства и реализации молочных продуктов занимаются другими пищевыми направлениями. Так, доля молочной продукции в совокупных продажах «Нестле» занимает лишь 26%, «Юнилевер» – 23%, «Данон» – 56%. Наибольшая диверсификация характерна для американской компании «Крафт Фудс»: лишь 19% продаж приходится на молочные продукты. По масштабам производства, объемам продаж, степени интернационализации «Нестле» является безусловным лидером среди «молочных» ТНК. По объемам продаж

ближайший конкурент «Юнилевер» отстает почти в 2 раза.

Если учитывать стоимостной объем продаж только молочной продукции, то в мировую тройку лидеров войдут Nestle, Danone и Fonterra.

Когда рейтинг базируется на ином критерии: потреблении сырого молока в ходе промышленной его переработки (в натуральном исчислении), то позиции компаний меняются.

Таблица 1

Рейтинг «молочных» ТНК, 2010 г.

Место	Компания	Страна происхождения	Расположение основных МПЗ	Потреблено молока, млн.т	Доля в мировом производстве молока, %
1.	**Fonterra**	**Новая Зеландия**	**Международное**	**20,5**	**3,0**
2.	**Dairy Farmers of America**	**США**	**США**	**17,1**	**2,5**
3.	Nestle	Швейцария	Международное	14,9	2,2
4.	Dean Foods	США	США	11,8	1,7
5.	**Royal FrieslandCampina**	**Нидерланды**	**Нидерланды**	**10,3**	**1,5**
6.	Lactalis	Франция	Международное	10,2	1,5
7.	**Arla Foods**	**Дания/Швеция**	**Дания/Швеция**	**8,7**	**1,3**
8.	Danone	Франция	Международное	8,0	1,2
9.	**California Dairies Inc.**	**США**	**США**	**7,7**	**1,1**
10.	Kraft Foods	США	Международное	7,5	1,1

Источник: [3]

Жирным шрифтом выделены кооперативы.

МПЗ- молокоперерабатывающие заводы

Половина из указанных в таблице 1 компаний по форме собственности являются кооперативами и принадлежат фермерам. Более того, две ведущие позиции занимают именно кооперативы: новозеландская «Фонтерра» и «Молочные фермеры Америки» (DFA). На них приходится 5,5% мирового производства молока.

Большинство кооперативов-гигантов, являясь крупнейшими экспортерами молочной продукции, тяготеют к размещению своих перерабатывающих производств у себя на родине. То есть избегают осуществлять прямые иностранные инвестиции в другие страны. Особый случай представляет компания «Фонтерра», известная в России по марке сливочного масла «Анкор» («Якорь»).

Собственником новозеландской транснациональной компании «Фонтерра» (Fonterra Co-operative Group Ltd**)** является вертикально интегрированный кооператив, включающий в себя 10,5 тысяч новозеландских фермеров-пайщиков. Пайщики несут ответственность по обязательствам фирмы в пределах паевого капитала (limited, сокр. Ltd. – ограниченный). Кроме того, в компании трудятся несколько тысяч наемных работников, которые не являются членами кооператива.

Исторически кооперативы возникли как способ преодоления разрыва в рыночных возможностях между крупными капиталистическими структурами и мелкой разрозненной массой фермеров. «Фонтерра» является редким примером кооператива транснационального масштаба.

В заявлении о кооперативной идентичности, принятом в 1995 г. в Манчестере на Международном конгрессе, посвященном столетию Международного кооперативного альянса, говорится, что кооперативы (любых форм) – это автономная ассоциация людей, объединившихся добровольно для удовлетворения своих общественно-экономических, социальных и культурных потребностей посредством демократически управляемого предприятия, находящегося в совместном владении его членов. При этом под ассоциацией людей (объединением) имеются в виду не только отдельные люди, но и их группы – юридические лица, наделяемые теми же правами, что и индивидуальные члены. Такое понимание кооперативов дает возможность выделить их из всей массы юридических лиц (хозяйственных обществ, товариществ), организованных на иных началах и с иными экономическими и социальными ориентирами. Отличие кооператива от акционерного общества состоит, прежде всего, в механизмах

распределения доходов от предпринимательской деятельности и участия работника в управлении предприятием (социальное партнерство). Кооператив формируется как сообщество людей, а не капиталов.

В версии «Фонтерры» кооператив – это бизнес, который принадлежит и контролируется людьми, которые пользуются его услугами. Члены кооператива в равной степени участвуют в доходах бизнеса. Такая организационная форма создает доверительные отношения между участниками производственно-сбытового процесса по всей продовольственной цепочке. Каждый член кооператива может проголосовать за лидера (один член – один голос). Фермеры снабжают молокоперерабатывающие предприятия молоком и участвуют в доходах через выплаты. Заводы компании располагаются как в Новой Зеландии, так и в странах с растущими рынками, где используется сырое молоко местного производства, но отвечающее требованиям компании. Глобальные цепочки «Фонтерры» охватывают 140 стран мира. Компания является ведущим мировым экспортером молочной продукции. На нее приходится треть международной торговли молочными продуктами.

В Новой Зеландии кооперативная форма хозяйствования получила широкое распространение в XIX в. Первый молочный кооператив был создан в Отаго в 1871 г. Молочные заводы, как правило, находятся в собственности кооперативов фермеров. Консолидация и укрупнение кооперативов привели к тому, что к концу XX в. в Новой Зеландии доминировало четыре кооператива по производству и переработке молока: New Zealand Dairy Group (г. Вайкато), Kiwi Co-operative Dairies (г. Таранаки), WestlandMilk Products и Tatya Co-operative Dairy Company.

Компания «Фонтерра» возникла в 2001 г. в результате объединения двух крупнейших молочных кооперативов New Zealand Dairy Group и Kiwi Co-operative Dairies, а также New Zealand Dairy Board («Новозеландский молочный совет»). Последний занимался маркетинговыми услугами и являлся агентом по экспорту для всех кооперативов. Это слияние было поддержано правительством при одновременном законодательном дерегулировании молочной промышленности с целью развития внутренней конкуренции. В настоящее время «Фонтерра» доминирует на внутреннем рынке молочной продукции Новой Зеландии и является главным экспортером этой продукции в другие страны (95% совокупного экспорта молочных продуктов страны).

Управление компанией осуществляется посредством Совета директоров, Исполнительного комитета и Совета пайщиков (Share holders`s Council).

Совет директоров, включающий в себя 13 членов, несет ответственность за бизнес-процессы компании. Он определяет размеры выплат фермерам по результатам деятельности компании; рассматривает и утверждает бюджет компании; осуществляет стратегическое планирование деятельности компании и отдельных ее подразделений; утверждает решение о приобретении и продаже активов в рамках выделенных полномочий; назначает генерального директора.

По уставу компании девять директоров выбираются членами кооператива (избранные директора) и четыре назначаются Советом и утверждаются членами кооператива на годовом собрании (назначенные директора). Такое соотношение голосов обеспечивает баланс между независимостью кооператива и возможностью привлечь со стороны управленцев высокого уровня. Директора назначаются на трехлетний период через голосование по почте. В настоящее время директором «Фонтерры» является Генри Ван дер Хейден (sir Henry Van Der Heyden – chairman). Совет директоров поддерживает непосредственные и через Интернет регулярные контакты с акционерами (пайщиками) по всей Новой Зеландии. «Фонтерра» поддерживает веб-сайт, который помогает проводить сделки с (между) акционерами и содержит общую информацию о деятельности компании.

Исполнительный комитет (CEO), возглавляемый исполнительным директором Эндрю Ферье (Andrew Ferrier – chief executive), осуществляет текущее руководство компанией. В его структуру входят: управляющий директор по Новой Зеландии; генеральный директор по персоналу; генеральный директор по финансам; генеральный директор по ингредиентам и услугам; управляющий директор по торговле и операционной деятельности; генеральный директор по поставкам и внешним связям; управляющий директор по Азии, Африке и Среднему Востоку.

Совет акционеров (пайщиков) представляет интересы членов кооператива (фермеров), которые являются собственниками компании. Фермеры делегируют от каждого из 35 административных районов страны по одному советнику в Совет. Основная функция Совета: осуществлять мониторинг исполнения воли фермеров, в том числе путем контроля деятельности Совета директоров. Совет акционеров осуществляет регулярные консультации с фермерскими кооперативами; осуществляет обучение фермеров с целью подготовки из их числа будущих управленцев; приглашает независимого оценщика рыночной стоимости акций «Фонтерры», чтобы избежать злоупотреблений при выплате дохода по акциям фермерам; определяет избирательную процедуру в Совет директоров и правил вознаграждения фермеров. В состав Совета акционеров входит Распорядительный совет, который включает четыре комитета по: производству; вопросам представительства; управлению и этике; развитию кооперации. Совет акционеров (пайщиков) собирается не реже 6 раз в год для обсуждения бизнес-вопросов и получения информации (жалоб, требований, рекомендаций) от кооперативов.

Доход «Фонтерры» складывается в основном из выручки от экспорта молочной продукции и ингредиентов,

произведенных в Новой Зеландии и бизнес-деятельности размещенных в других странах производств. В качестве дополнительного источника ресурсов используются банковские займы, коммерческие бумаги и облигации (retail bonds).

Наиболее известными брендами «Фонтерры» являются: Anchor, ANLENE, Anmum, MAINLAND, TIP TOP.

«Фонтерра» включает в свой состав 43 компании, которые вовлечены в производство, переработку, хранение, реализацию молока и молочной продукции кооператива. 29-ть из них являются дочерними и на 100% принадлежат «Фонтерре». Десять таких компаний расположены в Новой Зеландии, остальные за рубежом: в Австралии (две компании), Бразилии, Чили, Китае, Германии, Италии, Индонезии, Малайзии, Мексике, Филиппинах, Сингапуре (три), Шри-Ланке, Тайланде, США, Венесуэле, Саудовской Аравии. Совместные предприятия находятся в Японии (50 на 50), ОАЭ, Аргентине, Бермудах, Бразилии, Китае, Эквадоре, Германии, Ямайке, США (две), Венесуэле и одно в Новой Зеландии. В связи с географическим расположением Новой Зеландии, для оптимизации логистики и последующих торговых операций многие зарубежные компании расположены ближе к побережью, а не в глубине материков.

Наибольшее количество зарубежных производственных предприятий компании находятся в Америке. В Латинской Америке находятся 13 совместных предприятий «Фонтерры» и «Нестле» (50 на 50): в Бразилии, Венесуэле, Колумбии и Эквадоре. Они специализируются на сборе и переработке местного сырого молока, маркетинге и дистрибуции молочных продуктов и ингредиентов.

В США, где национальные кооперативы фермеров поставляют на рынок около 80% всего молока, «Фонтерра» создала совместное предприятие (50 на 50) с крупнейшим кооперативом Dairy Farmers of America (DFA). Последний объединяет около 17 тысяч фермеров, которые получают 62 млрд. фунтов[1] молока в год от 1,8 млн. коров, и является основным поставщиком молока для компании Dean Foods. СП DairiConcepts специализируется на производстве качественных сыров и концентратов для изготовления сыра, а также сухого молока и молочных ингредиентов. Основная часть продукции выпускается под ведущими американскими брендами.

Для производственных подразделений, находящихся в Малайзии и Шри Ланке, «Фонтерра» завозит часть сухого молока из Новой Зеландии, часть закупает у местных фермеров.

В СП, расположенном в Саудовской Аравии, «Фонтерре» принадлежит 49% капитала. Здесь производятся сыры, фета, сухое молоко в маленьких пакетиках и в банках.

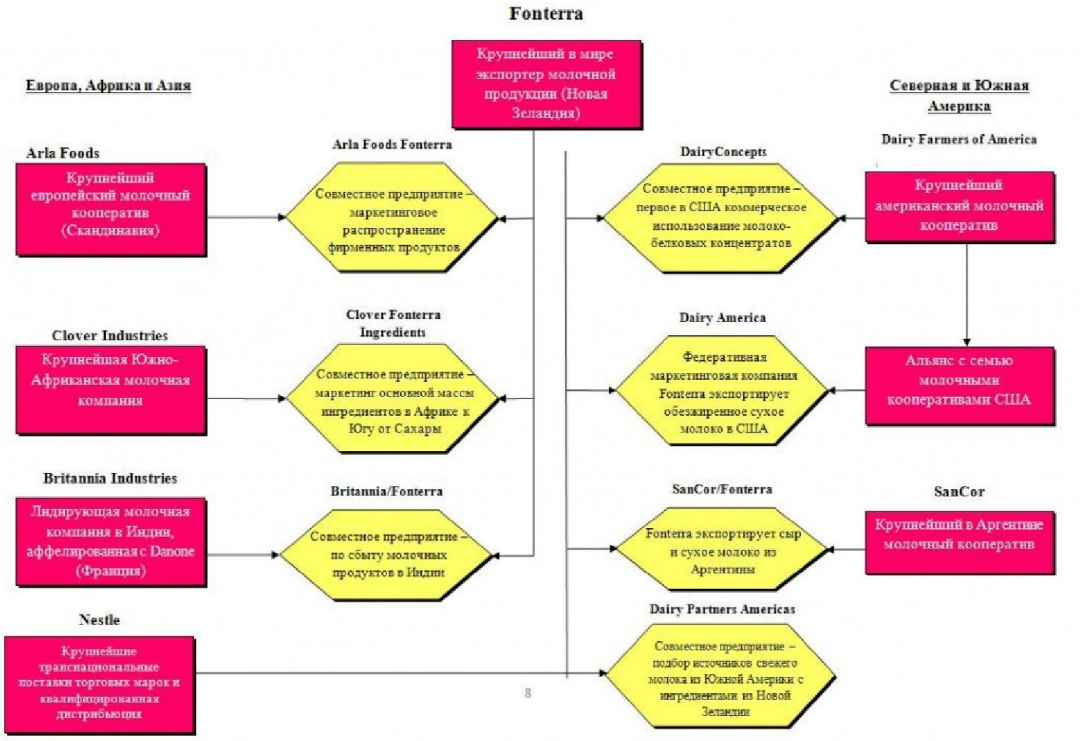
На рисунке 1 приведены глобальные связи, вытекающие из партнерских отношений кооператива «Фонтерра» с крупнейшими молочными компаниями мира. [2, с.14].

Форма присутствия кооперативной ТНК в странах-реципиентах связана с уровнем их социально-экономического развития и, в особенности, с уровнем развития кооперативной формы производства и сбыта молока. В США «Фонтерра» создает совместное предприятие (кооператив), сохраняя особенности этой формы собственности. В Латинской Америке, напротив, «Фонтерра» создает СП с «Нестле» (акционерное общество), осуществляя закупки молока у местных крестьян по принципу контрактации. В Европе, охваченной сетью национальных молочных кооперативов, обеспечивающих внутренние потребности ЕС, у «Фонтерры» нет производственных мощностей. На географически отдаленных территориях создаются именно совместные предприятия. В Австралии, напротив, «Фонтерра» владеет капиталом предприятия на 100%.

В Европе и СНГ у «Фонтеры» нет производственных площадок, а только офисы продаж. Так, в Москве находится офис продаж продукции «Фонтерра». По данным РБК положение может измениться [1]. Один из крупнейших производителей сырого молока «Русская молочная компания» (Русмолко) готовится анонсировать инвестпроект, который претендует стать крупнейшим в отрасли. Речь идет об инвестициях до 800 млн. долл. в производство и переработку молока. Партнером компании может станет «Фонтерра», которая дважды за последние десять лет изучала возможность реализации проекта в России. Кроме основателя и главы «Русмолко» Наума Бабаева в предстоящих переговорах примут участие глава Минсельхоза Елена Скрынник и председатель правления ассоциации «Союзмолоко» Андрей Даниленко. Есть надежда, что «Фонтерра» принесёт в Россию не только инвестиции, но и кооперативные отношения. Это особенно актуально в условиях резкой транснационализации российского рынка молочной продукции за счет поглощения ведущей компании «Вимм-Билль-Данн» американским гигантом «ПепсиКо»[2].

Компания «Фонтерра» укрепляет свои позиции за счет формирования глобальной сети партнерств и совместных предприятий. Основой партнерства является стабильная поставка качественного молока, молочных продуктов и ингредиентов из молока с использованием поставщиков из других стран. Заключая соглашения с крупными производителями в других странах, «Фонтерра» может координировать поставки сухого молока на мировые рынки, добиваясь дополнительного дохода для новозеландских фермеров.

Таким образом, в молочном подкомплексе кооперативная форма собственности может конкурировать с акционерной в глобальном масштабе. Это связано, прежде всего, с тем, что исторически в странах, специализирующихся на производстве молока, преобладала вертикальная кооперация, позволяющая фермерам управлять доходами от реализации готовой молочной продукции. Так был преодолен антагонизм интересов между молочным животноводством и молочной промышленностью. Укрупнение кооперативов позволило не только удовлетворить национальные потребности в молочной продукции, но и принять активное участие сначала в мировой торговле, а потом и в международном инвестировании в «молочный» бизнес других стран.



Источники:

1. В молочное животноводство придет иностранный инвестор - www.rbcdaily.ru/2012/01/27/market/562949982641833

2. Globalization of the Dairy Industry: Firms, Foreign Direct Investment, and Partnerships. US Dairy at a Global Crossroads/ Economic Research Service/USDA

3. Global Dairy Outlook. Report 2011. IDF, 2012

---

[1]
1 ам. фунт равен примерно 453,6 граммам.

[2] См. подробнее: Иванова С.В. Транснационализация молочного подкомплекса России.- М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2011.- 252 с.

Назад в раздел

Поделиться...

© «Битрикс», 2001-2006