

Денисенко Игорь Анатольевич

канд. экон. наук, доцент, директор

Институт экономики и бизнеса

ГОУ ВПО «Луганский национальный

университет им. Т.Г. Шевченко»

г. Луганск, Украина

Бондарчук Алина Викторовна

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой

ГУ «Луганская академия

внутренних дел им. Э.А. Дидоренко»

г. Луганск, Украина

ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В АССОЦИИРУЕМЫХ ФОРМАХ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрено значение вертикальной сельскохозяйственной интеграции в процессе возникновения ассоциированных форм аграрного бизнеса. Отмечены основные аспекты таргетирования структуры собственного капитала. Обоснована необходимость продвижения реформ по пути укрепления сельскохозяйственных кооперативов за счет активного участия в их капитале фермерских хозяйств.*

***Ключевые слова:** бизнес, кооперация, ассоциация, предпринимательство.*

Сопоставление разных точек зрения ученых дало основание утверждать, что агробизнес является достаточно сложной сферой научных исследований с собственным социально-экономическим содержанием, практика аграрного бизнеса имеет свойственный лишь для него механизм функционирования, обслуживания объектами инфраструктуры, формирования предпринимательского типа мышления, государственного и рыночного регулирования. Вместе с тем суть и формы проявления аграрного бизнеса являются производными от общей трактовки бизнеса. Если понятие «бизнес» получило значительное распространение еще в начале XX века, то понятие «агробизнес» является относительно новым. Рядом с проблемами аграрного бизнеса шло обсуждение сути и значение вертикальной

интеграции. Современные зарубежные авторы к агробизнесу относят фермерскую деятельность, материально-техническое обеспечение фермеров, переработку и продажу сельскохозяйственной продукции. По мнению Дж. Девиса-Хавы, к системе агробизнеса принадлежат все предприятия, которые связаны со снабжением ресурсов в сельское хозяйство, производством продуктов и волокна, переработкой, хранением и распределением выработанных продуктов. В.Ф. Семенов, И.Ю. Сиваченко, В.П. Федоряка, О.Л. Кириллова считают, что агробизнес является формой предпринимательской деятельности в сфере производства средств производства для аграрного сектора, в сельскохозяйственном производстве, в сфере переработки и реализации продукции, агросервисного обслуживания производителей. У некоторых авторов (Г.О. Андрусенко, В.П. Мартьянов, В.Д. Савченко, М.А. Садиков) можно встретить утверждение о том, что агробизнес является экономическими отношениями между людьми по поводу организации собственного дела, связанного с использованием земли с целью получения прибыли.

На основании анализа разных точек зрения отечественных и зарубежных ученых нами сделан вывод, что аграрный бизнес – это система отношений, которая приводит к возникновению дела, организованного одним или несколькими эффективными владельцами – основателями и ассоциируемыми членами в сфере производства сельскохозяйственной продукции, ее переработки, реализации, а также в сфере агросервисного обслуживания процесса сельскохозяйственного производства с целью получения прибыли.

Эффективными владельцами являются предприниматели, которые принимают непосредственное, а не опосредствованное участие в организации ассоциируемых форм бизнеса и ставят личные доходы в зависимость от финансовых результатов деятельности созданной ими предпринимательской структуры. Эффективность собственности проявляется в дифференциации доходов. Эффективные владельцы – как основатели, так и ассоциируемые члены – стремятся получать больше доходов на единицу собственности.

В отличие от Международных стандартов учета в Гражданском кодексе РФ подана упрощенная трактовка сути ассоциируемых предприятий. К таким отнесены те предприятия, в которых инвестору принадлежит блокировочный пакет акций и которые не являются дочерними или общими предприятиями инвестора. В этом определении вовсе не учтена роль нефинансовых инвесторов как участников ассоциируемого бизнеса, а также не ликвидированы противоречия между стандартами учета и Федеральным Законом «О кооперации», который отводит ассоциируемым членам роль второстепенных инвесторов с правом совещательного голоса и без права управления и контроля. К ассоциируемым членам аграрного бизнеса мы относим инвесторов, которые не имеют права контролировать деятельность предприятия, однако имеют на него значительное влияние через владение не меньше чем 25% акций или паев, или присутствие в правлении, участие в процессах принятия решений, или через материальные отношения между партнерами (снабжением продукции на переработку, предоставление агросервисных услуг) или благодаря взаимообмену важной технической информацией для достижения общих выгод.

Вопрос ассоциируемого участия в предпринимательской деятельности неразрывно связанная с вопросами структуризации капитала. Теории структуры капитала начали возникать в 50–60-х годах XX века. За этот период сформировались четыре основных подхода к изучению структуры капитала. В основу концепции традиционалиста положено положение о возможности оптимизации структуры капитала. Противоположной по содержанию есть концепция индифферентности структуры капитала и невозможности ее оптимизации (М. Миллер, Ф. Модильяни). Х. Де-Анжело, Р. Масюлис, Дж. Уорнер, а потом и М. Миллер придерживались третьей, так называемой компромиссной, концепции. Рядом с этими тремя подходами есть еще и концепция противоречия формирования структуры капитала. Она основывалась на том, что разные интересы и уровни информированности владельцев, инвесторов, кредиторов и менеджеров в про-

цессе управления эффективностью использования капитала приводят к возникновению противоречия, устранение которого увеличивает отдельные составные части капитала [1; 3].

Если вопросы таргетирования отдельных факторов макроэкономической политики в России уже нашли отражение в научной литературе, то таргетирование структуры собственного капитала предприятий практически не освещается в научных источниках. Под таргетированием структуры собственного капитала мы понимаем формирование принципов оптимизации, которых придерживаются ассоциируемые предприятия для установления целевой структуры собственного капитала с целью достижения высоких финансовых результатов или уменьшения убытков, а также роста финансовой стойкости предприятия и его основателей и ассоциируемых членов. Таргетирование структуры основного и оборотного капитала и денежных средств в структуре последнего является односторонним, неполным. Совместимо-раздельное таргетирование капитала предусматривает установление принципов оптимизации целевой структуры собственного капитала и оптимальной функциональной структуры основного и оборотного капитала. Расширенное таргетирование капитала возможно лишь благодаря изучению влияния на структуру собственного капитала ассоциируемых членов. Если в научной литературе вопроса таргетирования капитала не нашли надлежащего отражения, то на практике создание большого количества предприятий агробизнеса не привело к оптимизации целевой структуры собственного капитала [2,4]. Ассоциируемое членство на паритетных условиях не было обеспечено соответствующими отношениями интеграции, в результате чего сформировался механизм участия в капитале, который не всегда отображает реальное стоимостное выражение прав собственности [5].

Ассоциируемое участие в капитале является предпосылкой создания соответствующих форм бизнеса. К ассоциируемым формам аграрного бизнеса мы относим организационно сформированное добровольное объединение эффективных владельцев капитала, денежных средств, земли – основателей и ассоцииру-

емых членов, которое возникает в результате вертикальной, горизонтальной интеграции или контрактации для общего ведения производственной, коммерческой и агросервисной деятельности с целью улучшения финансовых результатов от совместной деятельности, а также снижения производственных и коммерческих расходов и общего риска каждого из членов.

Следует заключить, что необходимость организации бизнеса в ассоциируемых формах возникает из-за отсутствия у аграрных предпринимателей достаточных финансовых ресурсов, имущества, опыта и знаний, новых технологий; в связи с невозможностью осуществлять деятельность в сфере аграрного бизнеса без партнеров; в связи с желанием получить налогу и ценовые льготы и выгоды, а также избежать предпринимательских и других рисков.

Список литературы

1. Бондарчук А.В. Экономическая интеграция в мировое хозяйство: Методические указания для проведения лабораторных занятий студентов экономических направлений и специальностей / А.В. Бондарчук. – Персиановский: ДонГАУ, 2015. – 25 с.
2. Бондарчук А.В. Влияние особенностей ведения аграрного бизнеса на стоимость предприятия / А.В. Бондарчук // Вестник АПК Верхневолжья. – 2015. – №1 (29). – №1. – С. 17–21.
3. Бондарчук А.В. Аграрный бизнес как объект инвестирования / А.В. Бондарчук // Наука, образование и инновации: Сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. / Отв. ред. А.А. Сукиасян. – Уфа, 2015. – С. 27–29.
4. Бунчиков О.Н., Бондарчук А.В. Рыночные отношения в аграрном производстве зарубежных стран: Методические рекомендации для проведения практических занятий студентов экономических направлений и специальностей / О.Н. Бунчиков, А.В. Бондарчук. – Персиановский, 2015.
5. Уманская Л.К. Мировой опыт моделирования потребительского поведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bma.ru/biblioteka-marketologa/mirovoj-opyt-modelirovaniya-potrebitelskogo-povedeniya/?lang=ru>