

## **СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ СЕЛЬСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Широкомасштабные кризисные процессы, охватившие в настоящее время российское село, свидетельствуют об отсутствии эффективных форм комплексного управленческого воздействия на развитие сельских территорий. Это обуславливает усиленное внимание научных и научно-практических исследований, связанных с проблематикой способов и механизмов встраивания российского села в рыночное измерение.

Общеизвестно, что основной движущей силой рыночной модели хозяйствования является предпринимательство. В российском научном сообществе накоплен обширный теоретический и эмпирический материал по вопросам развития предпринимательства, в том числе на селе. Основной акцент в представленных исследованиях сделан преимущественно на экономические процессы. Для более глубокого осмысления роли и места сельского предпринимательства в жизни российского села представляется необходимым анализ институциональных условий и социальных эффектов его развития.

Результаты исследований формирования предпринимательской деятельности сельского населения, проведенных на территории Карелии<sup>34</sup>, показали, что спектр предпринимательских практик на селе представлен достаточно широко. В их основе заложены модели экономического поведения, связанные с ориентацией или на рынок, или на собственное потребление. В какой мере сегодня крестьянин готов стать полноценным агентом рынка? Это зависит от тех стратегических позиций, которые он занимает, и которые определяются рядом экзогенных и эндогенных факторов [1]. К экзогенным факторам мы относим состояние рыночной среды, наличие земли, материальных ресурсов; к эндогенным – нали-

---

<sup>34</sup> Социальное партнерство как инновационный механизм формирования социально-ориентированной политики занятости региона (№ 03-0200385а), 2003–2005 гг., при поддержке РГНФ (рук. Морозова Т.В.), Проблемы формирования институтов рынка в условиях переходной экономики (№02-06-80482), 2002–2004 гг., при поддержке РФФИ (рук. Козырева Г.Б.), «Проблемы формирования института социальных услуг в условиях переходной экономики» (№ 05-02-02089а), 2005–2007 гг., при поддержке РГНФ (рук. Белая Р.В.) Проект РФФИ №06-06-80413а «Проблемы формирования института собственности в условиях переходной экономики». Руководитель д.э.н. Козырева Г.Б. 2006–2008 г.

чие мотивации заниматься предпринимательством, образование, опыт, трудовую культуру семьи. Модели экономического поведения субъектов предпринимательства типологизируются по формам и способам проявления предпринимательской активности и представлены такими типами, которые мы назвали как *предпринимательский*, *переходный предпринимательский* и *потребительский*. Представленная в исследовании типология (таблица 1) разработана на основе качественных социологических методов. Эмпирическая база включает данные качественных глубинных интервью с 54 фермерами и частными предпринимателями различных районов Республики Карелия.

Одним из важнейших типобразующих признаков является наличие *мотивации* у самого предпринимателя. Сельская социальная среда отреагировала на приобретаемый опыт предпринимательства формированием двух групп социальных субъектов с разнополюсностью мотиваций. Потенциально положительная мотивация носит условный характер и артикулируется в виде алгоритма: «да – если». Данные опроса сельских жителей Карелии демонстрируют, что более 30% сельских жителей согласились бы открыть собственное дело или заняться фермерством при создании благоприятных условий развития со стороны государства (наличии стартового капитала, снижении налогов, доступности цен на производственные ресурсы и отлаженности сбыта продукции). Вместе с тем, среди селян представлен еще один тип – отрицательных мотивационных установок, артикулированных в виде алгоритма: «нет, потому что». Не станут заниматься предпринимательством около 38% респондентов. Главные причины отказа от предпринимательской деятельности корреспондируют с деструктивными болезненными процессами на селе, которые дали толчок неоднозначной и разноплановой социально-экономической адаптации сельских сообществ к рынку.

Как показали результаты исследований, предпринимательская мотивация формировалась под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. На первых этапах аграрной реформы процесс «фермеризации» имел массовый характер. «Пошел вал на фермерство». Основным мотивом включения в этот процесс стал интерес к самостоятельному делу. Работники коллективных хозяйств решили попробовать «свободы». Кроме того, людей привлекла перспектива улучшить свою жизнь [2].

*«Что побудило Вас зарегистрироваться фермером? Побудило что, работая в совхозе – это было чистым грабежом. Мы производили, отдавали все в совхоз за копейки, только это в принципе и побудило». «Когда все начиналось, много было авантюрного в этом. Просто люди шли, потому, что дело новое. Вот работает он в совхозе, нужна квартира, а ее не дают. Вот и пошел в крестьяне – можно взять лес, построить дом. Потом они уходили, ничего у них не получалось»* (из интервью с фермерами, Заонежье).

Другим побудительным фактором стала простая процедура оформления и получения быстрых денег. Причем, многие понимали, что включаются в этот процесс из чисто меркантильных целей. *«Один будущий фермер проспект начертил о своей деятельности. Получил безвозмездный кредит. Трактор с завода, пиломатериалы выделили. Жил он в совхозном доме. Затем все это он распродал и уехал к себе на родину. Побыл фермером, все, что нужно накопил и уехал. Вот это фермер – в своих интересах. Приведу еще пример. Захотел я стать фермером. Если у меня есть возможности найти знакомства в республике, или в районе, меня могут отправить за границу на учебу на два года. Оттуда постоянно шли грузы: вещи, бытовая техника... Оттуда приезжаю, месяц фермером побыл, пошел потом на должность управления, начальником, получаю зарплату. Дома все обеспечено. На этом фермерство закончено»* (из интервью с фермером, Заонежье) [3].

Такие практики имели довольно широкое распространение в 90-е годы. В настоящее время ситуация изменилась [4, 5, 6]. Сегодня уже можно говорить о том, что истинная мотивация заниматься предпринимательством начала формироваться. Прошли времена авантюристов, удержались самые стойкие, верные делу и идее. *«Я не брошу это, пока не сдохну»*. Такие слова характеризуют сильных личностей. Здесь можно привести пример фермера, у которого трижды сжигали хозяйство, но он не сдавался и с упорством восстанавливал свое хозяйство. *«И тут начались неприятности. Кому – то было не в угоду, кому- то может быть в зависть. Три раза! Первый раз сожгли сено, второй – скотный двор, мы смогли спасти только 6 голов скота из 40, третий – в прошлом году окончательно сожгли и коня, и поросят и все! Мы не сдавались! Сейчас вот у меня 2 коровы, есть конь. Сын дал мне коня снова. Построили новый дворик, я занимаюсь в основном за счет рыболовства. Маленько поддерживаю сельское хозяйство, картофель выращиваю. Хочу восстановить хозяйство»* (из интервью с фермером, Заонежье, 2004 г.).

Понимание своих целей и своего будущего – удел не очень многих фермеров. Анализ эмпирического материала, который был получен в ходе экспедиционных экономико-социологических исследований, позволил убедиться в этом. Начало предпринимательской деятельности у разных субъектов складывалось по-разному. Кто-то твердо знал, чего хочет, а кто-то очень слабо представлял, зачем ему это надо. Многих подстегнула новая идея заняться бизнесом, являющаяся на первый взгляд, очень привлекательной. Тем не менее, в наших исследованиях совершенно очевидно наблюдаются три отличных друг от друга вида мотивации. Осознание настоящего чувства свободы, проявление истинной мотивации свободного хозяйствования даже у отдельных личностей – это уже признак того,

что сельское сообщество начало созревать. *«Я уже несколько лет занимаюсь этим, то есть сам работаю. И вот прошлой осенью я определил или почувствовал, что я не боюсь прихода осени, зимы. Я счастлив! Зима, снег выпал, у меня скот под крышей, кормов достаточно. Осень, зима в совхозе – аварии на системах отопления, происшествия, в которых ты задействован, даже, если ты не имеешь к этому никакого отношения, все равно задействованы все. Это я понял только тогда, когда определил, что это меня больше не волнует. Всех это беспокоит как-то неосознанно. Таких привычек очень много. Как только начинаешь жить по-другому, понимаешь и постепенно от них избавляешься»* (из интервью с фермером, Заонежье, 2004 г.).

Результаты наших исследования показали, что среди некоторых сельских предпринимателей Карелии совершенно четко просматривается рыночная мотивация – твердое желание иметь свое дело. *«Мне было видно, что рамки коллективного хозяйства не позволяют достичь большего. Есть определённый тормоз для получения более высоких результатов. И я решил начать своё дело, пока ещё была возможность, пока возраст позволял. У нас первые фермеры в Карелии появились в 1991 году, и в 1995 году уже ситуация сходила на нет. И в эти годы, Вы, наверное, помните, Ельцин с Гайдаром своими непродуманными реформами страну практически на колени поставили, и говорить о каких-то кредитах для фермеров даже не приходилось. Для совхозов, которые живы были, не хватало денег для поддержки. И я решил в этой сложной ситуации себя проверить. Без кредитов, без ничего, с нуля начать, да и ещё одновременно надо было строительство дома заканчивать»* (интервью с сельским предпринимателем, 2003 г.).

Второй вид мотивации, выделенный в исследовании, больше основан на интересе, граничащем с необходимостью. В полученной классификации он получил название – скорее вынужденность. *«В совхозе дела двигались плохо. Фермерское движение начало развиваться. Вот и решили. Они раньше ушли, а я потом к ним присоединился. Решили попробовать»* (интервью, 2004 г.).

Третьим, самым распространенным видом мотивации является вынужденность. Как уже отмечалось, в ситуации разрушения сложившегося хозяйственного уклада, резкого падения уровня жизни сельские жители могли рассчитывать только на себя. Потеряв работу, не имея никаких источников доходов, они вынуждены были все усилия направить на развитие собственного хозяйства. *«Как Вы пришли к такому решению – заняться своим делом? От безвыходности! Вы хотели получить другую профессию, заниматься предпринимательством? Жить хотел!!!»* (из интервью с сельским предпринимателем, 2003 г.).

Такая предпринимательская деятельность не всегда сопровождалась позитивными результатами. *«Зависимость от внешних факторов, конечно, есть. Но самое главное все-таки – вера в себя. Пример: много начинало, но, получив большие деньги, кто-то спился, что-то ещё. На нас смотрят – как мы живем. Анекдотичный случай: у Панова получается, но он не пьет, а я так не могу. Поэтому, я этим заниматься не буду. Да и не все могут. Во всем мире 10% нет, кто может самостоятельно хозяйствовать, хотя бы собой руководить, не говоря о других. А у нас сейчас, после 70 лет советской власти и того меньше, процент пока еще очень маленький. Поэтому, не скоро ещё это будет!»* (из интервью с сельским предпринимателем).

Ключевым типобразующим признаком, аккумулирующим основные компоненты предпринимательской активности фермерских хозяйств, является стратегия их развития. Анализ реальной ситуации на территории Карелии позволяет говорить, что дифференциация субъектов по данному показателю складывается не в пользу рынка. Рыночные стратегии присутствуют в поведении явного меньшинства фермеров. *«Как Вы видите развитие Вашего хозяйства в ближайшие пять лет? Будет расширяться деятельность, будет увеличиваться количество работников? Я думаю, что да! Мы пойдём на увеличение, не в таких объёмах как совхоз, но всё же. Я имею в виду, какое увеличение? Увеличение отдачи с земли! Например, она нам сегодня даёт две тонны с гектара, а увеличить, чтобы она нам давала пять тонн с гектара. То есть не увеличить количество земельных площадей, а увеличить урожайность с гектара!»*

Говоря о собирательном образе такого предпринимателя в целом, можно говорить, что он имеет активную рыночную позицию, является представителем предпринимательского поведения, основанного на знаниях, опыте, новаторстве, благодаря которым решает проблемы недостатка материальных ресурсов и неразвитости рынков. Сами фермеры обладают достаточно высокой агрокультурой, повышая её уровень в обучающих международных и российских программах. То есть представители чисто предпринимательского типа – сложившиеся рыночные хозяйства, имеющие стабильный спрос на свою продукцию, способные диверсифицировать свое производство с учетом конъюнктуры рынка, хотя испытывающие временные материальные трудности. Это та группа, которая в благоприятных институциональных условиях сама станет ключевым звеном развития сельских территорий Республики Карелия. По нашим оценкам, активные фермерские хозяйства составляют не больше 10% всех хозяйств Карелии.

Таблица 1

### Классификация предпринимательских практик сельских предпринимателей в Республике Карелия

Типообразующие признаки	Модель поведения		
	чисто предпринимательская	переходная предпринимательская	потребительская
Мотивация	Желание иметь свое дело	Скорее вынужденность	Вынужденность
Наличие земли	Собственность до 20 га Аренда от 100 га (среднеземельное хозяйство)	Собственность 4–5 га + приусадебный участок Аренда до 20 га (малоземельное хозяйство)	Собственность – приусадебный участок до 0,2 га Аренда – нет (безземельное хозяйство)
Наличие материальных ресурсов	Имущественный пай Свои средства Кредит	Имущественный пай Свои средства – незначительные	Имущественный пай
Образование, опыт	Высшее специальное Среднее специальное Опыт работы – специалисты высшего и среднего звена, стаж выше 10 лет Специалисты среднего звена без опыта	Среднее специальное Опыт работы – рядовые работники в сельском хозяйстве, стаж выше 10 лет	Среднее, начальное Опыт работы – рядовые работники в сельском хозяйстве, стаж выше 10 лет
Труд	Семейный + наемные работники	Семейный + наемные работники в сезон урожая и посевной + бартер	Семейный
Рынки	Имеет устойчивую нишу на рынке. Полифункциональное хозяйство	Постоянные + случайные покупатели. Полифункциональное хозяйство	Случайные покупатели + соседи, родственники На рынок выходит с одной продукцией
Стратегия	Расширение и интенсификация производства.	Выживание. Мелкотоварное экстенсивное производство.	Выживание – потребление в рамках домохозяйства.
Субъект сельского предпринимательства	Имеет активную рыночную позицию	Ориентирован на рынок. Сужает производство в ситуации ограничения ресурсов и отсутствия рынков сбыта	Ориентирован на личное потребление. На рынок выходит эпизодически

Самая представленная группа сельских предпринимателей, отнесенная нами к переходному предпринимательскому типу, пока не строит стратегий, адекватных рыночным схемам. Их цель – выжить сегодня, основываясь на экстенсивном мелкотоварном производстве. *«Есть ли у Вас план или стратегия развития вашего объединения? Чего вы хотите достигнуть? Планы у нас строить тяжело. Всё меняется. Цены на продукцию падают, на горючее растут. Что-то тут планировать тяжело. Расширяться не можем, т.к. рядом земель нет, а далеко не посадишь, всё охранять надо. Хоть бы удержаться на прежнем уровне. «Вы сказали, что хотели бы взять дополнительные земли, но таких не наблюдается. Если бы Вы смогли взять земли, это бы потребовало дополнительных инвестиций, например, в развитие техники? Конечно. Но мы бы тогда могли немного по-другому построить сбыт продукции. Если бы картошки побольше вырастили, то бы и продали осенью больше, и не закладывали бы на хранение. Купили бы технику: трактор, машину, запчасти,*

*вообще не так много и надо. А так мы и этой техникой можем обработать большие земли, есть у нас ещё резервы!»* (интервью, 2003 г.).

То есть такой предприниматель, доля которого в Карелии по нашим экспертным оценкам составляет от 60 до 70%, менее мобилен, более острожен. Его потребительское поведение начинает превалировать, когда падает рынок, не хватает финансов, снижается урожай. Он ориентирован на рынок, но сужает производство в ситуации ограничения ресурсов, и это сродни крестьянской философии. Поддержка государства такого предпринимателя через кооперацию и кредиты позволила бы значительно улучшить ситуацию не только в сельском хозяйстве, но на селе в целом. При благоприятных институциональных условиях такие хозяйства способны наращивать и интенсифицировать производство. По крайней мере, половина из них являются потенциальными «зелеными» семейными фермами, активными агентами рынка сельскохозяйственной продукции.

Самое слабое звено сельских предпринимателей в Карелии представлено хозяйствами, чьи стратегии связаны только с выживанием. Экономическое поведение таких хозяйств – потребление в рамках семьи. *«Сейчас такой момент, когда со сбытом сложно. Поэтому мы поддерживаем такой уровень, чтобы только жить»*. Такой субъект утратил или вообще не имел предпринимательского начала, ориентирован на личное потребление, на рынок выходит эпизодически. Формально он является фермерским хозяйством, но практически не отличается от личного подсобного хозяйства. В Карелии, по нашим оценкам, 20–30% таких фермерских хозяйств. Представители этой «потребительской» группы исследованных предпринимателей для рынка не представляют важности, но выполняют на сегодня ключевую социальную роль – обеспечение жизнедеятельности своих семей в частности и сельских территорий вообще.

В заключении следует сказать, что выделенные типы предпринимательского поведения в чистом виде количественно оценить достаточно трудно. Как правило, каждый из них обладает подвижностью и в разных условиях может переместиться в смежную группу. Тем не менее, долю самого активного предпринимательского типа мы оценили в 10%. По своему потенциалу, мобильности и степени реакции на рыночные сигналы это самые преуспевшие хозяйства. Кроме того, они почти всегда демонстрируют предпринимательскую модель, но, как было отмечено, их возможности в сложившихся институциональных условиях не позволяют вести себя так, как ведут западные предприниматели. Находясь в таких ножницах, они вынуждены ограничивать свою предпринимательскую составляющую. Что касается хозяйств переходного типа, то, являясь не такими рыночно сложившимися, как представители первой группы, они, тем не менее, обладают потенциалом перейти в нее. В то же время при отсутствии адекватных для развития условий есть опасность их перехода в чисто потребительскую группу. И это очень важно понимать в контексте государственной политики.

Результаты исследований экономического поведения сельских предпринимателей Республики Карелия позволяют делать выводы о том, что переход к экономическому росту в агропроизводстве связан непосредственно с эволюцией семейных хозяйств потребительского типа в сторону рынка, с расширением их предпринимательской деятельности. Государственная задача состоит в том, чтобы создать благоприятные институциональные условия для регулирования деятельности самих сильных, поддержки потенциально активных и защите социально слабых субъектов сельского предпринимательства. В такой ситуации возможно ожидать от предпринимательского сектора экономического и социального эффекта, что способствовало бы развитию сельских территорий России.

### Литература

1. Кулакова Л. М. Роль сельского предпринимательства в развитии сельских территорий // Материалы международной конференции «Северная Европа в XXI веке: природа, культура, экономика. КарНЦ РАН, Петрозаводск, 2006 г.
2. Морозова Т. В. Сельские сообщества России в период рыночной трансформации / Петрозаводск: Изд-во КарНЦ РАН, 2005. – 326 с.
3. Морозова Т. В., Гурова, С. А., Козырева, Г. Б. Сельские сообщества Карелии: традиции, современность, перспективы / Петрозаводск: Изд-во КарНЦ РАН, 2004. – 252 с.
4. Проект РФФИ № 08–06– 10031к «Организация и проведение экспедиционного экономико-социологического обследования процессов формирования института собственности в условиях лесной реформы». Руководитель д.э.н. Козырева Г.Б., 2008 г.
5. Проект РГНФ № 06–02–04059а «Исследование региональной инновационной системы и разработка методов перехода от в основном сырьевой экономики к инновационной в условиях финансовых ограничений». Руководитель к.э.н. Сухарев М.В., 2006–2008 г.
6. Проект РГНФ № 07–02–009а «Карельская модель трансграничного сотрудничества» Руководитель Морозова Т.В., 2007– 2008 г.

**Лебедева А.О., Прохорова Е.П., Киселева Б.А.**

*Студентки 3 курса  
факультет ФПСН ПетрГУ*

## **СТРАТЕГИИ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ АДДИКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ: СРАВНЕНИЕ МНЕНИЙ ЭКСПЕРТОВ И НАСЕЛЕНИЯ**

В основу исследования положен анализ результатов опроса общественного мнения жителей г. Петрозаводска, осуществленный социологами ПетрГУ в рамках реализации международного исследовательского проекта