

Марина Владимировна ХУДЯКОВА¹
Дмитрий Игоревич ШАШКИН²

УДК 316.4

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ БИЗНЕСМЕНЫ ЮГА ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИЗ ЖИЗНЕННЫХ ИСТОРИЙ*

¹ кандидат социологических наук, доцент
кафедры общей и экономической социологии,
Тюменский государственный университет
m.v.khudyakova@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-5280-2935

² магистрант кафедры общей и экономической социологии,
лаборант-исследователь Научно-исследовательского центра
Финансово-экономического института,
Тюменский государственный университет
d.i.shashkin@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-6681-008X

Аннотация

Сельскохозяйственное предпринимательство является существенным фактором развития отечественной экономики и современных рыночных отношений на селе. В статье представлены реалии российского сельского предпринимательства на примере развития бизнеса, фермерских и крестьянских хозяйств российской «глубинки». Цель данной статьи — выявить образ сельского бизнесмена, характерный для юга Тюменской области. Эмпирические данные получены в ходе реализации научно-исследовательского проекта, направленного на изучение развития сельских территорий региона. Анализ проблемных вопросов основывается на изучении 59 глубинных интервью, в том числе

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00087 «Институциональные факторы и формы развития сельских территорий».

Цитирование: Худякова М. В. Сельскохозяйственные бизнесмены юга Тюменской области: анализ жизненных историй / М. В. Худякова, Д. И. Шашкин // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2021. Том 7. № 4 (28). С. 46-68.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-46-68

21 непосредственно с сельскохозяйственными бизнесменами. Для анализа экспертных интервью использован нарративный подход. В теоретическом аспекте авторы опираются на классическую и современную научную литературу по социологии села и социологии предпринимательства, на теоретические и методологические подходы, доминирующие в каждом из выделенных направлений социологии. На основе данных экспертного интервью выявлены основные характеристики сельского бизнесмена, его актуальные качества и навыки, необходимые для работы; изучены внутренние и внешние факторы предпринимательской среды, от которых зависит успешность бизнеса в сельскохозяйственной сфере. Контекстуально обозначены проблемы сельского хозяйства и сельских территорий, рассматриваемые как барьеры для развития предпринимательства. Научная новизна заключается в получении уникальных эмпирических данных в ходе проведения интервью с экспертами для дальнейших исследований в данной сфере; прикладное значение имеет демонстрация возможностей для анализа и интерпретации данных с помощью инструментов программы для изучения качественных и смешанных данных *MAXQDA Plus 2020*.

Ключевые слова

Предпринимательство, бизнес, сельская территория, образ предпринимателя, предпринимательская среда.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-46-68

Введение

Проблематика сельскохозяйственного бизнеса поднимается в настоящее время достаточно часто. Развитие предпринимательских структур этого сектора характеризует уровень современных рыночных отношений на селе, является существенным фактором успешности агропромышленного комплекса, обеспечивает продовольственную безопасность регионов и государства, во многом определяет эволюционирование всего сельского общества.

Экономические преобразования и следующие за ними институциональные изменения на селе носят практически перманентный характер. Такие условия мало способствуют формированию положительного фона для образования новых предпринимательских структур и существования действующих, снижая деловую активность в части организации и ведения фермерской деятельности. В новой истории за последние 25-30 лет наблюдаем движение от всеобщей «фермеризации» селян в условиях практического отсутствия поддержки со стороны органов власти до признания на государственном уровне серьезных проблем, наличествующих в АПК, и критичности существования многих сельских поселений. Государственные программы, реализуемые с 2014 г., направленные на развитие сельских территорий, обеспечили положительную динамику сельскохозяйственного производства и частичное преобразование инфраструктуры крупных поселений. Но далеко не все проблемы решены, а селяне покидают родные места, пытаются найти лучшие условия для жизни в городах

или мигрируя, выбирая вахтовый метод работы в промышленности. Доля сельского населения продолжает снижаться, за период 2014-2020 гг. сокращение составило 2,5% в среднем по России; на юге Тюменской области показатель существенно выше, здесь сельских жителей стало меньше более чем на 3% [11].

Невзирая на общие неутешительные показатели активности предпринимательства в сельских территориях, сельское хозяйство показывает рост как общих показателей, так и по большинству отраслей. Именно предпринимательство как источник общего движения. Бизнес-сообщество, обеспечивая производство востребованного продукта, выстраивая собственную систему хозяйственных связей и внутреннюю предпринимательскую среду в общем и целом, играют существенную роль в развитии своей территории, во многом определяя имидж региона и его привлекательность для инвесторов, а главное — жизни населения.

В свою очередь, изучение образа предпринимателя позволяет обозначить важнейшие проблемы, препятствующие развитию сферы предпринимательства, а также определить условия, которые необходимы для его развития. Рассмотрение основных характеристик современного предпринимателя и его предпринимательской среды отражает суть происходящих экономических и социальных процессов. Таким образом, ключевая исследовательская *цель данной статьи* — выявить образ сельского бизнесмена, характерный для юга Тюменской области.

Научная новизна обусловлена получением уникальных эмпирических данных для раскрытия образа современного сельского бизнесмена, понимания актуальных характеристик внутренних и внешних факторов предпринимательской среды; прикладное значение имеет анализ и интерпретация данных с помощью инструментов программы для изучения качественных и смешанных данных *MAXQDA Plus 2020*.

Теоретические подходы

Теоретический конструкт начнем с используемых понятий «предприниматель» и «бизнесмен». Следует сделать оговорку, что в профессиональном понимании бизнесмен представляет любую деловую сферу, предпринимателя же характеризует использование в работе любого рода новации. Поскольку в обыденном понимании сельское хозяйство более отождествляется с традиционными способами производства и уровень дохода сельхозпроизводителей, попавших в поле зрения нашей исследовательской команды, незначительно зависит от используемых технологий и способов организации производства, обозначенные понятия используем как синонимичные. Данная «вольность» основывается также на концепции многозначности понятия «предприниматель» и «неуловимости предпринимательства на эмпирическом уровне» [13, с. 151].

По мнению исследователей, «предпринимательство является естественным проявлением потребности части общества в самовыражении», а среди ключевых предпосылок и условий его развития — государственная политика регулирования бизнеса, «система ценностей общества, которая психологически поощряет и поддерживает дух и направленность индивидуальной инициативы» [7, с. 107].

Немаловажное значение имеют способности человека к реализации всех предпринимательских функций.

На наш взгляд, наиболее полное раскрытие образа предпринимателя возможно посредством анализа его поведения, деятельностных функций. Исходим из того, что отдельные действия предпринимателя могут отличаться значительным разнообразием, но объединяющая их заметная специфика, выделяемая внешним социальным окружением, делает возможным охарактеризовать само предпринимательское поведение и хозяйствующего субъекта [6, с. 66-67]. Раскрывая образ сельскохозяйственного бизнесмена, учитываем отраслевую профильность, рассматривая бизнес-активность, распространенную на сельской территории, а также такие факторы, как историческая преемственность деловой среды в части использования накопленных на предыдущем этапе профессионального пути навыков и социальных связей; деловые начинания, имеющие инновационную составляющую как в экономическом, так и в социальном аспектах.

Опираемся на понятие «жизненный мир», который определяется Ж. Тошечко как «единство объективного и субъективного, синтез реального общественного сознания во всем его противоречивом развитии; деятельности, поведении людей, условий, в которых они реализуются» [10, с. 7]. Данное понятие получило свое эмпирическое приложение с развитием феноменологического подхода, который мы также принимаем во внимание, исследуя межиндивидуальные взаимодействия сельских бизнесменов как основы социальной жизни (по П. Бергеру и Т. Лукману).

В анализе применяем методический прием, используемый в работе М. Шкаратана по исследованию современного отечественного предпринимательства на этапе его становления. В основу формирования образа бизнесмена закладываются одно или несколько «типических» интервью, а остальные «элементы, дополняющие образ, черты — из тех интервью, которые тяготеют к повторению этого образа» [13, с. 154]. Каждая отличительная характеристика субъекта иллюстрируется текстом транскриптов, цитатой из интервью, что позволяет более точно понять контекст образа.

Смыслы сельского предпринимательства не могут быть полно раскрыты без учета особенностей той территории, где живут и работают сельскохозяйственные бизнесмены. В этом смысле опираемся на классическую и современную научную литературу по сельской проблематике. Мировые контексты социологии села в приложении к российским реалиям более подробно рассмотрены нашей исследовательской командой в предыдущих публикациях (например, в [4]).

История развития социологии села содержит впечатляющие примеры объемных и глубоких исследований [12, с. 14], на что ссылаются последователи, а также результаты масштабных социальных обследований начала XX в.

В современный период особенно актуально было изучение процессов рыночной трансформации всей российской экономики, в том числе в сельскохозяйственной сфере. Такой же научной яркостью выделяется среди подходов концепция двойной рефлексивности. Ее автор, Т. Шанин, обобщил результаты

глубинных интервью, интерактивного наблюдения и метод коллективной интеллектуальной поддержки. С позиции ученого, село представлено «мелкими сельскохозяйственными производителями, которые, используя простой инвентарь и труд членов своей семьи, работают — прямо или косвенно — на удовлетворение своих собственных нужд и выполнение обязательств по отношению к обладателям политической и экономической власти» [2, с. 11]. В первые годы текущего столетия исследование сельской социальности рассматривалась через призму его взаимовлияния с антропогенным и культурным ландшафтом. Влияние процессов глобализации на сельхозпроизводство и сельскохозяйственные рынки; формирование и взаимовлияние агломераций в округах городов, изменение социокультурного пространства пригорода; развитие сельского предпринимательства; проблемы сельского общества — актуальные вопросы исследований в последующий период [9, с. 62]. Новые исследования описывают, с одной стороны, процессы измельчения и детализации поселенческой сети, а с другой — поляризации сельской местности [5, с. 26-27], всё большее экономическое отдаление села от города [8, с. 68]. В центре внимания также социально-экономические проблемы села как результаты реформирования хозяйств и институциональных изменений в сельских территориях: тотальная безработица и бедность сельского жителя, деградация человеческого капитала, депопуляция сельского образа жизни, при одновременном становлении крупных предприятий, происходящем при прямом финансировании государства [1, с. 64].

Данные и методы исследования

В методологическом и методическом плане опираемся на подход В. Г. Виноградского, используя в работе реальные кейсы и жизненные истории тех, кто работает в сельских поселениях региона, «проверенный на местности» инструментарий и «личный опыт исследований сельских миров» [3, с. 126]. Эмпирические данные получены в ходе полевого этапа научно-исследовательского проекта по изучению развития сельских территорий (Грант РФФИ № 20-011-00087 «Институциональные факторы и формы развития сельских территорий», научный руководитель — доктор социологических наук, профессор В. А. Давыденко). В течение 2020-2021 гг. собрано 91 глубинное и экспертное интервью в 12 муниципальных районах Тюменского региона. Выборочная совокупность формировалась с учетом охвата информантов из разных социальных групп: представители органов власти, бизнеса и общественных организаций и общественно-активных сельян. Из общего массива отобрано 59 глубинных интервью, содержащих информацию по обозначенной проблематике, среди которых 21 интервью непосредственно с бизнесменами в сфере сельскохозяйственного производства. Интервью были личными; разработанный план интервью носил полуформализованный характер; при проведении интервью осуществлялась аудиофиксация с последующей транскрибацией. Для обработки и анализа полученных данных использована программа для изучения качественных и смешанных данных *MAXQDA Plus 2020*.

Результаты исследования

На этапе отбора респондентов исходили из необходимости собрать данные о представителях как крупного (в масштабе поселения или муниципального района), так и малого бизнеса (в том числе собственников крестьянско-фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей). Поэтому в группе информантов, представляющих сельскохозяйственных бизнесменов (далее — бизнесмены), обозначены руководители и собственники предприятий разных форм хозяйствования: индивидуальный предприниматель (ИП), общество с ограниченной ответственностью (ООО), кооператив, акционерное общество (АО), крестьянско-фермерское хозяйство (КФХ) (рис. 1). Рассматриваемые предприятия охватывают ключевые отрасли сельского хозяйства (животноводство и растениеводство), переработку сельхозсырья, а также обслуживающие отрасли (предприятие общественного питания, торговли, кредитная организация — кредитный кооператив). Производственные мощности бизнесменов в основном располагаются в сельской местности, небольшая часть — в городах. Среди бизнесменов 8 женщин и 13 мужчин, преимущественно с высшим образованием.

Большинство бизнесменов начали свое дело в период перестройки, перехода к рыночным условиям хозяйствования, когда значительная часть населения страны испытывала жизненные трудности, среди которых невыплата или задержка заработной платы, увольнение при ликвидации структурного подразделения или закрытие предприятия:

«В то время была ситуация экономическая, перестали платить заработную плату. Пришла идея открыть свое дело. Это сработало» (эксперт № 26, мужчина, производство хлебопродуктов).

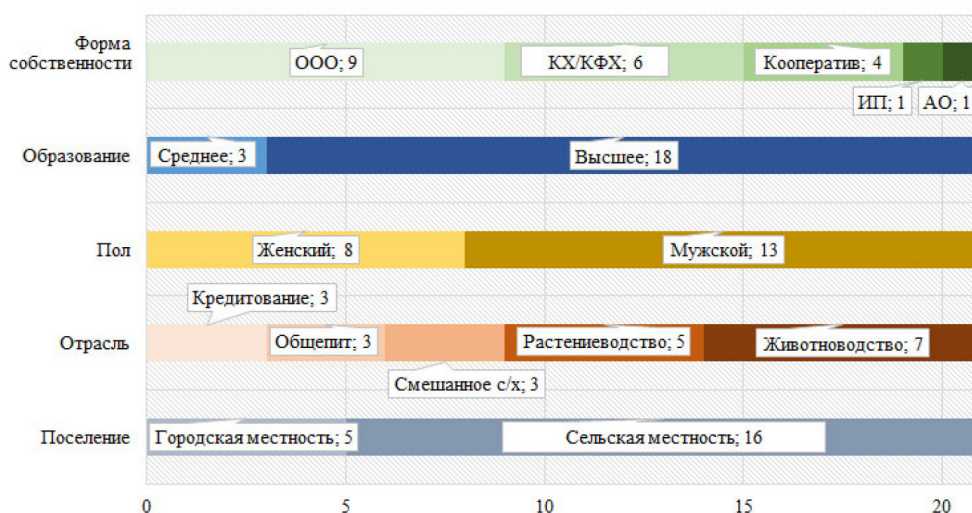


Рис. 1. Социально-демографические характеристики бизнесменов, n = 21

Fig. 1. Socio-demographic characteristics of businessmen, n = 21

«На сегодня практически никого не осталось в том виде, в каком мы существуем. Не от нашего желания это зависело, такие времена были. Разукрупнились, укрупнились и такая чехарда...» (эксперт № 11, мужчина, смешанное с/х).

Отмечено, что большая часть бизнесменов, которые уже длительное время в бизнесе, чьи предприятия занимают устойчивые позиции на рынке, имеет профильное (в сфере с/х) образование и опыт руководящей работы в советский период (председатель колхоза, главный агроном и т. д.). В условиях динамичных рыночных изменений бизнесмены осознают необходимость обучаться и повышать квалификацию практически в течение всей жизни. Случалось и так, что получение двух высших образований и повышение квалификации являлись не реакцией на внешние обстоятельства, а личным стремлением, которое в будущем сыграло на руку:

«Была возможность стажировки, и не раз, так как у нас существуют интересные программы... Столько опыта было практического набрано за эти годы, и в Казахстане я была, и там же училась вместе с сельхозтоваропроизводителями» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

«Я всю жизнь занимаюсь сельским хозяйством, закончил [название вуза] институт, параллельно в Омске учился... Здесь на инженера-зоотехника, там на агронома. Получал повышение квалификации, даже не думая, что когда-то пригодится, что самостоятельно буду работать, что страна в одночасье исчезнет» (эксперт № 24, мужчина, растениеводство).

Сегодняшняя рыночная ситуация предъявляет серьезные требования к участникам практически всех рынков. Независимо от отрасли функционирования, бизнесмены должны обеспечить гибкость бизнеса, его адаптивность к меняющейся конкурентной среде:

«Сегодня ситуация на рынке очень интересная, жесткая. ...Если во что-то ввязываешься, то ты в этом должен разбираться на сто процентов» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

«Нельзя останавливаться [о повышении квалификации], как только остановился, всё, считай, поплыл назад» (эксперт № 11, мужчина, смешанное с/х).

«Понятно, что идешь в ногу со временем, понятно, что всё меняется, люди меняются, требования меняются, вообще форма работы и так далее. Если сейчас пандемия, работа на доставку; если раньше ты работал в кафе и знал, что у тебя там, то сейчас нет» (эксперт № 25, женщина, организация общественного питания).

Наглядное представление об общих нарративах в жизненных историях бизнесменов дает облако слов, наиболее часто упоминаемых в интервью, которое составлено на основе высказываний бизнесменов (рис. 2). Облако слов постро-

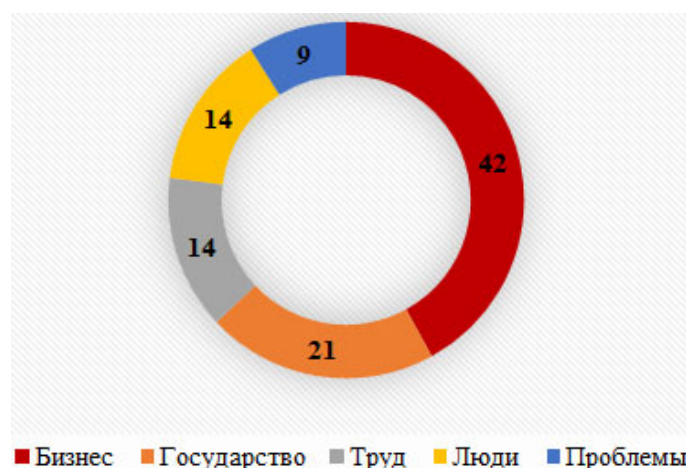


Рис. 3. Категоризация облака слов, %

Fig. 3. Word cloud categorization, %

Обобщение ключевых терминов облака слов с учетом их контекста в интервью дало возможность выделить несколько тематических категорий, присутствующих в обсуждениях с информантами: «бизнес», «государство», «труд», «люди», «проблемы» (рис. 3).

Обозначенные тематические категории отражают круг вопросов, обсуждаемых с бизнесменами, их оценки текущей ситуации и перспектив, дают нам возможность охарактеризовать предпринимательскую среду. Результатом категоризации содержания облака слов являются следующие наблюдения.

1. Наибольшей категорией по частоте упоминания соответствующих ей слов очевидно является «Бизнес». К этой категории отнесены слова «предприятие» (297), «хозяйство» (174), «продукция» (162), «деньги» (146), «производство» (124), «организация» (88), «качество» (82), «бизнес» (70), «технология» (64), «компания» (63), «оборудование» (37), «конкуренты» (18). Высказывания бизнесменов в данной категории формулируются в рамках сельского хозяйства как общей сферы их деятельности. Слова «компания», «предприятие», «бизнес», «организация», «хозяйство» используются информантами как синонимичные при описании истории, планов и перспектив развития компании, направлений ее деятельности, используемых технологий (оборудования), производственных мощностей. Например:

«Наша организация — это овцеводческое предприятие. Родилось в 2013 году, началось с 50 голов овец... Сейчас доросло до... самого крупного овцеводческого хозяйства» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

В соответствии с современными тенденциями, даже небольшое сельскохозяйственное предприятие не обходится без использования новых технологий и информационных продуктов. Но для крестьянско-фермерских хозяйств это совершенно не характерно. Например:

«У нас учет в программе очень грамотный, и он способен под существующие и возникающие цели и задачи быстро приспосабливаться. В ИС: Селекции есть свой штат IT-специалистов, которые быстро реагируют на те или иные задачи» (эксперт № 57, мужчина, животноводство).

Бизнесмены предпочитают обращаться за советом к ближайшему окружению, принимать коллегиальное решение о запросе внешней помощи, считаются с позициями других мелких и средних бизнесменов, работающих рядом, в том же поселении:

«Принцип элементарно понятный: лишь бы был человек свой...» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

«Поэтому полагаться на партнеров по бизнесу — нет. Единственное, что у нас есть тут — соседи-фермеры. Мы друг друга поддерживаем. Кому-то что-то надо? Мы можем перезанять корма. Это у нас есть, мы поддерживаем друг друга» (эксперт № 21, женщина, животноводство).

Во взаимодействиях с партнерами предпочтение отдается регулярности сделок и долгосрочному характеру деловых отношений. Чем длительнее партнерские связи, тем меньше они ассоциируются с условиями, прописанными в договоре.

Партнерские связи сохраняют свою прочность даже в условиях ухудшения рыночной конъюнктуры. Бизнесмены готовы идти на дополнительные риски и издержки, лишь бы сохранить имеющиеся связи. Современный бизнесмен в сфере сельского хозяйства не является исключением, принимает взвешенные решения, просчитывая потенциальные риски, о чем говорят нижеследующие высказывания сельхозпроизводителей:

«Я работаю только с XXXXX [указывается название компании], потому что они готовы платить. Я не работаю с сетями. XXXXX — это очень интересный сегмент, когда готовы платить за полуфабрикатную продукцию. Когда всё начиналось 6 лет назад, мы сбывали продукцию живым весом и только в тушках. Это совершенно другая цена. В полуфабрикате я всё продаю гораздо выгоднее. Да, конечно [о дополнительных издержках, связанных с внедрением маркировок по требованию системы „Меркурий“], так как мы перерабатываем на заводе, на аутсорсе, нам всё маркируют, вакуумируют с нашей лейбой, и всё уходит» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

«Я работал на Европу, мне было интересно работать и с Прибалтикой. <...> ...Этот маршрут мне и без субсидий выгоднее» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

Предприниматели сходятся во мнении, что вопрос качества выпускаемых продуктов питания — сложный, проблемы в этой сфере существуют и достаточно серьезные. При этом качество местного сельскохозяйственного сырья

и производимых в регионе продуктов питания не вызывает сомнения. Гарантом качества выступают сами производители, их деловая репутация и имидж предприятия:

«Благодаря тому, что у нас качественное поголовье... соответственно, к минимуму сведено пользование ветеринарных препаратов, антибиотиков. В целом сейчас в России тенденция ухода от антибиотиков и замена различными другими препаратами на основе растительного сырья» (эксперт № 57, мужчина, животноводство).

«Производство ХХХ [название] в основном нормального, хорошего качества, которая здесь производится. Я про Тюмень говорю. В основном натуральная продукция. Сегодня возьмем ХХХХ [название] предприятие. Со своего молока перерабатывают и продают, реализуя сети магазинов. Доверяю как потребитель, да» (эксперт № 3, мужчина, региональная законодательная власть).

В оценках фермеров и производителей сельхозсырья ухудшение качества, в первую очередь экологичности продукта не выгодно самим предпринимателям. Достаточное количество сельскохозяйственных угодий и высокие цены на удобрения экономически обуславливают производство безопасной продукции.

В целом бизнесмены высоко оценивают свои возможности по обеспечению области всем необходимым без помощи импортной продукции. Приведем одно из иллюстративных высказываний:

«Я считаю, что мы вполне можем себя обеспечивать и даже помогать соседям, если работать в полную силу. Я считаю, что мы можем вполне жить без помощи ввозимой продукции. У нас есть очень много фирм, которые могут обеспечить область всем необходимым» (эксперт № 50, мужчина, животноводство).

2. Следующей по убыванию категорией, на которую приходится почти пятая часть упоминаемых слов, является «Государство». К данной категории отнесены используемые слова «государство» (48), «власть» (34), «субсидия» (46), «программы» (88), «поддержка» (80), «помощь» (26 упоминаний в контексте государственной поддержки), «строительство» (38 упоминаний о жилье, благоустройстве территории), «развитие» (территории, 139 упоминаний), «условие» (73, в контексте условий и качества жизни населения).

Государство и власть воспринимаются бизнесменами как идентичные понятия. Однако заметны различия в восприятии различных уровней власти: чем выше уровень, тем меньше доверие со стороны бизнесменов. Это также объяснимо, поскольку непосредственные взаимодействия с представителями властных органов осуществляются на местах, и люди нередко получают реальную поддержку с их стороны. Отсюда любые положительные отзывы о государстве озвучиваются с привязкой к региону или муниципалитету. Например:

«На протяжении двух лет субсидий ни копейки. ...Нам ответил Минсельхоз, что это направление неперспективное, идите ищите другие варианты. Но другие варианты все переработанные, как можно туда попасть?» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

«Хорошие главы районов выискивают небольших предпринимателей, и они стараются им помочь, портфель документов им собрать, познакомиться с высшими исполнительными органами власти» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

Различия в восприятии власти определяет и отношение к программам поддержки сельскохозяйственной деятельности. Примеры высказываний, отражающих позиции бизнесменов:

«На федеральные программы никогда особо и не надеялись, честно говоря» (эксперт № 30, женщина, сельскохозяйственный кредитный кооператив).

«...Всекие программы от области у нас для сельских жителей есть» (эксперт № 35, женщина, сельскохозяйственный потребительский кооператив).

«Какое великое счастье, что я тоже живу в Тюменской области, у нас очень хорошая поддержка была раньше. Это только у нас в Тюменской области было. Сейчас, возможно, правительство где-то же выделяет, но я из Курганской, Омской, Алтайской областей спрашивал, там нет такого. Я пол-России знаю, мы ездим» (эксперт № 24, мужчина, растениеводство).

3. Третья категория метафорически названа «Труд», к ней отнесены слова «работать» (234), «делать» (109), «деятельность» (55), «учиться» (42). Если слова «делать» и «учиться» связаны с различными видами и направлениями продуктивной деятельности, то «работать» часто употребляется в негативном контексте. Бизнесмены делают акцент на том, что сельское хозяйство — это сфера тяжелого труда. Например, следующие высказывания:

«Фермерство не для всех. Это колоссальный труд, тратится столько здоровья, сил...» (эксперт № 14, женщина, региональная законодательная власть).

«Условия работы тяжелые. ...Работники из коренных — работающие, потому что здесь просто пиздон какой-то не сможет работать» (эксперт № 26, мужчина, производство хлебопродуктов).

Более того, для большей части сельских жителей трудовые будни не завершаются с окончанием рабочего времени. Содержание крупного рогатого скота в домашнем хозяйстве современного селянина уже не является распространенной и традиционной практикой, но огороды, как правило, есть даже у тех людей, кто живет в благоустроенной квартире или многоквартирном доме. Один из примеров:

«На селе жить тяжелее. В городе человек приехал домой, умылся и отдыхает, а на селе основная масса ведет личные подсобные хозяйства. У кого есть курочки, собачки, козочки, коровки, у кого-то огороды есть. Всё равно сотрудник в дальнейшем продолжает вести образ жизни вечером» (эксперт № 56, мужчина, животноводство).

Тяжелые условия сельского труда, сложившийся образ, ритм и условия жизни в сельских поселениях не могут не сказываться на самих людях и присущих им характеристиках. Для сельхозбизнесменов люди — это не просто члены команды, работники, но и близкое окружение, односельчане, земляки. Поэтому следующая категория «Люди» не отличается по масштабности от категории «Труд».

4. Категорию «Люди» кроме самого этого слова (с упоминанием 288), непосредственно упомянутого в интервью, наполняют слова «человек» (113) и «инициатива» (39 упоминаний в контексте социальной активности жителей поселения). Бизнесмены говорят о людях в контексте трудовой деятельности, в первую очередь как о наемных работниках, сотрудниках предприятия:

«Для успешного развития нужно же еще и команду подобрать и ее выучить» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

Этот же подход сохраняется при переходе к слову «люди» как жители конкретной сельской территории или сельские жители в целом. Информанты указывают на отличительные характеристики селян как особенных людей по отношению к труду, своей земле, поселению, к социальному окружению. Это настоящие трудоголики, на которых держится сельская территория и сельское хозяйство. В большей степени селяне работают на селе, чем живут здесь:

«На селе живут совершенно особые люди, ментальность совершенно другая» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

«Здесь в основном работающие, преданные люди, которые привязаны к дому» (эксперт № 26, мужчина, производство хлебопродуктов).

«Отличаются жители сельских территорий от горожан. Мне кажется, это более добрые люди, ответственные, дисциплинированные. У них ответственность лежит за то, что они на себя взяли» (эксперт № 35, женщина, сельскохозяйственный потребительский кооператив).

Хотя предприимчивость, находчивость, выдержка, дисциплина — отличительные характеристики, которые всё более утрачиваются:

«На селе другие люди, особые, но они кончаются, к сожалению. У меня брат родной занимается овощами профессионально, у него есть десятки гектаров, современное оборудование, технологии, он сам ездит, на тракторе работает даже. А есть такие, кто раз уткнулся, по зубам получил. И всё, убегают. А деревня пустая остается...» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

5. Наименьшей по частоте упоминаний, но не по значимости, оказалась категория «Проблемы». В данную категорию отнесли само смыслообразующее слово «проблема» (175), а также «тяжело» (43 упоминания в контексте самостоятельного ведения и развития бизнеса, удержания и привлечения работников на производство), «возможности» (37 упоминаний в контексте отсутствия возможностей по найму квалифицированных кадров, обеспечению сменяемости работников, развитию хозяйства), «молодежь» (22 упоминания в контексте оттока молодежи из села, отсутствия образованных и непьющих молодых людей). Относительно нечастое упоминание проблем, с которыми сталкиваются бизнесмены, работая на сельской территории, на наш взгляд, подчеркивает их характерную черту — в большей степени полагаться на собственные силы, не прибегая к сторонней помощи:

«Только на себя надеяться. Сегодня помогут — дай бог, не помогут — ладно» (эксперт № 6, мужчина, растениеводство).

«За помощью ни к кому не обращаюсь, делаю сама бизнес, у меня прекрасно налаженный процесс» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

«Возникнут проблемы — значит мы их должны решать сами. В сельском хозяйстве так: ты должен всё просчитать» (эксперт № 21, женщина, животноводство).

Поэтому, отвечая на вопросы, предусмотренные планом интервью, о препятствиях в работе и необходимых мерах поддержки, бизнесмены чаще уходили от частных проблем, касающихся только их предприятия, и поднимали проблемы более общего характера, характерные для сельских территорий в целом. На фоне общего оттока населения из сельских поселений актуализируется кадровый вопрос. Тяжелый сельскохозяйственный труд не является привлекательным даже за хорошую заработную плату. Кроме того, для маленьких деревень, удаленных территорий проблема девиантного поведения стоит достаточно остро. Например:

«Есть такая частичная деградация слоев сельского населения, потому что работать не хотят...» (эксперт № 21, женщина, животноводство).

«Да, сейчас работать вилами тяжело. Даже если платить ему 50 тысяч, он не будет работать. А кто в сельском хозяйстве, в основном — это вилы, сено, навоз» (эксперт № 59, мужчина смешанное с/х).

«Молодежь есть, но без толка. У кого есть толк — пьют все. Положиться не на кого. Я семь лет на пенсии, а работаю» (эксперт № 42, женщина, животноводство).

Недостаточность ресурсов у мелких бизнесменов для найма хороших (с позиции профессиональных и личных характеристик) работников также влияет на качество рабочей силы, о чем говорит следующее суждение информанта:

«Мелкие предприятия нанимают себе алкашей, за которыми нужен глаз да глаз. Мне их очень жаль, потому что я с ними постоянно сталкива-

юсть, и это люди, которые выросли на земле, способные и умеющие работать» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

С точки зрения проблем, характерных для внешней предпринимательской среды сельских бизнесменов, отмечается следующее. Для мелких сельхозпроизводителей сохраняются проблемы продвижения товара. На фоне несоотнесимых объемов мелкие компании не выдерживают конкуренции с крупными игроками и не имеют «нацеленности на рынки в глобальном масштабе». На рынке розничной торговли продуктами питания ключевыми игроками являются торговые сети, которые диктуют свои условия в части доставки, упаковки, маркировки товара, а часто и его цены. И эти условия далеко не всегда приемлемы для некрупных производственных компаний:

«Мы говорили, что предлагаем качественную продукцию, а у нас они [торговые сети] ее не берут, потому что дорого. А дешевле мы не можем... Нам говорят выбирать сырье низшего качества, по-другому туда не попасть. А без них не выжить. Вот и всё» (эксперт № 26, мужчина, производство хлебопродуктов).

Торговые сети имеют другой уровень товародвижения и логистики, а мелкие компании не имеют на них влияния:

«Мы не конкуренты тем поставщикам продукции, которые имеют миллиарды за спиной. ...Люди больше покупают в этих супермаркетах» (эксперт № 49, мужчина, животноводство).

С помощью следующего инструмента визуализации *MAXQDA Plus 2020* построена карта взаимосвязи кодов (названий категорий, соотнесенных с соответствующими фрагментами интервьюируемых) (рис. 4).

Каждый объект на карте символизирует код, а расстояние между ними указывает на тесноту их взаимосвязи. Бóльший размер объекта обозначает бóльшее

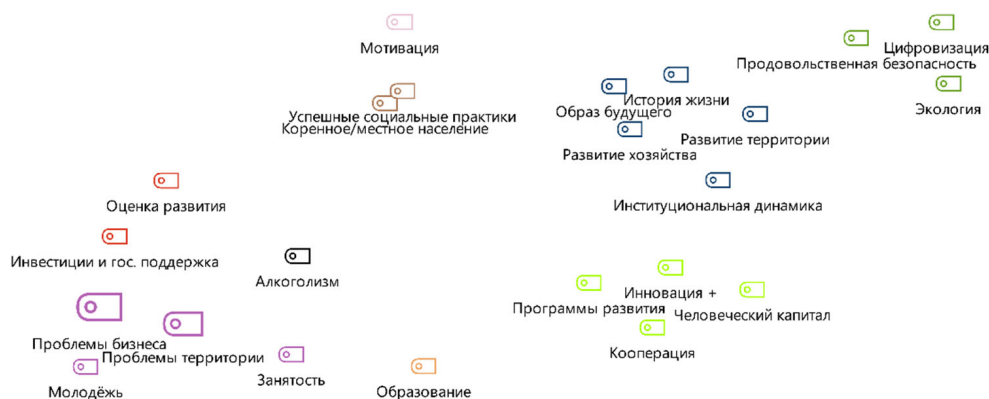


Рис. 4. Карта кода

Fig. 4. Code map

количество фрагментов интервью, соотнесенных с этим кодом. Анализ взаимосвязи кодов был произведен с помощью опции «Перекрытие кодов в сегменте», что позволило представить, насколько тесно расположены коды, присвоенные одновременно одному фрагменту интервью или его частям. В данном случае коды не обязательно должны единолично покрывать полностью весь фрагмент. Каждый информант в силу особенностей повествования мог затронуть в одном высказывании (или в ответе на один вопрос) несколько разных тем. Программа автоматически сгруппировала коды в кластеры, выделив их цветом. В наиболее крупный «синий» кластер попали коды «Институциональная динамика», «Развитие территории», «Образ будущего», «Развитие хозяйства», «История жизни». Аналогично облаку слов, карта кода демонстрирует связь между ремеслом бизнесменов и нарративами интервью. Дело в том, что наиболее крупным кодом на карте является «Проблемы бизнеса».

Построенное облако слов, группа смысловых категорий с часто употребляемыми словами и карта кода имеют опосредованную связь. Слова с высокой частотой употребления и поправкой на содержание смысла (облако слов) дают представление об ассоциативных ключевых словах в высказываниях бизнесменов, представляют собой ограниченную информацию без учета контекста их употребления. Тематические категории характеризуют тематическую окраску содержания облака слов и контекст их употребления в конкретных высказываниях или группах высказываний. Тематические кластеры (карта кода) позволяют судить о близости, пересечении тематических категорий как по содержанию высказываний, так и по количеству и объему высказываний.

Обсуждение и выводы

В приоритете для бизнеса в сегодняшних условиях — выстраивание диалога между участниками бизнес-процессов и субъектами внешней среды, включая представителей власти.

Как показали результаты исследования, бизнес дистанцируется от органов власти, рассчитывая в большей степени на себя. Вместе с тем затруднительные условия ведения сельского хозяйства в нашей климатической зоне, высокие издержки сельхозпроизводства и переработки практически не позволяют вести бизнес в этих отраслях без поддержки государства, следовательно, предполагается высокая степень взаимодействия «власть — сельскохозяйственный бизнес». Например, одно из высказываний:

«Программы, конечно, они роль большую играют. Даже в сельхозпроизводстве они большую роль играют. Там тоже государство оказывает им поддержку» (эксперт № 4, мужчина, муниципальная исполнительная власть).

Не только жизненные обстоятельства приводят бизнесменов к обращению за помощью к властным структурам, но и положительный опыт подобных взаимодействий:

«...Письмо от меня — это одно, а письмо от главы — это, естественно, другое. Мы сегодня с областным департаментом, наши программы переданы. Нас слышат» (эксперт № 7, мужчина, животноводство).

Подобного рода деловые контакты нередко инициируются «сверху» как инструмент продвижения перспективных предпринимателей:

«По стечению обстоятельств меня позвали быть управляющей делами... уже зная нашу репутацию, директор дома культуры сама вышла на меня и предложила: „Не хотите ли вы взять кафе?“ <...> ... Опять же власть вышла на меня: „Не хотите ли вы заняться этим бизнесом?“» (эксперт № 25, женщина, общепит).

Продемонстрировано единодушие информантов во мнении, что структура агропромышленного комплекса складывается не в пользу мелких предпринимательских структур в связи с появлением таких игроков, как мегафермы и агрохолдинги. И это является новым рыночным вызовом для сельскохозяйственных предпринимателей. Неслучайны обеспокоенные высказывания о государственных приоритетах (по оценкам мелких производителей) в пользу именно крупного бизнеса:

«Я понимаю глав районов, потому что, когда заходит крупное предприятие, оно несет налоги в бюджет района, рабочие места, благополучие. Я бы тоже отдавала предпочтение крупным. А мелкие... придет Васька-тракторист, скажет, что хочет купить две коровы и заниматься. Не всегда есть убежденность в том, что Васька-тракторист доведет дело до конца» (эксперт № 5, женщина, животноводство).

«Малые формы более уязвимы, подвержены всяким катаклизмам. Их тоже надо содержать» (эксперт № 49, мужчина, смешанное с/х).

При этом именно развитие фермерских хозяйств, мелкого и среднего бизнеса на селе может стать одним из решений вопроса сохранения и воспроизводства сельского населения, проблемы деградации сельской территории.

Возможный способ развития хозяйства, а для многих мелких фермерских хозяйств и способ выживания, бизнесмены видят в сотрудничестве с крупными партнерами или кооперации с рыночными игроками их уровня:

«Мы уже имели сотрудничество с ХХХ [указывается крупный в регионе животноводческий комплекс]. <...> ... Они с нами. Купили свиней сначала, попробовали, своих животных воспроизвели» (эксперт № 57, мужчина, животноводство).

«Вот когда не было свинины, сразу всё сделали. Давали 2 поросенка из свинофермы частнику, один остается ему, а одного ты сдаешь. И давали тебе еще 500 килограммов комбикорма. После такого и у тебя интерес есть, сдал, а у тебя еще остался поросенок» (эксперт № 1, мужчина, региональная законодательная власть).

Различные формы социальной активности и реализация социальной ответственности по отношению к своему персоналу способствуют решению другой отмеченной в исследовании, значимой для предпринимателей проблемы — недостаточности квалифицированных кадров. Они решают этот вопрос рекрутингом работников в близлежащих поселениях или соседних областях. Работники привлекаются предоставляемым жильем, хорошими условиями и оплатой труда. Предприниматели осознают, что особый подход нужен к работе с молодежью, и их непосредственный вклад в эту работу может быть существенным. Налаживается сотрудничество с учебными заведениями, организуются практики на предприятиях и наем выпускников. Некоторые бизнесмены организуют обучающие и просветительские площадки для детей со школьного возраста для их привлечения в сельское хозяйство:

«...Мы начали решать социальные вопросы, строительство жилья, различные положения по мотивации выстраивать. И вопрос с кадрами у нас начал закрываться. Сейчас главная задача — развитие людей. Мы оплачиваем полностью обучение, практику у нас проходят, мы можем отправить на любое предприятие. Стараемся сюда притащить молодежь... <...> В школе идет подготовка деток. Занимаются при техникуме, к нам приезжают на производство... <...> Результат есть. Дети остаются» (эксперт № 11, мужчина, смешанное с/х).

«Мы в течение трех лет молодых специалистов по пять в год устраиваем. Обучаем сразу на производственном месте: руководитель структурного подразделения плюс наставник» (эксперт № 56, мужчина, животноводство).

Таким образом, в целом выводы по исследованию относятся к малым и средним бизнесменам, в ведении которых располагаются небольшие локальные производственные мощности и которые не имеют налаженных ресурсных связей с городом.

Жизненные истории бизнесменов конструируются вокруг ключевых вех профессионального развития: семья, получение высшего образования, первый профессиональный опыт, возникновение жизненной трудности (как правило, внешнего характера), восстановление после потрясения, профессиональный рост. Переход к рыночной экономике стимулировал формирование предпринимательских структур на селе, но предпринимательство было скорее вынужденным, как одна из стратегий выбора новой сферы деятельности бывших руководителей и членов коллективных и совместных хозяйств.

Род деятельности бизнесменов определяет соответствующее мышление, поведение и темы повествования в их рассказах. Первоочередная ежедневная забота информантов — сельскохозяйственная деятельность. Накопленный опыт, знания и навыки, понимание проблем и представления об их решении вплетаются в разговорные практики бизнесменов, перенаправляя тот или иной вопрос для обсуждения в профессиональное русло о знакомом и волнующем.

Жизненные представления о «своем и чужом» формируются не только относительно дихотомии «селяне — горожане», но и «региональная власть — федеральная власть». Бизнесмены не ощущают желаемого внимания со стороны представителей федеральной власти. В то же время личные связи с «районом» являются поддержкой и опорой в трудный момент.

Крупнейшими проблемами села и сельского хозяйства, которые обнаруживаются в рассказах бизнесменов о своей жизни, являются отток молодежи и кадровый вопрос. Сами же бизнесмены отличаются находчивостью и не просто говорят об этих проблемах, но и выражают собственную готовность и предлагают варианты по их разрешению. Неслучайно высказывание одного из информантов о том, что сельские территории Тюменской области способны обеспечить себя самостоятельно и оказывать помощь соседним регионам, если все люди будут работать в полную силу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барсукова С. Ю. Дилемма «Фермеры-агрохолдинги» в контексте импортозамещения / С. Ю. Барсукова // *Общественные науки и современность*. 2016. № 5. С. 63-74.
2. Великий незнакомец. Крестьяне и фермеры в современном мире: хрестоматия / сост. Т. Шанин; под ред. А. В. Гордона. М.: Прогресс, Прогресс-Академия, 1992. 432 с.
3. Виноградский В. Г. Экология сельского мира как предмет социологического исследования / В. Г. Виноградский, О. Я. Виноградская, Е. С. Никулина // *Крестьяноведение*. 2020. Том 5. № 1. С. 125-142. DOI: 10.22394/2500-1809-2020-5-1-125-142
4. Давыденко В. А. Современные мировые контексты социологии села в реалиях российской сельской жизни / В. А. Давыденко, Е. В. Андрианова, М. В. Худякова // *Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования*. 2020. Том 6. № 3 (23). С. 79-129.
5. Зубаревич Н. В. Трансформация сельского расселения и сети услуг в сельской местности / Н. В. Зубаревич // *Известия Российской академии наук. Серия географическая*. 2013. № 3. С. 26-38. DOI: 10.15356/0373-2444-2013-3-26-38
6. Кобяк О. В. Феномен предпринимательства как объект социологических исследований / О. В. Кобяк, И. А. Андрос // *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2018. № 1. С. 64-72. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/195041/1/64-72.pdf> (дата обращения: 15.11.2021).
7. Некрасов С. И. Научно-прикладные проблемы психологии малого и среднего предпринимательства в сельском хозяйстве / С. И. Некрасов, Д. И. Останин, Ю. А. Некрасова // *Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования*. 2016. № 2. С. 106-119.
8. Нефёдова Т. Г. Агропромышленная концентрация в российских регионах / Т. Г. Нефёдова // *Всероссийский экономический журнал ЭКО*. 2014. Том 44. № 4. С. 64-82.

9. Нефёдова Т. Г. Урбанизация, дезурбанизация и сельско-городские сообщества в условиях роста горизонтальной мобильности / Т. Г. Нефёдова, Н. Е. Покровский, А. И. Трейвиш // Социологические исследования. 2015. № 12. С. 60-69.
10. Тощенко Ж. Т. Жизненный мир и его смыслы / Ж. Т. Тощенко // Социологические исследования. 2016. № 1. С. 6-17.
11. Управление Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу — Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу [официальный сайт]. Официальные отчеты ФСГС по Тюменской области. URL: <https://tumstat.gks.ru> (дата обращения: 15.11.2021).
12. Чаянов А. В. Крестьянское хозяйство: Избранные труды / А. В. Чаянов. М.: Экономика, 1989. 492 с.
13. Шкараган М. О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий / М. О. Шкараган // Мир России. Социология. Этнология. 1994. Том 3. № 2. С. 149-177.
14. Rädiker S. Focused Analysis of Qualitative Interviews with MAXQDA / S. Rädiker, U. Kuckartz. Berlin: MAXQDA Press, 2020. 125 pp. DOI: 10.36192/978-3-948768072

Marina V. KHUDYAKOVA¹
Dmitriy I. SHASHKIN²

UDC 316.4

**AGRIBUSINESSMEN OF THE TYUMEN OBLAST SOUTH:
LIFE-STORIES ANALYSIS***

¹ Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor,
Department of General and Economic Sociology,
University of Tyumen
m.v.khudyakova@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-5280-2935

² Master Student, Department of General and Economic Sociology,
Research Lab Assistant of the Research Center,
Institute of Finance and Economics,
University of Tyumen
d.i.shashkin@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-6681-008X

Abstract

Agricultural entrepreneurship, viewed as an essential structural factor for the development of economy and market relations in rural areas, is largely affected by the socio-economic context. The article discloses the realities of Russian agricultural entrepreneurship on the example of various forms of agribusinesses in the remote Russian countryside (companies, farms, peasant farms). Article aims to reveal the characteristic image of a rural businessman of the Tyumen oblast south. Empirical data are obtained as a part of a research project which studies the development of regional rural areas. Authors' narrative analysis of problematic issues is based on 59 expert in-depth interviews (21 with agribusinessmen, 38 with the ones of related occupations). In the theoretical aspect, the authors rely on classical and modern scientific literature on rural sociology, sociology of entrepreneurship and theoretical and methodological approaches that dominate in these areas of sociology. Qualitative data

* The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research within the project no. 20-011-00087 «Institutional Factors and Forms of Rural Development».

Citation: Khudyakova M. V., Shashkin D. I. 2021. "Agribusinessmen of the Tyumen oblast south: Life-stories analysis". Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 7, no. 4 (28), pp. 46-68.
DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-46-68

analysis allowed us to reveal: 1) main characteristics of a rural businessman, their actual qualities and skills necessary for their work; 2) internal and external factors of the business environment, that influence the efficiency of agribusiness. The problems of agriculture and rural areas, considered as barriers to business-activity development, are contextually identified. Scientific novelty of results is determined by the original empirical data, obtained through expert interviews, as it can be used in further research within this field. The application of *MAXQDA Plus 2020* tools for analysis and interpretation of qualitative and mixed data is of practical importance.

Keywords

Entrepreneurship, business, rural area, the image of the entrepreneur, entrepreneurial environment.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-46-68

REFERENCES

1. Barsukova S. Yu. 2016. "The dilemma of the 'farmers vs agricultural holdings' in the context of import substitution". *Social sciences and contemporary world*, no. 5, pp. 63-74. [In Russian]
2. Shanin T. (ed.). 1992. *The great unknown. Peasants and farmers in contemporary world: Anthology*. Moscow: Progress, Progress-Academy. 432 pp. [In Russian]
3. Vinogradskiy V. G., Vinogradskaya O. Y., Nikulina E. S. 2020. "Ecology of the rural world as an object of sociological research". *Russian peasant studies*, vol. 5, no. 1, pp. 125-142. [In Russian]
4. Davydenko V. A., Andrianova E. V., Khudyakova M. V. 2020. "Contemporary world contexts of rural sociology in the Russian rural life realities". *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, vol. 6, no. 3 (23), pp. 79-129. DOI: 10.21684/2411-7897-2020-6-3-79-129 [In Russian]
5. Zubarevich N. V. 2013. "Transformation of rural settlement pattern and service network in rural areas". *Russian Academy of Sciences journal. Geographic series*, no. 3, pp. 26-38. DOI: 10.15356/0373-2444-2013-3-26-38 [In Russian]
6. Kobayak O. V., Andros I. A. 2018. "The phenomenon of entrepreneurship as an object of sociological research". *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology*, no. 1, pp. 64-72. Accessed on 15 November 2021. <https://elibrary.by/bitstream/123456789/195041/1/64-72.pdf> [In Russian]
7. Nekrasov S. I., Ostanin D. I., Nekrasova Yu. A. 2016. "Scientific-applied problems of small and medium sized enterprise psychology in the rural economy". *Psychology. Historical-critical reviews and current researches*, no. 2, pp. 106-119. [In Russian]
8. Nefedova T. G. 2014. "Agroindustrial concentration in Russian regions". *All-Russian economics journal ECO*, vol. 44, no. 4, pp. 64-82.
9. Nefedova T. G., Pokrovskiy N. E., Treivish A. I. 2015. "Urbanization, desurbanization and rural-urban communities in the face of growing horizontal mobility". *Sociological studies*, no. 12, pp. 60-69. [In Russian]

10. Toshchenko Zh. T. 2016. "Life world and its meanings". Sociological studies, no. 1, pp. 6-17. [In Russian]
11. Department of the Federal State Statistics Service for the Tyumen Region, Khanty-Mansi Autonomous Okrug-Yugra and Yamalo-Nenets Autonomous Okrug. [Official website]. Official Reports of Federal State Statistics Service in Tyumen Region. Accessed on 15 November 2021. <https://tumstat.gks.ru> [In Russian]
12. Chayanov A. V. 1989. Peasant business: Selected works. Moscow: Economy. 492 pp. [In Russian]
13. Shkaratan M. O. 1994. "Phenomenon of entrepreneur: Interpretation of concepts". Russian world. Sociology. Ethnology, vol. 3, no. 2, pp. 149-177. [In Russian]
14. Rädiker S., Kuckartz U. 2020. Focused Analysis of Qualitative Interviews With MAXQDA. Berlin: MAXQDA Press. 125 pp. DOI: 10.36192/978-3-948768072