

**О.А. ЕКИМОВСКАЯ**Байкальский институт природопользования СО РАН,  
670047, Улан-Удэ, ул. Сахьяновой, 6, Россия, oafe@mail.ru**РЕАЛИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ХОЗЯЙСТВАМИ НАСЕЛЕНИЯ  
РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ: ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

*Исследована роль хозяйств населения в аграрной экономике Республики Бурятия. Выявлены «точки роста» — товарные домохозяйства, расположенные в пригородной зоне столицы республики. Изучены изменения товарности продукции. Отмечена высокая товарность мяса крупного рогатого скота, достигающая в отдельные годы 50 % от произведенной продукции, а также устойчивый рост товарности молока и картофеля. Проведены социологические опросы 47 владельцев домохозяйств и членов их семей. Критериями для выбора хозяйств населения в качестве объектов исследования послужили регулярность и длительный срок осуществляемых ими продаж на данной торговой точке, наличие основного ассортимента (молоко и молочная продукция, реализуемая круглогодично). В результате опросов выявлены особенности внутренней структуры домохозяйств, влияющие на их конкурентоспособность. Установлены факторы, способствующие повышению эффективности продаж. Дана характеристика возрастной структуры хозяйств населения, предпринимаемой ими тактики по реализации продукции. Рассмотрен ассортимент продаваемой продукции по сезонам года, приведены показатели цены. Охарактеризованы места продажи продукции. Сформулированы факторы, влияющие на цену и ассортимент продукции. Выявлено влияние экономико-географического положения мест продажи, наличия автомобиля у владельцев домохозяйств, платежеспособности населения на цену продукции. На основе статистической информации установлено наличие излишков определенных видов сельскохозяйственной продукции и проанализирована их товарность, начиная с 1998 г. Дана характеристика развития пригородных и периферийных хозяйств населения. Проанализированы дополнительные каналы реализации сельскохозяйственной продукции, произведенной в хозяйствах населения.*

*Ключевые слова: товарность, факторы, влияющие на цену продукции, эффективность, конкурентоспособность, характеристика мест и стратегии продажи, ассортимент.*

**O.A. EKIMOVSKAYA**Baikal Institute of Nature Management, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences,  
670047, Ulan-Ude, ul. Sakhyanovoi, 6, Russia, oafe@mail.ru**SALES OF AGRICULTURAL PRODUCTS BY HOUSEHOLD FARMS  
IN THE REPUBLIC OF BURYATIA: ECONOMIC-GEOGRAPHICAL ASPECTS**

*The role played by the household farms in the agrarian economy of the Republic of Buryatia is investigated. «Points of growth» are revealed, namely, commercial farm households located in the suburban zone of the capital of the Republic. A study is made of changes in marketability of products. Emphasis is placed on the high marketability of cattle meat which reaches in some years 50 % of the products obtained as well as a steady growth of the marketability of milk and potatoes. Sociological surveys were carried out among 47 farm household owners and members of their families. The criteria for selection of households as objects for study were the regularity and a long period of sales at a given outlet, and the availability of the staple range (milk and dairy produce sold throughout the year). The surveys revealed the distinctive features in the internal structure of the households influencing their competitiveness. The factors were identified, which contribute to increasing the effectiveness of sales. A characteristic is given to the age structure of the households owned by the population and of the approaches used in selling products. The range of products sold in each season is considered, and the prices are given. The places of product sales are characterized. The factors are formulated, which influence the price and the range of products. The study revealed the influence of the economic-geographical location of the sales places, the availability of the automobile in the farm households, and the population's capacity to pay the price of products. Statistical information was used to determine a surplus of some kinds of agricultural products, and their marketability was analyzed starting in 1998. A characteristic is given to the development of the suburban and peripheral farm households. Additional channels of sales of agricultural products obtained in the farm households are analyzed.*

*Keywords: marketability, factors influencing the product price, efficiency, competitiveness, characteristic of places and sales, range of products.*

## ВВЕДЕНИЕ

В ряде регионов России, таких как Дагестан, Калмыкия, Тыва, Бурятия, на фоне катастрофического сокращения коллективных сельскохозяйственных предприятий значительно увеличилось производство продукции в хозяйствах населения. Для большинства из них подсобное хозяйство — это вынужденная стратегия выживания, а производимая продукция удовлетворяет потребности собственной семьи и родственников. Денежные поступления, получаемые от продажи выращенной продукции, носят нерегулярный, сезонный характер.

Небольшая группа хозяйств смогла перейти к мелкотоварному производству, заняв нишу, которая по замыслу реформаторов предназначалась для фермеров. Эти хозяйства представляют собой «точки роста», отражающие один из путей развития современного аграрного сектора. В своих исследованиях О.П. Фадеева отмечает: «...возродился «класс зажиточных крестьян», которые автономно, хотя и в малых объемах, могли развивать товарное производство» [1, с. 5]. Слабое звено этой системы — доведение готовой продукции до потребителя. По мнению Т.Г. Нефёдовой, «эта проблема характерна для всех регионов России, особенно для тех, где много самостоятельных хозяйств, не включенных в крупные агрохолдинги с собственными торговыми сетями» [2, с. 72].

Несмотря на широкую распространенность товарных отношений в хозяйствах населения, вопросы, связанные с реализацией выращенной продукции, влиянием социально-экономических, транспортных факторов, экономико-географического положения на формирование цены, в отечественных и зарубежных агрогеографических исследованиях остаются малоизученными и актуальными [3–9].

Объектами исследования стали хозяйства населения пригородных районов г. Улан-Удэ, регулярно продающие продукцию, производимую на личном подворье. Всего в 2011–2014 гг. были опрошены владельцы 47 хозяйств.

В ходе работы применялись следующие методы: неформальные интервью с членами домохозяйства, метод включенного наблюдения, глубокое интервью с помощью полуструктурированных опросников, индуктивный анализ без заранее определенной гипотезы (гипотеза меняется во время наблюдения), корреляционный анализ.

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

**Товарность сельскохозяйственной продукции.** Проведенные ранее исследования показывают, что производство основных видов сельскохозяйственной продукции в хозяйствах населения Республики Бурятия значительно превышает рекомендуемые нормы потребления [10]. Так, например, для картофеля и молока характерно трехкратное превышение объема производства к годовой норме потребления [11]. Это свидетельствует о наличии излишков сельскохозяйственной продукции (табл. 1).

Излишки обмениваются на другие виды продукции, реализуются в близлежащих крупных населенных пунктах, среди односельчан, в том числе «зажиточных» крестьян, занимающихся скупкой сельхозпродукции. Формирующиеся трудовые территориальные агропроизводственные связи самые простые. Это обмен опытом производства той или иной продукции (сыра, овощных, грибных и ягодных консервов), обеспечение сельскохозяйственными продуктами своей семьи и родственников, формирование временного трудового коллектива (преимущественно из родственников) для выполне-

Таблица 1

**Производство основных видов сельскохозяйственной продукции  
в хозяйствах населения Республики Бурятия в среднем за 2011–2014 гг.**

Вид продукции	Объем производства продуктов в расчете на одного сельского жителя*	Рекомендуемая годовая норма потребления взрослого трудящегося человека**	Отношение объема производства к годовой норме потребления
Картофель, кг	339,1	115	3
Овощи, кг	82,1	97	0,9
Молоко, кг	502	187,1	2,7
Яйца, шт.	52,5	200	0,3
Мясо, кг	56	39,8	1,4

\* По данным Федеральной службы государственной статистики по Республике Бурятия.

\*\* По данным Института медицины труда и экологии человека СО РАМН.

ния сезонных масштабных работ (прополка и копка картофеля, заготовка сена). Опросы населения, проведенные А.М. Сергиенко, З.И. Калугиной и др. в Новосибирской области, Алтайском крае и Республике Алтай, показали, что почти 9 % владельцев личных подсобных хозяйств (ЛПХ) нанимают работников из числа своих односельчан на разовые работы, в Республике Алтай их доля составила 25 % [12].

Исследователи отмечают большое значение межсемейной неформальной кооперации в развитии личных подсобных хозяйств. Так, например, в периоды уборочной страды силами нескольких семейств поочередно скашивается, «ставится», а затем вывозится сено, быстро убираются «картофельные плантации», происходит забой скота. И хотя в среднем в обследованных селах родственная и соседская помощь в ведении ЛПХ оценивается более чем скромно (родственники и знакомые помогают 14 % семей, кооперация усилий происходит лишь в 3 % случаев), в небольших селах (с численностью населения от 100 до 500 чел.) масштабы такой поддержки весьма внушительны — помощью родственников и знакомых смогли воспользоваться до 30 % опрошенных жителей таких поселений, кооперировались между собой 8 %. В этих же населенных пунктах наиболее высока доля владельцев ЛПХ, привлекающих наемных работников, — 17 % [12]. По мнению О.П. Фадеевой, «...подобные зачатки неформальной кооперации и самоорганизации сыграли существенную роль в физическом выживании целого ряда «брошенных сел», хотя стать полноценной альтернативой ликвидированным предприятиям семейные хозяйства так и не смогли» [13, с. 5].

Анализ статистических данных показывает, что в хозяйствах населения Республики Бурятия в отдельные годы реализуется до половины произведенной продукции (табл. 2). Продажа молока и молочной продукции (сливки, сметана, творог), мяса крупного рогатого скота (КРС) дает существенную прибавку к пенсиям, к пособиям по безработице.

Наибольшая амплитуда колебаний товарности, в зависимости от года, характерна для производства яиц и овощей. Градиент между показателями составляет, соответственно, 10 и 10,1 раза. Товарность мяса КРС изменялась за последние 20 лет в 4,9 раза. Устойчивый рост товарности и малая амплитуда колебания наблюдаются в производстве молока и картофеля. Сложившаяся ситуация значительно отличается от других регионов. По данным Е.В. Серовой, проводившей исследования об альтернативной занятости в сельской местности центральных и северных областей Российской Федерации [14], товарность в хозяйствах населения низкая и мало меняется по годам: в среднем на рынок поступает только 20–30 % продукции. В северных регионах эта доля еще ниже [14]. По данным

Таблица 2

Доля продукции, реализованной хозяйствами населения (% от общего объема производства)\*

Год	Вид продукции				
	картофель	овощи	мясо скота и птицы	молоко	яйца
1998	5,2	2,9	13	8,4	1,7
2000	4,9	2	14,4	7,3	3,5
2001	14	3,8	18	8,6	4,6
2002	12,8	3,3	31,3	9,1	3,3
2003	9,4	3,2	32,6	11,4	2,9
2005	10,1	5	37,1	10,6	2,9
2007	10,1	4,5	42,8	10,3	2,7
2009	12,7	5,7	50,5	14,5	8,1
2010	12,3	1,9	38,5	12,3	5,9
2011	10,6	1,4	25,6	11,3	7,4
2012	12,8	0,5	11,3	19,3	0,9
2013	15,6	1,5	10,4	19,2	0,8
2014	12,9	3,2	16,8	20,2	1,4
2015	13,1	3,4	19,7	21,1	0,9
2016	12,7	3,1	20,8	20,9	1,1

\* По данным Федеральной службы государственной статистики по Республике Бурятия.

Национального союза производителей молока (Союзмолоко) и аналитического центра Milknews [15], товарность молока в хозяйствах населения в 2015 г. в целом по Сибирскому федеральному округу составила 24,4 %.

В Республике Бурятия высокая товарность молока характерна для пригородных районов, где полностью прекращено коллективное сельскохозяйственное производство. При отсутствии крупного работодателя в родном селе и высоком уровне безработицы в городе значительная часть сельского населения существует за счет своего подсобного хозяйства. В отличие от пригородных районов Иркутской области и Забайкальского края пригороды г. Улан-Удэ слабо урбанизированы, в советское время они были сформированы вокруг колхозов или совхозов. Проживающее здесь население сохранило трудовые навыки скотоводов. Хорошая транспортная доступность (по территории районов проходят федеральные трассы) позволяет быстро доставлять свежую молочную продукцию в столицу региона.

Для пригородных районов Улан-Удэ характерна высокая доля сельских мигрантов [16–18]. Не все из них находят работу в городе. Сходство природно-климатических зон, характерных для исходного и нового мест жительства (сухостепная,

степная, лесостепная), хорошая обеспеченность пастбищными угодьями, высокий спрос на свежую молочную продукцию в Улан-Удэ создают благоприятные условия для разведения КРС мясо-молочного направления в личных подворьях. Развитию скотоводства в пригородных районах способствуют и республиканские программы по закупу сырого молока у населения. Хозяйства населения сдают молоко в потребительские кооперативы, получившие республиканские гранты на развитие заготовительной деятельности. Молочный кластер формируют и социальные учреждения, продовольственные магазины, предпочитающие закупать местную продукцию.

Растущая товарность картофеля объясняется его высоким спросом у городских жителей, в большинстве своем не имеющих возможность покупать дорогие продукты питания из-за снижающегося уровня жизни. Коллективные предприятия Республики постоянно сокращают посевные площади картофеля, представляющего собой трудоемкую культуру, и предпочитают закупать его у населения.

**Основные направления развития пригородных и периферийных хозяйств.** Процессы сельского развития, происходящие в пригородных и периферийных районах Республики, разнонаправленны. Попытаемся схематически обозначить основные векторы их развития. В Республике Бурятия, в отличие от Новосибирской, Томской, Кемеровской, Иркутской областей, коллективное сельскохозяйственное производство в пригородной зоне распалось. Почвенное плодородие в районах, расположенных вокруг г. Улан-Удэ, намного уступает южным и центральным земледельческим районам региона. Чтобы компенсировать низкое качество почв, произвести продукцию и продать ее с выгодой, необходима современная техника и удобрения, устойчивые к засухе дорогостоящие семена. В 1990-х гг. с помощью республиканских программ и лизинга это могли сделать крупные землеемкие предприятия, опирающиеся в своем развитии на высокое естественное плодородие почв и расположенные в наиболее благоприятных агроклиматических условиях. Пригородные хозяйства не располагали достаточными для модернизации производства финансовыми средствами. К тому же земля в пригороде стала привлекательным объектом для сделок и вложения в нее денежных средств. Сельскохозяйственные угодья перераспределились от коллективных организаций в хозяйства граждан в ведение сельских администраций для развития поселений. Формально вопрос об изменении статуса земель решают комиссии на уровне субъекта Федерации, но фактически значительная часть земель бывших колхозов, плодосыгодных станций, учебных сельскохозяйственных хозяйств оказались застроенными частными домами.

В пригородных районах численность населения увеличивается за счет сельских и городских мигрантов [19–21]. Широко распространено личное подсобное хозяйство, хотя зачастую оно не является основным источником дохода. Производство молока в частных подворьях востребовано среди местного населения, горожан и переработчиков.

В хозяйствах периферийных районов большую роль в сельскохозяйственном производстве и социальном развитии играют коллективные предприятия. В них сконцентрирована значительная часть сельскохозяйственных угодий. Местная переработка, существовавшая в советские годы, разрушена, рынок сбыта чрезвычайно узок. Цена на продукцию регулируется перекупщиками и ограничена низкой платежеспособностью населения. Сельское хозяйство этих районов специализируется на мясном и мясо-молочном животноводстве. Основная часть денежных доходов хозяйств населения формируется, как правило, раз в год, после забоя КРС и реализации мяса. Размеры домохозяйств ограничены финансовыми, трудовыми и материально-техническими ресурсами семьи. Сельскохозяйственное производство носит социально ориентированный характер, способствует выживанию, но не решает проблему повышения уровня благосостояния сельского населения.

Расширение и развитие подсобного хозяйства происходит за счет самоэксплуатации членов семьи и носит вынужденный характер. При наличии постоянной работы многие существенно сократили бы его размеры.

Процессы сельского развития Республики Бурятия соответствуют общей картине развития сельской местности в России. По мнению Т.Г. Нефёдовой, «...специфика России заключается в неравномерном и неодновременном прохождении стадий сельского развития в разных уголках огромной страны, так что даже в рамках одного региона можно зафиксировать существование разных типов хозяйствования на земле» [22, с. 26].

**Характеристика домохозяйств и мест продажи сельскохозяйственной продукции.** Члены домохозяйств были опрошены на так называемых торговых точках — местах регулярной реализации произведенной сельскохозяйственной продукции. Критериями для выбора хозяйств населения в качестве объектов исследования послужили регулярность и длительный срок осуществляемых ими продаж на данной торговой точке (более трех лет), наличие основного ассортимента. Последний представляет собой молоко и молочную продукцию (сливки, творог), реализуемые круглогодично. Дополнительный ас-

Виды сельскохозяйственной продукции, продаваемой хозяйствами населения в 2011–2016 гг.

Период	Основная в течение всего года	Дополнительная, в зависимости от сезона года, урожайности, климатических условий и месторасположения домохозяйств	
		растениеводческая	животноводческая
Июнь–октябрь	Молоко, сливки, творог	Овощи (огурцы, помидоры, баклажаны, перец, капуста, лук, чеснок), картофель, зеленные культуры (укроп, петрушка, сельдерей), дикоросы (черемша, грибы, ягоды)	Сыр, яйца
Ноябрь–середина декабря (после забоя скота)		Картофель, морковь, овощные и ягодные консервы, квашеная капуста, кедровый орех	Кровяная колбаса, мясо КРС
Январь–март		То же	–
Апрель–май		Огурцы свежие, редис, картофель, морковь, овощные и ягодные консервы, дикоросы (черемша)	–

Примечание. Прочерк — данный вид продукции в этот сезон года не реализуется.

сортимент изменяется в зависимости от сезона года (табл. 3). Большинство домохозяйств специализируются на продаже основного ассортимента, привозя дополнительную продукцию лишь в «сезон».

Из 47 торговых точек 43 расположены в центральных, не «спальных» районах города, в местах удобного подъезда к комплексу жилых домов, вблизи основных магистралей, крупных сетевых магазинов и социальных объектов (поликлиник, больниц). На большинстве точек продажа сельскохозяйственной продукции осуществляется одной семьей. В наиболее «проходных» местах, вблизи центральных автотрасс, в течение недели торгуют 4–5 семей. Продавцы договариваются между собой и приезжают в определенные дни в течение недели. Основные покупатели — это жители близлежащих домов. Они имеют телефонную связь с продавцами, заранее знают об изменении графика продаж. С продавцом, владеющим автотранспортом, можно договориться о привозе крупной партии продукции непосредственно на дом к покупателю.

Среди постоянных покупателей много одиноких пенсионеров. Они специально заранее приходят к месту продажи молока, чтобы пообщаться между собой.

Продавцами являются члены одной семьи разных поколений, как правило, муж, жена и взрослые дети. Разновозрастная структура семьи, наличие нескольких поколений в домохозяйстве положительно влияют на его конкурентоспособность. Члены домохозяйства имеют возможность заменять друг друга в качестве продавца или водителя, обеспечивая тем самым регулярность торговли. Для производственных процессов (дойка коров, выпас скота и уход за ним, чистка хлева) также характерна взаимозаменяемость членов семьи, отсутствие разделения труда по гендерному принципу. В домохозяйствах, имеющих два и более поколений, ассортимент предлагаемой продукции разнообразнее. Домохозяйства, состоящие из одного поколения старшего возраста, зависят от субъективных и объективных факторов (прежде всего, от состояния здоровья) и не могут обеспечивать регулярность продаж.

С мая по декабрь, когда продуктивность скота максимальная, члены домохозяйства приезжают в город для торговли два раза в неделю. В январе–феврале, особенно перед отелом скота, когда молока мало, семья выезжает один раз в неделю. Перекупщики, закупающие молоко у односельчан, приезжают два раза в неделю в течение всего года.

**Ассортимент и цена сельскохозяйственной продукции.** Большинство опрошенных семей реализуют продукцию только с собственного подворья. В 5 семьях из 47 молоко «сборное», т. е. закупленное у односельчан. В этих случаях продавцы неохотно отвечают на вопрос: «По какой цене закупается молоко у односельчан?» Фактически речь идет о посреднической торговой деятельности.

Из 47 опрошенных семей три хозяйки принимают заказы от постоянных покупателей на определенные виды продукции (куриные, перепелиные, утиные яйца, грибные и овощные консервы) и привозят их к конкретному сроку.

За весь исследуемый период средняя цена на основную продукцию изменялась в зависимости от инфляции и от сезона года. В период летнего выгула коров их продуктивность больше и, соответственно, выше предложение молока и молочных продуктов. Цена ниже в среднем на 5 руб. (табл. 4). Разница в цене на сливки и творог у разных производителей составляет 5–10 руб. Минимальная цена на эту продукцию у непосредственных производителей, торгующих на одной точке вместе с перекупщиками, — 35 руб. за 1 л молока.

Таблица 4

## Цена сельскохозяйственной продукции в хозяйствах населения Республики Бурятия\*

Период	Молоко, руб./л	Сливки, руб./кг	Творог, руб./кг
Январь–апрель 2011 г.	35	250	130
Май–октябрь 2011 г.	30	240	120
Ноябрь 2011 г.– апрель 2012 г.	40	250	140
Май–октябрь 2012 г.	35	240	130
Ноябрь 2012 г.– апрель 2013 г.	45	250	140
Май–октябрь 2013 г.	40	250	140
Ноябрь 2013 г.– апрель 2014 г.	45	300	160
Май–октябрь 2014 г.	35	250	140
Ноябрь 2014 г.– октябрь 2015 г.	40	300	160
Ноябрь 2015 г.– октябрь 2016 г.	45	300	160

\*По данным проведенного социологического опроса.

Во все сезоны года и у всех продавцов цена 1 л сырого молока была ниже, чем 1 л пастеризованного или стерилизованного молока в магазине. Цена 1 кг сливок и 1 кг творога также ниже, чем в магазине. Поэтому продукция пользуется постоянным спросом у населения, особенно у пенсионеров и у малоимущих.

**Факторы, влияющие на цену молочной продукции.** Сформулированы факторы, которые, на наш взгляд, могли бы влиять на цену молочной продукции: расстояние от места производства до места продажи, затраты на бензин; экономико-географическое положение торговой точки; величина поголовья, продуктивность скота и техническая оснащенность домохозяйства; возрастная структура и трудовые ресурсы домохозяйства; конкуренция; сезон года; покупательский спрос; доходы покупателей.

Как показывают исследования, на цену не влияет расстояние от места производства до места продажи. Коэффициент корреляции между ними отрицательный.

Определенная зависимость существует между реализационной ценой и наличием автомобиля. На пяти торговых точках, где продажу осуществляют женщины, приезжающие на «попутных» машинах из пригородных сел, цена на молоко и молочную продукцию выше в среднем на 5 руб.

Продавцы доставляют готовую продукцию различным транспортом: от малогабаритных грузовиков до автомобилей советских времен. Владельцы машин используют бензин разных марок, при этом цена молока и молочной продукции может быть выше у владельцев недорогих автомобилей. Больше стоимость и в том случае, если домохозяйство состоит из одного поколения старшего возраста.

Выгодное месторасположение торговой точки также увеличивает стоимость товара. Из исследованных торговых точек самая высокая цена на молоко была в наиболее «проходных» местах: возле транспортной развязки, республиканской больницы, крупного сетевого магазина. Реализационную цену ограничивают конкуренция и низкая платежеспособность основных покупателей — пенсионеров, жителей соседних домов.

Стоимость продукции в зависимости от сезона года меняется. Летом и осенью, когда надои молока максимальные, сроки хранения из-за высокой температуры резко сокращаются, реализационная цена на 10–13 % ниже, чем в остальное время. В летние месяцы снижается и покупательский спрос на молочную продукцию, особенно сливки. Повышение покупательского спроса и цены на молочную продукцию характерно зимой (в среднем на 10 %), особенно в период национального праздника — Сагаалгана.

Таким образом, основными факторами, влияющими на цену молочной продукции, являются наличие автомобиля, возраст членов семьи и ее структура, экономико-географическое положение торговой точки, сезон года, низкая платежеспособность населения.

**Дополнительные каналы реализации продукции.** Кроме личной реализации произведенной продукции, владельцы подворий сдают молоко в магазины, расположенные в крупных торговых центрах, крестьянских рынках. Молоко, привезенное производителями в металлических флягах, предварительно проходит проверку в ветеринарной лаборатории. Однако также происходит реализации товара через небольшие продовольственные магазины «шаговой» доступности, не имеющие ветлабораторий. В этом случае производитель упаковывает молоко в пластиковые бутылки.

Реализационная цена сырого молока в магазинах и на рынках выше, чем на мелких торговых точках, и в среднем составляет 38 руб. за 1 л. Производители сдают молоко по цене в среднем 20 руб. за 1 л.

Опросы владельцев домохозяйств, сдающих молоко в магазины и на рынки, показывают, что такой путь реализации продукции выбирают средние и крупные производители, не привлекающие наемных работников. Численность дойного стада в домохозяйствах варьирует от 7 до 25 коров. В домашнее производство вовлечены только члены собственной семьи, и для владельца домохозяйства рабочее время ценится дорого.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В пригородных районах Республики Бурятия сформировалась группа рыночно ориентированных хозяйств населения, сумевших использовать выгоды своего экономико-географического положения для успешной реализации произведенной сельскохозяйственной продукции. При отсутствии дотаций и помощи со стороны государства пригородные хозяйства демонстрируют высокую адаптацию к проводимым реформам, устойчивость в аграрной экономике, увеличивают производство и товарность.

Пригородные хозяйства населения играют значительную роль в обеспечении населения столицы свежей молочной продукцией. Фактически это фермерские хозяйства, и при рационализации законодательства они могли бы войти в формальную экономику. Их рост и развитие можно рассматривать как прогрессивное явление [22, 23].

В настоящее время происходит рыночная институционализация пригородных домохозяйств как процесс формирования совокупности формальных и неформальных правил и норм, обеспечивающих их адаптацию к условиям транзитивной экономики. Результат адаптации — это определенное повышение жизненного уровня, реализация трудового потенциала.

Хозяйства населения периферийных районов республики слабо вовлечены в торговые отношения. Отсутствие рынков сбыта и закупочных пунктов, удаленность от г. Улан-Удэ, отсутствие собственного автомобиля затрудняют реализацию избытков выращенной продукции. Хозяйства попадают в так называемый замкнутый круг бедности.

По результатам исследования можно сделать вывод, что в настоящее время произошла поляризация хозяйств населения республики. Выделилась небольшая конкурентоспособная группа, вовлеченная в рыночное производство, при этом наблюдается маргинализация большей части домохозяйств. Личное подворье лишь обеспечивает выживание, но не решает проблемы повышения уровня благосостояния сельского населения. Тем не менее в условиях циклических экономических кризисов и постоянного роста цен на продовольствие роль домашнего производства возрастает. Оно становится не только гарантом стабильности и продовольственной безопасности, но и источником дохода.

Для хозяйств населения, имеющих излишки продукции, остро стоят проблемы сбыта продукции, дефицита первичной переработки сырья, неразвитости горизонтальных внутри- и межрайонных связей. Важным является стимулирование кредитами и налоговыми льготами, развитие объектов предоставления бытовых услуг (оптовых и розничных рынков, мясных бирж и т. п.).

При любом уровне крупного товарного производства хозяйства населения, чтобы не остаться без источника доходов, находят свою нишу. В особенности это касается производства тех видов продукции, которые кажутся малопривлекательными и невыгодными для более крепких и технически подготовленных субъектов хозяйствования. Преимущество семейных хозяйств в первую очередь проявляется там, где неустраним ручной труд, требуется высокая личная ответственность и самоконтроль работника за качеством.

Исследования показывают, что владельцы подворий значительную часть выращенной продукции реализуют по разным каналам, минуя переработчиков, продают частным скупщикам. Прибыль «оседает» у посредника-перекупщика. Такой товарооборот не позволяет контролировать денежные потоки, в результате чего значительно снижается налогооблагаемая база.

Важным фактором, обеспечивающим конкурентоспособность домохозяйств и эффективность реализации продукции, является разновозрастная структура семьи, наличие нескольких поколений. Для семей, состоящих из одного старшего поколения, характерны самая высокая цена на продукцию и в то же время ее скудный ассортимент.

Основная причина постоянного спроса на продукцию хозяйств населения — ее свежесть и высокие вкусовые качества. Гибкий подход к покупателям, максимальная готовность продавцов идти на-

встречу (например, отпуск постоянным клиентам продуктов в долг, фасовка в мелкие упаковки, доставка к подъезду) также способствуют повышению конкурентоспособности и эффективности продаж.

Положительным моментом в сокращении сельскохозяйственных земель в период распада коллективных предприятий в пригородной зоне можно считать вывод наименее ценных земель из сельскохозяйственного оборота.

Экспансия мелкотоварного производства имеет и много минусов: происходит натурализация хозяйства, возврат к натуральным формам обмена, снижение технического уровня производства, несоблюдение требований агротехники, обострение экологических проблем. Занятость в ЛПХ не решает проблему аграрного перенаселения и не гарантирует социальную защиту сельского населения в старости, так как труд в ЛПХ не засчитывается в стаж работы. Механизм накопления страховой части пенсии для занятых в ЛПХ также не отработан.

Хозяйства населения представляют собой важный элемент территориальной системы многоукладного сельского хозяйства Республики Бурятия. Они формируют территориальные производственные системы, для комплексного исследования которых необходимо расширить применяемые традиционные экономико-географические методы. Социологический анализ, включенное наблюдение, неформальные интервью обогащают исходную информацию о деятельности хозяйств населения и повышают эффективность географического исследования в целом.

*Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (18-45-030039 p-a).*

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Фадеева О.П.** Сельские сообщества и хозяйственные уклады: от выживания к развитию. — Новосибирск: Изд-во Ин-та экономики и орг. промыш. производства СО РАН, 2015. — 264 с.
2. **Нефёдова Т.Г.** Сельское Ставрополье глазами московского географа. Разнообразие районов на юге России. — Ставрополь: Изд-во Ставропол. ун-та, 2012. — 81 с.
3. **Schmitz S., Broesig S., Degtiarevich J., Degtiarevich I., Grings M.** Sources and utilization of foodstuffs in Belarusian households: results of the Grodno households survey. Discussion paper [Электронный ресурс]. — <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/28469/1/524504237.pdf> (дата обращения 15.03.2016).
4. **Banse M., Grethe H.** Auswirkungen sinkender Subsistenzproduktion auf den Maerkten fuer Milch und Milchprodukte in den MOEL [Электронный ресурс]. — <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/284492168245.pdf> (дата обращения 14.03.2016).
5. **Нефёдова Т.Г.** Трансформация сельского хозяйства России: мифология и реальность // Мир России. Социология. Этнология. — М.: Изд-во Национал. исслед. ун-та «Высшая школа экономики», 2013. — Т. 22, № 1. — С. 29–60.
6. **Калугина З.И.** Рыночная трансформация аграрного сектора России: Социологический дискурс. — Новосибирск: Изд-во Ин-та экономики и орг. промыш. производства СО РАН, 2015. — 342 с.
7. **Фадеева О.П.** Социально-экономический потенциал сельской многоукладности (на примере Белгородской области) // Регион. Экономика. Социология. — 2012. — № 4 (76). — С. 139–161.
8. **Фадеева О.П.** Сибирское село: земля и труд в локальных контекстах // ЭКО. — 2013. — № 5. — С. 29–48.
9. **Ишмуратов Б.М.** География — теория, детерминизм и природопользование будущего // Региональное природопользование и фундаментальные проблемы географии будущего. — Иркутск: Изд-во Ин-та географии СО РАН, 2001. — С. 5–35.
10. **Екимовская О.А., Бешенцев А.Н.** Экономико-географические особенности развития хозяйств населения Республики Бурятия // География и природ. ресурсы. — 2012. — № 2. — С. 95–103.
11. **Сельское хозяйство Республики Бурятия:** Стат. сборник № 10-07-19. — Улан-Удэ: Федер. служба гос. статистики. 2015. — 129 с.
12. **Сергиенко А.М., Калугина З.И., Троцкий А.А., Родионова Л.В., Фадеева О.П., Мурунова И.Ю.** Заключительный аналитический отчет по проекту «Экономическое поведение и социальные эксклюзии на сельском рынке труда» [Электронный ресурс]. — <http://www.socpol.ru/grantprog/pdf/Sergienko.pdf> (дата обращения 14.03.2017).
13. **Фадеева О.П.** Особенности формирования многоукладной экономики в сельской России // Поволж. торг.-эконом. журн. — 2011. — № 5 [Электронный ресурс]. — <http://elibrary.ru/download/62609078.pdf> (дата обращения 15.03.2016).
14. **Серова Е.В., Звягинцев Д.В.** Альтернативная занятость в сельской местности // Мир России. — 2006. — № 4. — С. 3–34.
15. **Белов А.А., Воронин А.А., Жевит М.Э.** Всероссийский справочник «Молочная отрасль — 2015» [Электронный ресурс]. — [http://www.rosinformagrotech.ru/sites/default/files/files/ntd\\_catalogs\\_soyuzmoloko.pdf](http://www.rosinformagrotech.ru/sites/default/files/files/ntd_catalogs_soyuzmoloko.pdf) (дата обращения 09.03.2017).

16. **Бреславский А.С.** Пригороды Улан-Удэ: к чему мы пришли? // Сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф., посвященной 350-летию основания г. Улан-Удэ. — Улан-Удэ: Изд-во Бурят. науч. центра СО РАН, 2016. — С. 260–264.
17. **Бреславский А.С.** Улан-Удэ и процессы субурбанизации в постсоветской Бурятии // Сб. науч. статей Всерос. конф. с междунар. участием. — Сургут: Изд-во Сургут. ун-та, 2015. — С. 482–491.
18. **Бреславский А.С.** Незапланированные пригороды: сельско-городская миграция и рост города Улан-Удэ в постсоветский период. — Улан-Удэ: Изд-во Бурят. науч. центра СО РАН, 2014. — 192 с.
19. **Бреславский А.С.** Численность и размещение населения в пригородах Улан-Удэ (1989–2010) // Сборник Бурят. науч. центра СО РАН. — 2014. — № 2 (14). — С. 96–101.
20. **Бреславский А.С.** Пригороды Улан-Удэ в системе сельско-городской миграции в Республике Бурятия // Ирк. истор.-эконом. ежегодник: 2013. — Иркутск: Изд-во Байкал. ун-та, 2013. — С. 473–481.
21. **Бреславский А.С.** Сельские мигранты в пространстве постсоветского Улан-Удэ // Изв. Алт. ун-та. — 2011. — № 1. — С. 22–25.
22. **Нефёдова Т.Г.** Сельская Россия на перепутье: географические очерки. — М.: Новое издательство, 2003. — 408 с.
23. **Грицай О.В., Иоффе Г.В., Трейвиш А.И.** Центр и периферия в региональном развитии. — М.: Наука, 1991. — 168 с.
24. **Серова Е.В., Карлова Н.В., Тихонова Т.А., Шик О.В., Мокшина П.А.** Альтернативная занятость в сельской местности России [Электронный ресурс]. — <http://geum.ru/aref/1152-4-ref.pdf> (дата обращения 18.03.2016).

*Поступила в редакцию 15 марта 2017 г.*

---