Мотивация к органическому производству со стороны малого бизнеса в аграрном секторе Северо-Запада[1]

Н. А. Никонова, А. Г. Никонов, Х. А. Дибирова

Наталья Александровна Никонова, кандидат экономических наук, научный сотрудник, Санкт-Петербургский федеральный исследовательский центр Российской академии наук. 199178, Санкт-Петербург, 14-я линия В. О., д. 39. E-mail: 79127462539@mail.ru

Алексей Григорьевич Никонов, научный сотрудник, Санкт-Петербургский федеральный исследовательский центр Российской академии наук. 199178, Санкт-Петербург, 14-я линия В. О., д. 39. E-mail: shelest.06@mail.ru

Хапсат Абусупяновна Дибирова, младший научный сотрудник, Санкт-Петербургский федеральный исследовательский центр Российской академии наук. 199178, Санкт-Петербург, 14-я линия В. О., д. 39. E-mail: mag-dibirov@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме устойчивого развития национального органического рынка за счет активизации мотивационного потенциала отечественных товаропроизводителей. Рассмотрены теоретические подходы к изучению взаимосвязи побудительных факторов и экономического поведения хозяйствующих субъектов. Эмпирической базой послужили результаты анкетного опроса руководителей крестьянских (фермерских) хозяйств Ленинградской, Новгородской и Псковской областей (N = 151) с целью анализа причин, препятствующих развитию органического производства в условиях Северо-Запада. Были определены особенности мотивации представителей малого бизнеса в условиях современной институциональной среды в зависимости от их типологических характеристик: «мотивированные», «немотивированные» и «неопределившиеся». Выявлено, что при существующей заинтересованности части респондентов в переходе к органическому сельскому хозяйству сохраняются сдерживающие его факторы. Среди них исключительно высокую значимость имеет потребность агробизнеса в увеличении государственной поддержки, в том числе помощь в сбыте продукции. Сделан вывод, что риски неполучения желаемого экономического результата доминирующе влияют на намерения и планы всех товаропроизводителей, независимо от местоположения хозяйства и конкретного региона. Вышеуказанное актуализирует необходимость реализации специальных целевых программ регионального уровня для комплексного решения проблемы стимулирования предпринимательского сектора, включая организацию исследований динамики мотивов и стимулов субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: мотивы, органическое производство, анкетный опрос, респонденты, малый агробизнес, государственная поддержка, Северо-Запад

EDN RLJZFA

---

1. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01676, https://rscf.ru/project/23-28-01676/

Реализация стратегии сохранения окружающей среды и построения «зеленой экономики» объективно способствует превращению такого вида сельскохозяйственной деятельности, как органическое производство, в динамично развивающийся сегмент во всем мире. Аналогичные процессы ускоряются и в нашей стране, что способствуют появлению на органическом рынке все новых хозяйствующих субъектов, которые представляют различные сферы специализации, регионы, масштабы бизнеса и их экономические возможности в условиях современной рыночной среды.

Вместе с тем по уровню производства и потребления органических продуктов питания Россия существенно отстает от развитых зарубежных стран. По данным созданного по инициативе АО «Россельхозбанк» Фонда поддержки производителей органической продукции, в 2022 году в мире было зарегистрировано 4,5 млн сертифицированных производителей органических продуктов, из которых 60,6% приходилось на Азию. Наибольшее их количество (2,5 млн) насчитывалось в Индии. Среди европейских стран лидировала Италия с 82,6 тыс. производителей. Потребление органической продукции при этом в том же году составило в Швейцарии — 437, Швеции — 248, Германии — 181, США — 176 евро на душу населения[2].

В Российской Федерации на 28 октября 2024 года были зарегистрированы всего 222 сертифицированных производителей органической продукции, расположенных в 49 регионах. При этом пока сохраняется неравномерность размещения органического сельского хозяйства как в целом по стране, так и в разрезе субъектов Федерации. Наибольшее число производителей органической продукции насчитывалось в Центральном, Сибирском и Южном федеральных округах. Среди регионов лидировали Воронежская область — 14, Краснодарский край и Московская область — по 13, Новосибирская, Ярославская и Калужская области — по 8 производителей. В Северо-Западном экономическом районе выделяется Новгородская область, делящая с рядом других регионов 8-е место[3].

Потребление органической продукции в России в 2021 году составляло всего 1 евро на душу населения (Киселев, Кудрявцев, 2023). Таким образом, ситуация с производством и потреблением органической продукции сельского хозяйства в России на фоне других стран выглядит критической.

2. Обзор мирового органического рынка и рынка России на конец 2023 года // URL: https://organicfund.ru/new/obzor-mirovogo-organicheskogo-rynka-i-rynka-rossii-na-konec-2023-goda (дата обращения: 12.11.2024).
3. Единый государственный реестр производителей органической продукции // URL: https://soz.bio/edinyy-gosudarstvennyy-reestr-proiz-3/ (дата обращения: 12.11.2024).

В связи с этим в принятой Стратегии развития производства органической продукции в Российской Федерации[4] поставлены достаточно масштабные задачи, конкретизированные в пяти целевых параметрах его динамики к 2030 году по сравнению с 2021 годом.

Решение данных стратегических задач на уровне конкретных хозяйствующих субъектов в настоящее время сдерживается наличием как объективных факторов, имеющих внешний характер, так и субъективных, основанных на внутренней мотивации производителей органической продукции. При этом экзогенные факторы в значительной степени предопределяют внутреннюю мотивацию производителей, стимулируя или сдерживая ее, а следовательно, и развитие органического производства.

В большинстве отечественных публикаций основным внешним фактором развития органического производства в России называется наличие огромных площадей, длительное время не обрабатываемых сельскохозяйственных земель, фактически залежных, которые рассматриваются в качестве потенциала расширения производства и экспорта органической продукции (Цветков, Белокопытов, 2017; Ползиков, Алещенко, 2024; Волкова, Леушкина, Погребцова, 2022). Важными факторами развития органического производства считаются наличие развивающегося рынка органической продукции (Киселев, Кудрявцев, 2023), системы государственной поддержки (Воронина, 2023) и консультационно-информационного обеспечения органического производства (Алпатов, Гасанова, Таран, 2022).

Среди факторов сдерживания развития органического производства исследователи отмечают:

— нестабильный внутренний платежеспособный спрос на органическую продукцию в связи с низким уровнем доходов населения и ограниченный доступ на внешние рынки из-за текущей геополитической ситуации (Киселев, Кудрявцев, 2023; Ползиков, Алещенко, 2024);

— нехватку органов сертификации, частые внесения поправок в стандарты органического производства, высокую стоимость сертификации (Łuczka, Kalinowski, 2020);

— неразвитость, а в некоторых случаях отсутствие государственной поддержки сельскохозяйственных производителей органической продукции, особенно в конверсионный период (Akbari, Badri, Shamanian, Amini, 2019).

При этом из ряда публикаций (Rodríguez-Bermúdez R. et al., 2020; Łuczka, Kalinowski, 2020; Никонова, Дибирова, Никонов, 2023) следует, что большинство факторов сдерживания органиче-

4. Стратегия развития производства органической продукции в Российской Федерации до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации № 1788-р от 4 июля 2023 г. // URL: http://static.government.ru/media/files/8tJynEn7pLVLfdqqL6p3BhArPtCQW9Aw.pdf (дата обращения: 12.06.2024).

ского производства может быть трансформировано в предпосылки его развития с помощью системы организационных и экономических мероприятий, реализуемых на государственном уровне.

Отсюда большая роль соответствующих мотивационных установок представителей агробизнеса к данному виду деятельности. Вовлеченность все новых хозяйствующих субъектов в органическое производство позволит им не только выступать активными акторами происходящих изменений в АПК, но и предпринимать необходимые шаги для результативного движения в этом направлении.

Достаточно очевидно, что из-за законодательно установленных требований и ограничений, в том числе запрета на применение определенного вида ресурсов, производство органической продукции в большей мере, чем традиционной, связано с риском экономических потерь. Однако если будут сохраняться оптимистические ожидания представителей агробизнеса, то появятся и стимулы к инвестициям в органическое сельское хозяйство. Причем рост оптимизма будет способствовать изменению интересов таких потенциально важных участников органического рынка, как субъекты малого бизнеса, обеспечивая повышение их роли в данном секторе продовольственной системы в современных условиях «российского (постсоветского) феномена» холдингизации в АПК (Узун, Шагайда, Гатаулина, Шишкина, 2022).

Следовательно, важное место имеет оценка степени мотивации и заинтересованности сельскохозяйственных товаропроизводителей в переходе на указанный вид предпринимательской деятельности — как попытка «заглянуть» в будущее. Это даст возможность получить ответ на следующие вопросы: а) насколько развит существующий побудительный потенциал в отрасли, в том числе в зависимости от конкретного региона? б) каковы перспективы устойчивого роста объема предложения на рынке органической продукции за счет отечественного производства?

Имеющаяся информация, в свою очередь, позволит разобраться, что же не так в современной внешней среде функционирования уже действующих субъектов хозяйствования, и определить необходимые меры, которые требуются со стороны органов власти регионов и государства в целом для наращивания масштабов развития национального органического сельского хозяйства. Таким образом, наше исследование направлено на изучение особенностей мотивации к производству органической продукции руководителей крестьянских (фермерских) хозяйств и анализе территориальных различий в их предрасположенности к данной деятельности.

В ходе исследования нами проверялись следующие гипотезы:

— о действии факторов, ограничивающих заинтересованность представителей малого бизнеса в переходе к органическому статусу производства продукции;

— о наличии связи уровня мотивации к органическому производству с территориальным местоположением хозяйств.

Сегодня в условиях нарастания неопределенности изменений, при рассмотрении мотивации хозяйствующих субъектов на селе особенно актуализируется проблема соединения научных знаний из области экономики, социологии и психологии. Мы поддерживаем мнение, что «...современная российская деревня медленно, но, по всей видимости, бесповоротно перестает быть традиционно крестьянской. Поэтому сегодня весьма важны мультидисциплинарные попытки ученых заглянуть в будущие сельские миры» (Виноградский, Виноградская, Никулина, 2020: 138). В связи с этим в ходе исследования мы опирались на понятие мотивации как совокупности первоисточников, побудительных причин, лежащих в основе поведения людей, которые инициируют, направляют и поддерживают активность их действий в определенной ситуации (Немов, 2007: 220).

Причем среди побудительных факторов наибольшая роль отводится потребностям, мотивам и стимулам. «Мотивация объясняет целенаправленность действия», — считал известный немецкий психолог Хайнц Хекхаузен, интерпретируя ее как дефиницию, синтезирующую в себе комплекс множественных процессов и явлений, на основе которых человек определяет свое поведение, исходя из его ожидаемых последствий (Хекхаузен, 1986: 34). Порождающие мотивацию потребность, стремление, побуждение формируются как желаемая цель и действуют, пока не будет достигнут требующийся результат или станет доминировать другой мотив. Следовательно, можно утверждать, что усиление мотивации к предпринимательской активности субъектов аграрного бизнеса органической сферы будет определяться степенью сочетания их внутренних движущих сил (потребности, цели и мотивы) и выступающих в дополнение к ним внешних причин (стимулов).

Отсюда высокая значимость роли экономических стимулов, которые разнообразны по природе, зависят от многих факторов и являются предметом научного интереса многих авторов. Например, А. З. Улимбашевым (Улимбашев, 2015) была проведена типология предпринимателей-собственников и мотивов их поведения в агробизнесе в рамках концепции личных издержек. Таксономический подход при изучении мотивации сельских предпринимателей рассматривался С. Н. Полбицыным (Полбицын, 2023) с использованием факторной модели анализа предпринимательских целей и направлений государственной поддержки. О задачах стимулирования сектора производства органической продукции на основе государственного регулирования пишет О. Е. Воронкова с коллегами (Воронкова, Высоцкая, Петрова, 2019).

Следует отметить, что относительно такого положительного мотивирующего фактора, как механизм господдержки агробизнеса, высказываются различные суждения. Например, В. И. Денисов, отмечая, что «при распределении средств по хозяйствам не учи-

тывается эффективность их использования», предлагает ввести «принцип выделения средств поддержки в строгом соответствии с обеспечиваемыми с их помощью результатами производства, востребованными обществом» (Денисов, 2017: 72–73).

Поддерживая позицию автора по поводу актуальности увеличения бюджетных средств для АПК, не согласимся с его тезисом об увязывании отдачи от нее повсеместно[5]. Во-первых, в случае ограниченного количества местных товаропроизводителей и значимости их на локальной территории это может противоречить поставленным целям развития сельской местности. Во-вторых, как известно, большей эффективностью обладают мощные интегрированные структуры — агрохолдинги. Однако рядом авторов (Узун, 2017; Uzun, Shagaida, Lerman, 2021) справедливо отмечаются устойчивые тенденции концентрации ими объемов выделяемых отрасли бюджетных средств и рост доли хозяйств, не получающих субсидий, что ведет не только к вытеснению с рынка малого бизнеса, но и негативно влияет на сельскую экономику в целом.

На такую проблему, как скудный вклад агрохолдингов в развитие сельских территорий, указывает и Александр Никулин в интервью журналу «Агротехника и технологии»: «Они не местные, их руководство, как правило, сидит в столице, городах-миллионниках или вообще за рубежом. Поэтому, хотя все они говорят о социальной ориентированности бизнеса, позиция их прагматичная. Поддержка сельских детских садов, школ или спортивных команд действительно есть, но если сравнивать ее объем с финансовой мощью холдингов, то цифры получаются несопоставимые» (Немчинов, Трофимов, 2023).

Органические товаропроизводители, в силу специфики их деятельности, должны находиться под особым вниманием государства — как с точки зрения недопущения их оппортунистического поведения на рынке, так и создания благоприятных условий деятельности, по крайней мере в ее начальный период. То, что органические и традиционные фермы имеют разные производственные риски, обсуждают и зарубежные авторы (Scuderi, Timpanaro, Branca, Cammarata, 2023).

Таким образом, сущность мотивационного процесса при производстве органической продукции мы определяем как систему стимулов, потребностей хозяйствующих субъектов и особенностей органического рынка (спрос, цены и др.), обеспечивающих достижение их целей и удовлетворенность от результативности деятельности. Это способствует реализации потенциала малого бизнеса и решению стоящих задач перед отраслью. Отсюда роль государ-

5. Аналогичная концепция: «господдержка в обмен на эффективность» реализовывалась в Программе антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 год при министре сельского хозяйства России Елены Скрынник и не достигла цели.

ства по целенаправленной помощи в формировании и поддержании такой мотивации, в сочетании с комплексом мер на уровне каждого хозяйствующего субъекта по реализации эффективной стратегии и модели ведения бизнеса для лучшего, по сравнению с конкурентами, удовлетворения потребностей покупателей.

Особенности намерений фермеров о готовности перехода к органическому производству

Рассмотрим мотивационные намерения товаропроизводителей на примере конкретных представителей малого агробизнеса применительно к условиям Северо-Запада[6]. Здесь достаточно благоприятные возможности для развития органического сельского хозяйства, особенно в связи с наличием значительных площадей неиспользуемых земель и близостью к Санкт-Петербургу — второму по численности населения городу страны, являющемуся крупным рынком сбыта продукции. Росту спроса на органическую продукцию в Санкт-Петербурге способствуют высокие среднедушевые доходы населения, уступающие по размерам только доходам жителей Москвы. Все это указывает на потенциальные перспективы развития органического сектора при повышении интереса субъектов агробизнеса.

Мотивация представителей малого агробизнеса изучалась нами с помощью анкетного опроса факторов, препятствующих развитию органического производства в условиях Северо-Запада. Следует отметить, что среди достаточно обширного количества работ по проблемам органического сельского хозяйства мы не нашли публикаций отечественных авторов с результатами проведения анкетирования именно по аспектам мотивационных устремлений субъектов хозяйствования, в том числе в разрезе региональной специфики.

Для выяснения мнения респондентов относительно их планов заниматься органическим производством, сроков перехода к нему, сдерживающих факторов и стимулов была подготовлена анкета. Она состояла из трех тематических блоков: вводной части, основной и реквизитной («паспортички») и включала в себя 9 вопросов закрытого и открытого характера. В реквизитной части были данные о возрасте, поле, уровне образования, специализации хозяйства, наличии в нем переработки, местоположении хозяйства (в т.ч. расстояния до районного и областного центров).

6. Под Северо-Западом понимается Северо-Западный экономический район, который в соответствии с «Общероссийским классификатором экономических регионов. ОК 024-95», утвержденным Постановлением Госстандарта России от 27.12.1995 г. № 640 (ред. от 21.06.2023) включает в себя Ленинградскую, Новгородскую, Псковскую области и г. Санкт-Петербург.

Обследовались только крестьянские (фермерские) хозяйства (КФХ), доля которых, по данным сельскохозяйственной микропереписи 2021 года, составляла 76,9% от всех субъектов малого агробизнеса Северо-Запада, в том числе в Ленинградской области — 78,1%, Новгородской — 82,6%, Псковской — 64,6%. Высокий удельный вес числа крестьянских (фермерских) хозяйств и объемов производства продукции сельского хозяйства в них относительно всех субъектов малого агробизнеса предопределили выбор КФХ в качестве объекта обследования. Кроме того, учитывалось и то, что для руководителей КФХ это не только бизнес, но и образ жизни, формирующий особый тип мотивации хозяйствования.

Из 1090 КФХ (в т.ч. 513 — в Ленинградской, 393 — в Новгородской и 184 — в Псковской области), составляющих генеральную совокупность, на первоначальном этапе опросом было охвачено более 300 руководителей хозяйств путем рассылки им анкет по электронной почте. В данном случае объем выборки составлял 27,5%. Далее, для уточнения полученных сведений и увеличения количества активных респондентов дополнительно производился обзвон фермеров по телефону. Это связано с тем, что нам впервые пришлось столкнуться с затруднениями при проведении анкетирования, когда из-за разгула действий мошенников в последнее время многие сельские жители, даже молодого возраста, стали достаточно настороженно относиться к предложениям поучаствовать в опросах[7].

В результате по разным причинам была получена только 151 заполненная анкета: 52 — из Ленинградской, 58 — из Новгородской, 41 — из Псковской области. Объем выборки в этом случае составил 13,9%, в том числе в Ленинградской области — 10,1%, Новгородской — 14,8%, Псковской — 22,3%.

Значительную часть респондентов представляли мужчины (65%), а в возрастном отношении лица от 41 до 60 лет (64,9%). Среди всех ответивших 58,9% имеют высшее образование, в том числе среди женщин — 81%. По специализации хозяйства распределились следующим образом: растениеводство — 35,1%, животноводство — 29,8%, со смешанной структурой — 35,1%. Преобладающее большинство хозяйств были созданы в период с 2011 по 2021 год (62,9%), не занимаются переработкой собственной продукции в 73% хозяйств, около 40% хозяйств расположены на расстоянии от 101 до 200 км от областного центра.

Чтобы выяснить, как изменяются мнения респондентов в зависимости от их намерений, опрошенные были распределены на три группы с учетом ответа на первый вопрос анкеты: «Занимается ли хозяйство органикой или планирует производить?» В итоге

7. О том, что «самые искренние уверения социологов в сугубо научных целях опроса начинают все чаще вызывать недоверие, преодолеть которое все труднее, а порой просто невозможно», сообщают и другие авторы (Виноградский, Виноградская, Никулина, 2020: 127).

к первой группе «мотивированные» мы отнесли фермеров, которые уже имеют статус органического производителя или однозначно утверждали о своих планах перехода; во вторую группу: «немотивированные» вошли лица, не планирующие такую деятельность, и в третью группу: «неопределившиеся» были включены респонденты, которые затруднились с ответом на вопрос, но их можно рассматривать как потенциальных участников органического производства в перспективе, при изменении экономической ситуации в позитивном ключе.

Обработка анкет показала, что на вопрос «Занимается ли Ваше хозяйство производством органической продукции или же планируете производить?» лишь 33% от всех опрошенных ответили утвердительно, а 52% — заявили об отсутствии интереса к органическому производству (рис. 1).

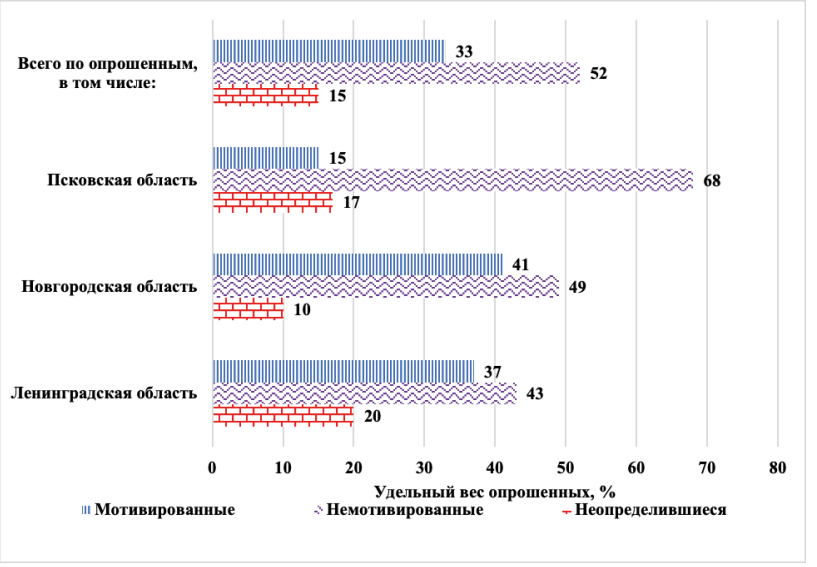


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Занимается ли Ваше хозяйство производством органической продукции или же планируете производить?»

Выяснилось, что больше всего к переходу на органику ориентированы фермеры Ленинградской (37%) и особенно Новгородской области (41%), где оказалось также наименьшее количество лиц, затруднившихся с ответом. В то же время в Псковской области, где пока отсутствуют сертифицированные хозяйства, 68% респондентов отметили, что не намерены заниматься этой деятельностью.

Среди причин, сдерживающих мотивацию к переходу на органическое производство, более трети от общего числа опрошенных назвали отсутствие уверенности в своем будущем высоком дохо-

де, 24% — указали на опасения из-за недостатка знаний и информации, а о том, что данный вид деятельности «не привлекает в принципе», отметили 30% респондентов и только 14% — сообщили о других факторах (рис. 2).



Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что выступает для Вас сдерживающими факторами для перехода к органическому производству?»

При этом обращает на себя внимание наличие достаточно высокой доли лиц среди респондентов, входящих во все три группы и выделивших довод «нет уверенности в будущем высоком доходе» — от 26% (немотивированные) до 51% (неопределившиеся), включая также и «мотивированных» (34%).

Наряду с другими сдерживающими причинами, представители группы «мотивированных» респондентов отметили, что «нет трудовых ресурсов и маленький объем производства», «бизнес сложно расширить, поскольку нет техники и высокая стоимость ручного труда», «недостаточно опыта, а государство не помогает малому бизнесу», «дополнительные затраты на сертификацию», «нет программы развития органического птицеводства», «потери урожая по овощам без обработок существенные», «низкая покупательская способность», «удаленность от рынков реализации — вынуждены продавать посредникам».

Входящие в группу «немотивированных» товаропроизводителей к сдерживающим факторам отнесли главным образом отсутствие интереса к данной деятельности (47%) и другие причины, среди которых указали, что: «нет органических кормов, они очень дорогие», «слишком длительный срок конверсии», «органика требует больших вложений», «техника вся старая, запчасти сильно подорожали, кредиты дорогие, даже применение семейного труда не спасает», «без химической обработки не вырастить товарный картофель» и др.

В группе «неопределившихся» респондентов был самый низкий удельный вес (7%) лиц, указавших, что эта деятельность

их «не привлекает в принципе». Однако здесь же наибольшая доля тех, для кого ограничителем выступают сомнения в будущем высоком доходе (51%), при недостатке знаний и информации (38%). Как представляется, ключевым все же является факт наличия интереса к органическому производству у подавляющего большинства опрошенных данной группы, что в перспективе может способствовать увеличению количества таких хозяйств.

Косвенным подтверждением этому можно считать результаты ответа респондентов на вопрос о возможных временных сроках перехода к названной деятельности. На рисунке 3 более подробно приведены данные по лицам, входящим в группу «мотивированных», так как они нами рассматривались как наиболее реальные участники органического рынка.

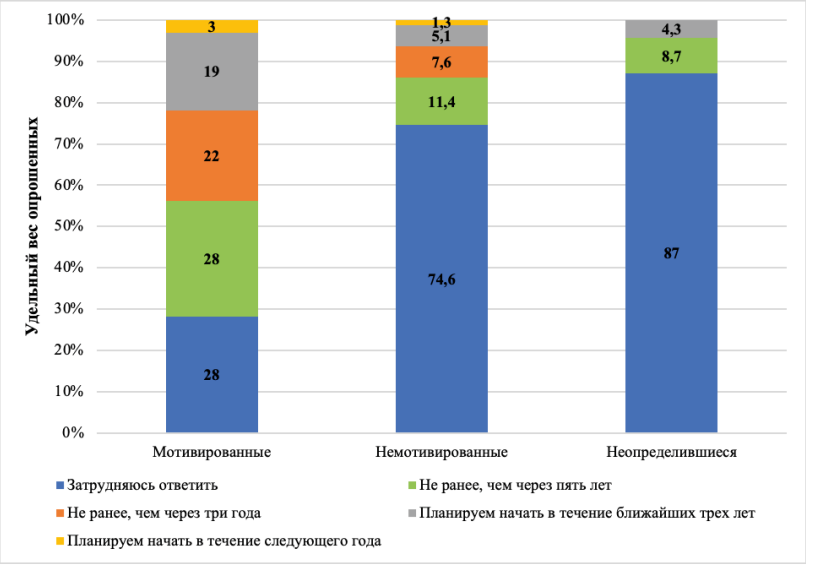


Рис. 3. Распределение ответов «высокомотивированных» респондентов на вопрос «Если Вы решите заниматься органическим производством, то как быстро это произойдет?»

На наш взгляд, можно считать позитивным тот факт, что в течение ближайших трех лет 19% респондентов, позитивно настроенных к органическому производству, планируют заняться органическим производством. Между тем следует отметить, что абсолютное большинство участников анкетирования (70%) затруднились с ответом на данный вопрос, в том числе 28% из группы «мотивированных» фермеров, что можно трактовать и как потенциал роста, и как ограничивающую ситуацию. Хотя, судя по ответам, 20% всех опрошенных видят для себя подобные перспективы не ранее, чем через 3–5 лет, а в группе мотивированных лиц — таких даже 50%.

Для выяснения мнений респондентов о причинах, которые не только ограничивают их собственные мотивационные установки, но и сдерживают развитие отечественного органического производства в целом, в анкете предусматривался ряд вопросов и на эту тему. Среди наиболее негативных факторов все опрошенные респонденты снова указали высокую актуальность проблемы недостатка знаний в области органического производства (27%), а также недостаточный уровень государственной поддержки (21%), в том числе в ответах лиц из группы «мотивированных» их удельный вес составил 25% (рис. 4).

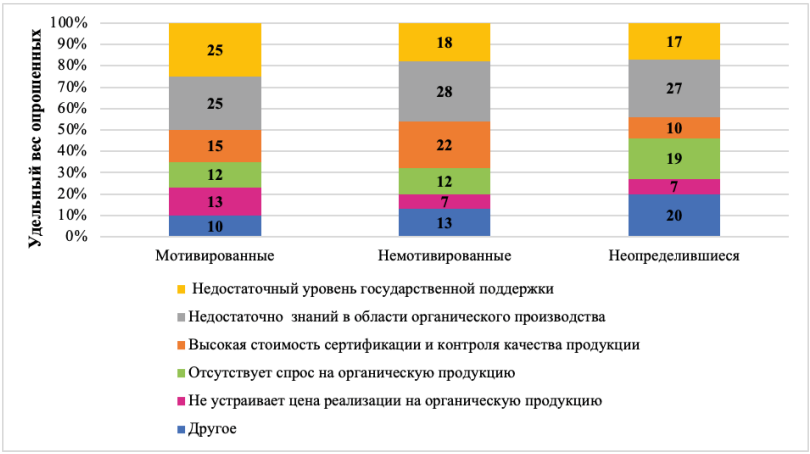


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Назовите, пожалуйста, причины, которые, по Вашему мнению, в целом сдерживают развитие органического производства?»

Отметим, что действительно, исходя из имеющейся у нас информации, в Северо-Западном регионе господдержка органического производства пока есть только в Ленинградской области: в форме возмещения части затрат для прохождения сертификации и, по аналогии с Томской областью и другими регионами, выдается погектарная субсидия на проведение агротехнологических работ для определенных видов культур.

Учитывая необходимость издержек на прохождение сертификации продукции, а также имеющуюся практику их компенсации в части регионов, анкета содержала отдельный вопрос. Анализ ответов показал, что при условии субсидирования государством 100% таких затрат только 26% от всех опрошенных заинтересованы в развитии органического производства, 31% отметили возможную готовность к переходу, 28% затруднились с ответом, но 15% лиц даже при таких условиях не согласны заниматься данной деятельностью. Вместе с тем из группы «мотивированных» респондентов (где было только 6% затруднившихся с ответом) 55% заявили

о привлекательности данного стимула, а треть — о возможных своих намерениях к переходу на органический статус на таких условиях (рис. 5).

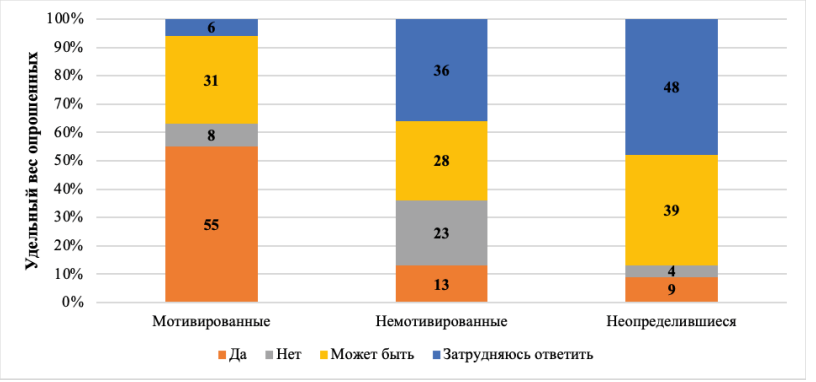


Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Будете ли Вы заинтересованы в развитии органического производства при условии субсидирования государством 100% затрат на прохождение сертификации?»

Кроме помощи при сертификации, в настоящее время, по мнению более 50% от всех опрошенных, для рентабельного ведения органического производства компенсация государством производственных затрат должна составлять от 50 до 75%, на возмещение в размере от 25 до 50% согласны всего 17% респондентов, а за уровень не менее 25% затрат выступают только 4% от общего числа опрошенных. Причем обращает на себя внимание единодушие относительно субсидирования расходов в более высоком размере (свыше 50%) практически по всем выделенным группам (рис. 6).

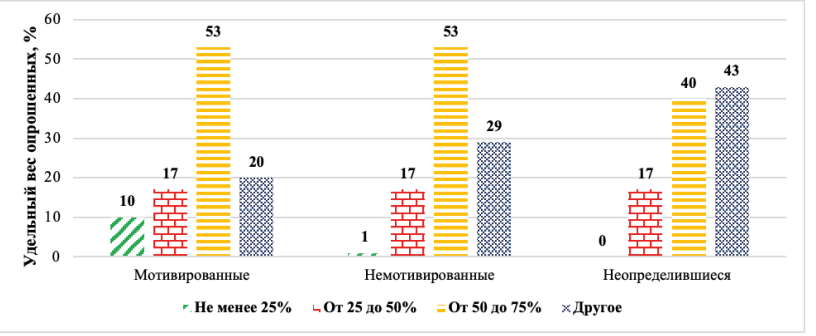


Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, какой процент компенсации государством производственных затрат необходим для рентабельного органического сельского хозяйства в настоящее время?»

Можно предположить, что указанные ответы опрошенных объясняются пониманием ими в дальнейшем возможных изменений рентабельности производства своего хозяйства (рис. 7).

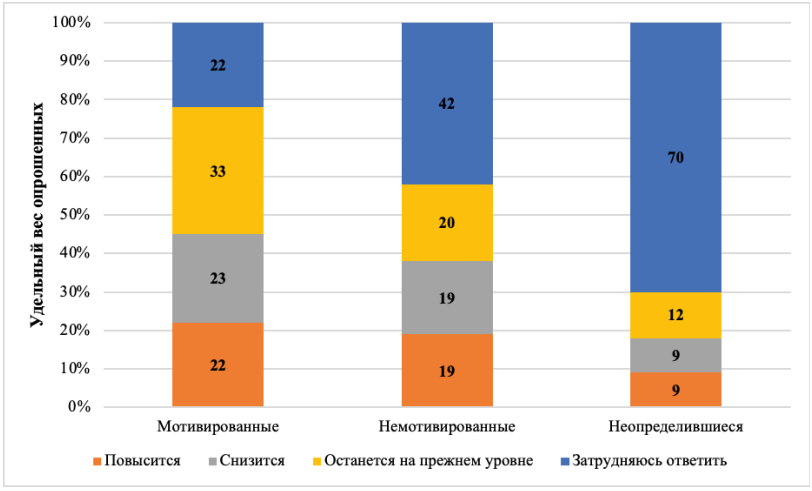


Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените, пожалуйста, на ближайшие два года изменение уровня рентабельности производства в Вашем хозяйстве?»

Полученные результаты указывают еще раз на то, что в настоящее время представители малого агробизнеса находятся в условиях высокой неопределенности своей экономической деятельности, что снижает их мотивацию.

Учитывая наличие среди опрошенных большого количества не планирующих заниматься органическим сельским хозяйством во всех регионах Северо-Запада, представляют интерес ответы на вопрос «Укажите, пожалуйста, какая помощь нужна Вашему хозяйству для перехода к производству органической продукции?». Как показал анализ (рис. 8), в информационно-консультационной помощи особенно нуждаются представители таких групп, как «мотивированные» и «неопределившиеся» респонденты, что подтверждает предположение об их настрое к активизации деятельности в органической сфере.

В качестве дополнительных вариантов ответа респонденты всех рассматриваемых групп, в том числе независимо от конкретного региона, указывали на потребность в помощи с реализацией продукции, необходимость развития кооперации для совместного сбыта продукции и организации фермерских магазинов и т.д.

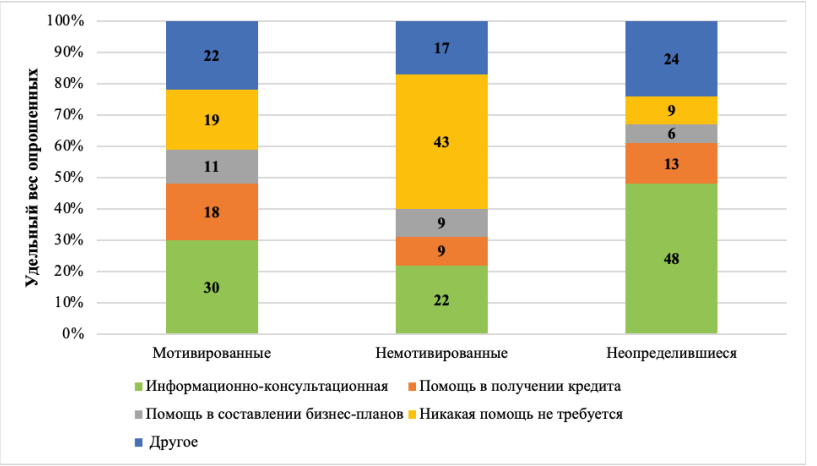


Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос «Укажите, пожалуйста, какая помощь нужна Вашему хозяйству для перехода к производству органической продукции?»

Таким образом, можно констатировать, что в исследуемых регионах в трех выделенных типологических группах респондентов степень влияния факторов на мотивацию к органическому производству имеет определенные различия. Так, в качестве важных внешних факторов выступают: имеющийся даже небольшой опыт его ведения, наличие системы информационно-консультационного обеспечения и государственная поддержка данного процесса.

В Новгородской и Ленинградской областях, где уже функционируют органические предприятия, 39,6% и 38,5% респондентов, соответственно, мотивированы на производство органической продукции, против 14,6% в Псковской области, где такого опыта нет и где 68,3% респондентов не планируют заняться органическим производством, 47,3% которых «данный вид деятельности не привлекает в принципе», а 78% — затруднились ответить о сроках решения заняться производством органики.

Система информационно-консультационной службы в Новгородской области, где много лет ведется обучение по программе повышения квалификации «Организация и функционирование органического сельского хозяйства», 76% респондентов считают, что она позитивно влияет на развитие органического производства. В Ленинградской области, где повышение квалификации осуществляется по программе «Современные технологии в органическом земледелии», позитивно ответили 52% опрошенных. В то же время в Псковской области, где данная работа находится в зачаточном состоянии, 60% респондентов считают, что информационно-консультационная помощь не оказывает никакого влияния и основ-

ной причиной, сдерживающей развитие органического производства, называют недостаток знаний в этой сфере.

Положительную оценку государственной поддержке, как важному внешнему фактору развития органического производства, дают респонденты Новгородской (81%) и Ленинградской (88%) областей, как более информированные относительно технологий и организации производства органической продукции. В Псковской же области в 42 ответах из 100 указывалось на ее незначительное влияние или же отсутствие такого влияния. При этом в Новгородской области в большей степени, чем в других регионах Северо-Запада, в качестве причины, сдерживающей органическое производство, называют «недостаточный уровень государственной поддержки».

В целом по Северо-Западу достаточно отчетливо просматривается запрос малого бизнеса на увеличение масштабов бюджетной поддержки. Так, анализ мнений лиц, которые не занимаются, но планируют перейти к органическому производству, выявил, что 82% из них считают господдержку фактором, которая окажет сильное позитивное воздействие на их мотивацию.

Совокупность названных выше факторов, безусловно, влияет на мотивацию к занятию органическим производством, которая в Псковской области заметно ниже, чем в Ленинградской и особенно в Новгородской области.

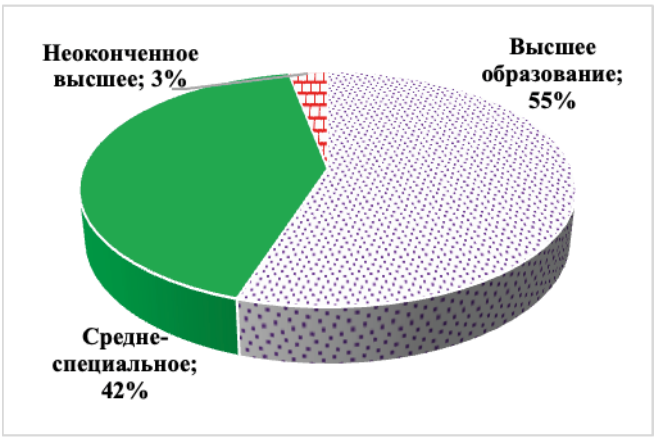
В связи с существенными различиями Псковской и Новгородской областей по удельному весу респондентов, мотивированных в отношении органического производства, была проведена детальная оценка демографического портрета участников опроса и рассмотрено влияние территориального фактора.

При этом выяснилось, что среди не планирующих заниматься органическим производством в Псковской области, распределение респондентов по возрасту составило: до 40 лет — 18%, от 41 года до 50 лет — 14%, от 51 года до 60 лет — 50% и старше 60 лет — 18% опрошенных. Следовательно, среди мотивированных на органическое сельское хозяйство в данном регионе доминируют лица старше 50 лет (68%), а более молодые люди пока воздерживаются от перехода к данному виду деятельности.

В Новгородской области мотивированных на переход к органическому производству в возрасте до 40 лет было 83%, но от 41 года до 50 лет их количество составило 72%, от 51 до 60 лет — 66% и старше 60 лет — 79%. При этом доля «мотивированных» респондентов до 50 лет достигает 55%, что выше, чем в Псковской области, на 23 процентных пункта. На этой основе можно предположить, что в Новгородской области, по сравнению с Псковской, имеется более высокий демографический потенциал развития органического производства. Группировка респондентов по уровню образования (рис. 9) указывает на достаточно близкие его значения между исследуемыми регионами, что отражает позитивную ситуацию на-

личия потенциала человеческого капитала в сельской местности Северо-Запада, который пока еще не реализуется в сфере органического производства.

Новгородская область



Псковская область

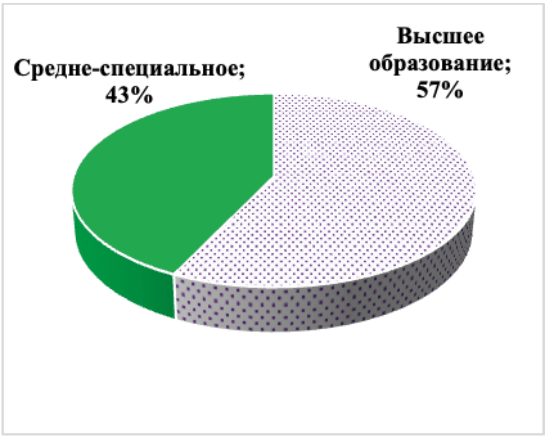
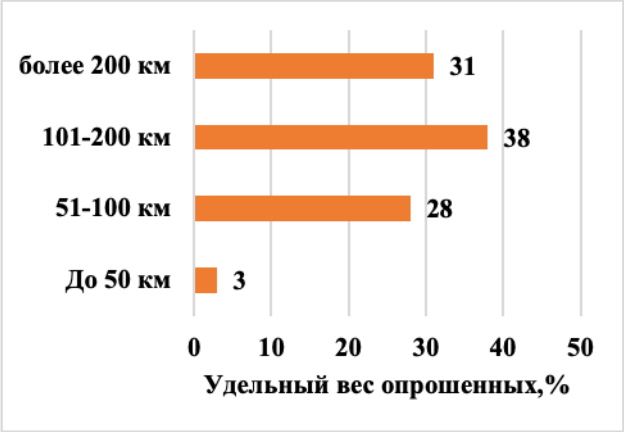


Рис. 9. Распределение респондентов, не планирующих заниматься органическим производством, по уровню образования

Влияние местоположения исследуемых хозяйств в зависимости от их удаленности от областного центра на мотивацию респондентов представлено на рисунке 10.

Новгородская область



Псковская область



Рис. 10. Распределение респондентов, немотивированных на занятие органическим производством, по удаленности хозяйства от областного центра

Проведенный анализ показал, что в данных регионах основная масса респондентов, не планирующих переход к органическому производству, представляют хозяйства с удаленностью свыше 100 км от областного центра — 79% в Псковской и 69% в Новгородской области. Вместе с тем хозяйства группы «немотивированных» респондентов Новгородской области находятся на более близком расстоянии от областного центра, чем из аналогичной группы в Псковской области. Однако устойчивой тесной зависимости мотивации фермеров от местоположения хозяйств не обнаружено. Поэтому, например, единственное сертифицированное органическое хозяйство в Ленинградской области

расположено на расстоянии до 50 км от Санкт-Петербурга, а удаленность другого хозяйства, находящегося пока на переходном этапе (период конверсии), — составляет свыше 200 км.

Аналогично по результатам анкетирования установлено, что в Ленинградской области среди респондентов, однозначно настроенных на переход к органическому производству, есть представители хозяйств по их местоположению как до 50 км (28,6%), так и 101–200 км (42,9%). Вместе с тем очевидно, что в более удаленных хозяйствах регионов есть больше ограничителей их деятельности, которые необходимо учитывать при реализации мер государственной аграрной политики. При этом на уровне хозяйств для снижения негативного воздействия фактора местоположения необходимо более тщательно продумывать сбытовую политику и самостоятельно конструировать более короткие цепи реализации продукции, в том числе за счет диверсификации деятельности.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют предположить, что важным внешним фактором, влияющим на мотивацию респондентов заняться органическим производством, кроме названных выше, является уровень развития фермерского сектора в регионах. Ориентация респондентов на производство органической продукции прослеживается в тех областях, где КФХ более развиты. Так, при объеме производства продукции сельского хозяйства в КФХ за 2023 год в Псковской области, равном 1,5 млрд руб., Ленинградской — 3,3 млрд руб., Новгородской — 4,1 млрд руб., доля мотивированных респондентов составила, соответственно, 15, 37 и 41%.

Изучение мотивационных намерений представителей фермерского сообщества в регионах Северо-Запада позволило проанализировать их реакцию на современные условия предпринимательской деятельности в аграрном секторе — с позиции интереса к реализации начинаний в сфере органического производства. Это подтвердило выдвинутую гипотезу о сохранении влияния факторов, которые снижают готовность малого бизнеса в переходе к данному виду деятельности, несмотря на некоторые осуществляемые меры господдержки. Вместе с тем связь между уровнем мотивации к органическому сельскому хозяйству и местоположением хозяйств не была установлена, причем — как на уровне региона, так и между ними, несмотря на то что территориальный фактор в определенной мере усиливает риски агробизнеса.

Следовательно, можно прийти к выводу, что все участники указанного типа товаропроизводителей подвержены риску экономических потерь при усилении неопределенности получения желаемого результата, на что нужно обратить особое внимание при реализации программ развития отрасли. Причем, на наш взгляд, в ходе ре-

гулирования рисков органического производства нужно учитывать сферу их возникновения — не только на уровне хозяйствующего субъекта, но и общего отраслевого риска: недостижения запланированных темпов наращивания объемов предложения на рынке за счет отечественной органической продукции.

Причина общего отраслевого риска связана, кроме природного фактора и общемировой проблемы негативных последствий изменения климата, с неравномерностью развития даже традиционного сельскохозяйственного производства по территории страны, что косвенно отражает влияние условий предпринимательской деятельности. По мнению экспертов (Wegren, Nikulin, Trotsuk, 2023), это обозначено как «хрупкость» сельскохозяйственного производства, что, безусловно, воздействует и на степень вовлеченности малого бизнеса в органическую сферу. Поэтому для создания более благоприятной среды воспроизводственного процесса на селе и задействования значительного потенциала развития рынка органической продукции в настоящее время требуется система дополнительных, более активных действий по государственной поддержке товаропроизводителей (и особенно в период конверсии) на основе реализации целевых региональных программ, включая меры по улучшению положения фермеров в производственно-сбытовых цепочках.

В первую очередь это актуально для удаленных сельских территорий, где важно создать предпосылки для возникновения мультипликативного эффекта, благодаря соединению мотивации членов сельского сообщества к занятию органическим агробизнесом и осуществляемыми в настоящее время мероприятиями государственной политики импортозамещения.

Вместе с тем, наряду с эффективными механизмами стимулов в сфере органического производства, требуется постоянное изучение сдерживающих факторов и оценка мотивации хозяйствующих субъектов, в том числе на междисциплинарной основе, что будет способствовать своевременному решению проблем применительно к нынешнему этапу развития национального агропромышленного комплекса.

Полученные выводы могут быть экстраполированы, прежде всего, на те регионы страны, которые расположены в зоне влияния крупного города (мегаполиса) с развитым рынком продовольствия и высоким платежеспособным спросом населения и одновременно располагающие значительными площадями залежных земель, пригодных для вовлечения в хозяйственный оборот для производства органической продукции. В Центральном районе это относится к Тверской, Ярославской, Костромской и Ивановской областям, где, по данным Минсельхоза России, не используется 60–70% пашни[8].

8. Доклад о состоянии и использовании земель сельскохозяйственного назначения Российской Федерации в 2022 году. М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2023.

Библиография

Алпатов А. В., Гасанова Х. Н., Таран В. В. (2022). Проблемы информационно-методического обеспечения сферы производства органической продукции в России // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. № 11 (93). С. 63-68.

Виноградский В. Г., Виноградская О. Я., Никулина Е. С. (2020). Экология сельского мира как предмет социологического исследования // Крестьяноведение. Т. 5. № 1. С. 125-142.

Волкова И. А., Леушкина В. В., Погребцова Е. А. (2022). Органическое сельское хозяйство как драйвер развития зеленой экономики // Креативная экономика. Т. 16. № 6. С. 2381-2394.

Воронина Н. П. (2023). Государственная поддержка органического сельского хозяйства // Сельское хозяйство. № 1. С. 49-50.

Воронкова О. Ю., Высоцкая О. А., Петрова Л. И. (2019). Развитие механизмов стимулирования предпринимательской деятельности в секторе производства органической продукции // Экономика и предпринимательство. № 2 (103). С. 614-618.

Григорьева Н. С., Чубарова Т. В. (2020). Междисциплинарность в теории и на практике: пример социальной политики // Общественные науки и современность. № 3. С. 166-178.

Денисов В. И. (2017). Мотивационные механизмы и предпосылки роста сельскохозяйственного производства в России // Экономика и математические методы. Т. 53. № 2. С. 66-75.

Киселев С. В., Кудрявцев Н. Р. (2023). Рынок органической сельскохозяйственной продукции: перспективы и факторы развития в условиях новой реальности // АПК: экономика, управление. № 3. С. 71-78.

Немов Р. С. (2007) Психологический словарь. М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС.

Немчинов Н., Трофимов А. (2023). Забытые сёла. Кто и как должен развивать сельские территории. Агротехника и технологии. 17 ноября 2023. URL:https://www.agroinvestor.ru/regions/article/41400-zabytye-syela-kto-i-kak-dolzhen-razvivat-selskie-territorii/ (дата доступа: 15.06.2024).

Никонова Н. А., Дибирова Х. А., Никонов А. Г. (2023). Факторы формирования рынка сельскохозяйственной органической продукции в условиях Северо-Запада // АПК: экономика, управление. № 10. С. 78-86.

Полбицын С. Н. (2023). Таксономический анализ мотивации сельских предпринимателей // Продовольственная политика и безопасность. Т. 10. № 4. С. 645-662.

Ползиков Д. А., Алещенко В. В. (2024). О стратегии развития производства органической продукции в Российской Федерации до 2030 года // Проблемы прогнозирования. № 4 (205). С. 149-165.

Узун В. Я. (2017). Ограничение размера субсидий одному сельхозпроизводителю: необходимость, механизмы, последствия // АПК: экономика, управление. № 11. С. 12-31.

Узун В. Я., Шагайда Н. И., Гатаулина Е. А., Шишкина. Е. А. (2022). Холдингизация агробизнеса России. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС.

Улимбашев А. З. (2015). Исследование мотивации предпринимателей-собственников: типологический подход // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. № 38. С. 205-211.

Хекхаузен Х. (1986). Мотивация и деятельность. М.: Педагогика.

Цветков И. А., Белокопытов А. В., Белокопытов М. В. (2017). Проблемы и перспективы развития производства органической сельскохозяйственной продукции // Вестник Российского государственного аграрного заочного университета. № 24 (29). С. 76-80.

Akbari M., Badri S. A., Shamanian M., Amini S. (2019). Objectives, motivations and barriers of organic agriculture development in Ravansar city// Environmental Education and Sustainable Development. Vol. 7. No.2. Pp .63-76.

Łuczka W., Kalinowski S. (2020). Barriers to the development of organic farming: A polish case study //Agriculture. Vol. 10. No. 11.

Rodríguez-Bermúdez R. et al. (2020). Consumers' perception of and attitudes towards organic food in Galicia (Northern Spain) // International Journal of Consumer Studies. Vol. 44. No. 3. P. 206-219.

Scuderi A., Timpanaro G., Branca F., Cammarata M. (2023). Economic and Environmental Sustainability Assessment of an Innovative Organic Broccoli Production Pattern // Agronomy. Vol. 13. No. 3.

Uzun V., Shagaida N., Lerman Z. (2021). Russian agroholdings and their role in agriculture // Post-Communist Economies. Vol. 33. No. 8. C. 1035-1055.

Wegren S. K., Nikulin A. M., Trotsuk I. (2023). The fragility of Russia's agricultural production and implications for food security// Eurasian Geography and Economics. Vol. 64. No. 3. P. 257-295.

Small business' motivation for organic production in the agricultural sector of the North-West

Natalya A. Nikonova, PhD (Economics), Researcher, Saint Petersburg Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences. 14th Line V. O., no 39, Saint Petersburg, 199178, Russia. E-mail: 79127462539@mail.ru.

Aleksey G. Nikonov, Researcher, Saint Petersburg Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences. 14th Line V. O., no 39, Saint Petersburg, 199178, Russia. E-mail: shelest.06@mail.ru.

Khapsat A. Dibirova, Junior Researcher, Saint Petersburg Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences. 14th Line V. O., no 39, Saint Petersburg, 199178, Russia. E-mail: mag-dibirov@yandex.ru.

Abstract. The article considers the possibility of sustainable development of the national organic market by affecting the motivation of local producers. The authors mention theoretical approaches to the study of the relationship between incentive factors and economic behavior and present the results of the survey of heads of farms in the Leningrad, Novgorod and Pskov Regions (N=151) to reveal reasons hindering the development of organic production in the North-West. The motivation features of small business in the today's institutional environment depend on typological characteristics of producers: "highly motivated", "lowly motivated", and "conditionally motivated". Thus, despite some respondents' interest in the transition to organic agriculture, there are factors preventing such a transition, and one of the most important is the need for increased government support, including in marketing. The authors conclude that mainly the risks of not getting the desired economic result influence intentions and plans of such producers, regardless of the location of the farm, which explains the need for special target programs at the regional level to stimulate the business sector, including the study of the dynamics of producers' motives and incentives.

Key words: motives, organic production, questionnaire, respondents, small agribusiness, government support, North-West

References

Akbari M., Badri S. A., Shamanian M., Amini S. (2019) Objectives, motivations and barriers of organic agriculture development in Ravansar city. *Environmental Education and Sustainable Development*, vol. 7, no 2, pp. 63–76.

Alpatov A. V., Khasanova Kh.N., Taran V. V. (2022) Problemy informatsionno-metodicheskogo obespecheniya sfery proizvodstva organicheskoj produktsii v Rossii [Issues of the

information-methodological support of organic production in Russia]. *Economy, Labor, and Management in Agriculture*, no 11, pp. 63–68.

Vinogradsky V. G., Vinogradskaya O.Ya., Nikulina E. S. (2020) Ekologija selskogo mira kak predmet sotsiologicheskogo issledovanija [Ecology of the rural world as an object of sociological research]. *Russian Peasant Studies*, vol. 5, no 1, pp. 125–142.

Volkova I. A., Leushkina V. V., Pogrebtsova E. A. (2022) Organicheskoe selskoe khozyajstvo kak drajver razvitiya zelenoj ekonomiki [Organic agriculture as a driver of the green economy development]. *Creative Economy,* vol. 16, no 6, pp. 2381–2394.

Voronina N. P. (2023) Gosudarstvennaya podderzhka organicheskogo selskogo khozyajstva [State support for organic agriculture]. *Agriculture,* no 1, pp. 49–50.

Voronkova O.Yu., Vysotskaya O. A., Petrova L. I. (2019) Razvitie mekhanizmov stimulirovanija predprinimatelskoj dejatelnosti v sektore proizvodstva organicheskoj produktsii [Development of mechanisms to stimulate entrepreneurial activity in the organic production sector]. *Economy and Entrepreneurship*, no 2, pp. 614–618.

Grigoryeva N. S., Chubarova T. V. (2020) Mezhdisciplinarnost v teorii i na praktike: primer sotsialnoj politiki [Interdisciplinarity in theory and practice: An example of social policy]. *Social Sciences and the Present Time*, no 3, pp.166–178.

Denisov V. I. (2017) Motivatsionnye mekhanizmy i predposylki rosta selskokhozjajstvennogo proizvodstva v Rossii [Motivational mechanisms and prerequisites for the growth of agricultural production in Russia]. *Economics and Mathematical Methods*, vol. 53, no 2, pp. 66–75.

Kiselev S. V., Kudryavtsev N. R. (2023) Rynok organicheskoj selskokhozyajstvennoj produktsii: perspektivy i faktory razvitiya v usloviyah novoj realnosti [Market of organic agricultural products: Prospects and factors of development in new reality]. *Agro-Industrial Complex: Economics, Management*, no 3, pp. 71–78.

Nemov R. S. (2007) *Psikhologichesky slovar* [Psychological Dictionary], Moscow: Gumanitarny izd. tsentr VLADOS.

Nemchinov N., Trofimov A. (2023) Zabytye sela. Kto i kak dolzhen razvivat selskie territorii [Forgotten villages. Who should develop rural areas and how]. November 17, 2023. URL: https://www.agroinvestor.ru/regions/article/41400-zabytye-syela-kto-i-kak-dolzhen-razvivat-selskie-territorii.

Nikonova N. A., Dibirova Kh.A., Nikonov A. G. (2023) Faktory formirovaniya rynka selskokhozyajstvennoj organicheskoj produktsii v usloviyah Severo-Zapada [Factors of the development of the market of organic agricultural products in the North-West]. *Agro-Industrial Complex: Economics, Management*, no 10, pp. 78–86.

Polbitsyn S. N. (2023) Taksonomichesky analiz motivatsii selskih predprinimatelej [Taxonomic analysis of rural entrepreneurs' motivation]. *Food Policy and Security*, vol. 10, no 4, pp. 645–662.

Polzikov D. A., Aleshchenko V. V. (2024) O strategii razvitiya proizvodstva organicheskoj produktstii v Rossijskoj Federatsii do 2030 goda [On the strategy for the development of organic production in the Russian Federation until 2030]. *Issues of Forecasting*, no 4, pp. 149–165.

Tsvetkov I. A., Belokopytov A. V., Belokopytov M. V. (2017) Problemy i perspektivy razvitiya proizvodstva organicheskoy selskokhozyaystvennoy produktsii [Problems and prospects for the development of organic agricultural production]. *Bulletin of the Russian State Agrarian University*, no 24, pp. 76–80.

Uzun V.Ya. (2017) Ogranichenie razmera subsidij odnomu selkhozproizvoditelju: neobkhodimost, mekhanizmy, posledstvija [Limits of subsidies for one agricultural producer: Necessity, mechanisms, consequences]. *Agro-Industrial Complex: Economics, Management*, no 11, pp. 12–31.

Uzun V.Ya., Shagaida N. I., Gataulina E. A., Shishkina E. A. (2022) *Kholdingizatsija agrobiznesa Rossii* [Holdingization of Agribusiness in Russia], Moscow: Izd. dom "Delo" RANKhiGS.

Ulimbashev A. Z. (2015) Issledovanie motivatsii predprinimatelej-sobstvennikov: tipologichesky podkhod [The study of entrepreneurs-owners' motivation: A typological approach]. *Proceedings of the Saint Petersburg State Agrarian University*, no 38, pp. 205–211.

Heckhausen J. (1986) *Motivatsija i dejatelnost* [Motivation and Action], Moscow: "Pedagogika".
Scuderi A., Timpanaro G., Branca F., Cammarata M. (2023) Economic and environmental sustainability assessment of an innovative organic broccoli production pattern. *Agronomy*, vol. 13, no 3.
Łuczka W., Kalinowski S. (2020) Barriers to the development of organic farming: A polish case study. *Agriculture*, vol. 10, no 11.
Rodríguez-Bermúdez R. et al. (2020) Consumers' perception of and attitudes towards organic food in Galicia (Northern Spain). *International Journal of Consumer Studies*, vol. 44, no 3, pp. 206–219.
Uzun V., Shagaida N., Lerman Z. (2021) Russian agroholdings and their role in agriculture. *Post-Communist Economies*, vol. 33, no 8 , pp. 1035–1055.
Wegren S. K., Nikulin A. M., Trotsuk I. V. (2023) The fragility of Russia's agricultural production and implications for food security. *Eurasian Geography and Economics*, vol. 64, no 3, pp. 257–295.