

НАУЧНЫЕ ЗАПИСКИ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Издание перерегистрировано
в Федеральной службе по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций:
ПИ № ФС77-67073
от 15 сентября 2016 г.

The edition is reregistered
in the Federal Service for Supervision
of Communications,
Informational Technologies and Media Control:
PI No. FS77-67073
of 15 September 2016

Периодичность издания – 6 номеров в год

Publication frequency – 6 issues per year

Учредитель: Финансовый университет

Founder: Financial University

Журнал включен в Российский индекс
научного цитирования (РИНЦ)

The Journal is included in the Russian Science
Citation Index (RSCI)

Журнал распространяется по подписке.
Подписной индекс 42136 в объединенном
каталоге «Пресса России»

The Journal is distributed by subscription.
Subscription index: 42136 in the consolidated
catalogue “The Press of Russia”

Vol. 11, No. 5, 2023

SCIENTIFIC NOTES OF YOUNG SCIENTISTS



**НАУЧНЫЕ ЗАПИСКИ
МОЛОДЫХ
ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**


Учредитель
Финансовый университет

Свидетельство
о регистрации
ПИ № ФС77-67073
от 15 сентября 2016 г.

Главный редактор
П.В. Строев,
канд. экон. наук

Заведующий редакцией
научных журналов
В.А. Шадрин

Выпускающий
редактор-корректор
С.Ф. Михайлова

Верстка
С.М. Ветров

Подписной индекс
в объединенном каталоге
«Пресса России» – **42136**.
По вопросам подписки
и приобретения журнала
в редакции звонить
8 (499) 553-10-71
(вн. 10-80)
e-mail: sfmihajlova@fa.ru
С.Ф. Михайлова

Почтовый адрес редакции:
125167, Москва,
Ленинградский проспект,
д. 53, 5-й этаж, комн. 5.4.
Тел.: **8 (499) 553-10-71**
(вн. 10-80)

[http://www.fa.ru/dep/
scinotes/journal/Pages/
Default.aspx](http://www.fa.ru/dep/scinotes/journal/Pages/Default.aspx)
E-mail: nzmi@fa.ru

Формат 60 × 84 1/8
Подписано в печать
29.11.2023
Заказ № 1164

Отпечатано
в отделе полиграфии
Финансового университета
(Москва, Ленинградский
пр-т, д. 49)

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Николаев А.В.

Роль России в стратегии Евразийской экономической интеграции 5

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА

Кузьмина А.С.

Анализ экономического потенциала приоритетных отраслей Республики Крым 14

ВОПРОСЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

Корягина А.А., Фоланина Д.А., Степанова М.С., Суворова А.А.

Роль субъектов профессиональной деятельности в распространении практики применения АРС. Формирование профессионального иммунитета в обществе 27

ПОЛИТОЛОГИЯ И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Боронникова Ю.С.

Политический режим как фактор институционализации биополитических практик: сравнительный анализ стран Азии 35

СОЦИОЛОГИЯ, ИСТОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ

Илюшин И.И.

Исторические особенности международного партнерства регионов РФ как инструмент укрепления международной стабильности 2020–2022 годов (на примере г. Иркутска и Пфорцхайма). 43

Ишуткина А.О.

Опыт Республики Корея в продвижении музыкального бренда применительно к российскому рынку 51

Мастерова С.Н.

Привычки здорового питания как внутренний фактор выбора рациона питания населением России 63

НОВЫЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Василенко И.А.

Формирование стратегии развития предприятия 75

WORLD ECONOMY

Nikolaev A.V.

The Role of Russia in the Eurasian Economic Integration Strategy. 5

SPATIAL ECONOMICS

Kuzmina A.S.

Economic Potential Analysis of Priority Industries in the Republic of Crimea 14

LAW ENFORCEMENT ISSUES

Koryagina A.A., Folanina D.A., Stepanova M.S., Suvorova A.A.

The Role of Subjects of Professional Activity with Alternative Disputes Resolution Use. Professional Immunity Formation in Society 27

POLITICAL SCIENCE AND MASS COMMUNICATION

Boronnikova Y.S.

The Role of Political Regimes in Institutionalizing Biopolitical Practices in Asia 35

SOCIOLOGY, HISTORY, PHILOSOPHY

Ilyushin I.I.

Historical Features of Russian Regional Partnerships for International Stability in 2020–2022 (on the Example of Irkutsk and Pforzheim) 43

Ishutkina A.O.

South Korea’s Experience in Promoting a Music Brand to the Russian Market 51

Masterova S.N.

Healthy Eating Habits as an Internal Factor in the Diet Choice in Russia 63

NEW MANAGEMENT TECHNOLOGIES

Vasilenko I.A.

Formation of an Enterprise Development Strategy 75

SCIENTIFIC NOTES OF YOUNG SCIENTISTS

Founder

Financial University

Certificate

PI No. FS77-67073

of September 15 2016

Editor-in-Chief

P.V. Stroev

Cand. Sci. (Econ.)

Head of Scientific Journals

Editorial Department

V.A. Shadrin

Managing editor-proofreader

S.F. Mihaylova

Design, make-up

S.M. Vetrov

Editorial address:

Financial University

Leningradsky prospekt, 53,
office 5.4

125167, Moscow

Russian Federation

Tel.: +7 (499) 553-10-71
(internal 10-80)

Website: [http://www.fa.ru/
org/div/edition/scinotes/
Pages/Home.aspx](http://www.fa.ru/org/div/edition/scinotes/Pages/Home.aspx)

E-mail: nzmi@fa.ru

Subscription in editorial office:

Tel.: +7 (499) 553-10-71

(internal 10-80)

e-mail: sfmihajlova@fa.ru

S.F. Mihaylova

Subscription index

in catalogue “Press of Russia”
42136

Format 60 × 84 1/8

Signed for press

on 29.11.2023

Order No. 1164

Printed by Publishing House
of the Financial University
(Moscow, 51, Leningradsky
prospect)

ISSN 2309-1193

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

П.В. Строев,

главный редактор,
канд. экон. наук, директор
Института региональной
экономики и межбюджетных
отношений

М.С. Исмаилова,

заместитель главного редактора,
студентка факультета социальных
наук и массовых коммуникаций

О.И. Борисов,

канд. экон. наук, доцент,
заместитель декана по учебной
и воспитательной работе
факультета налогов, аудита
и бизнес-анализа

А.В. Волобуев,

канд. филос. наук, доцент,
доцент департамента
гуманитарных наук

Л.И. Гончаренко,

д-р экон. наук, профессор,
научный руководитель
департамента налогов
и налогового
администрирования

С.С. Горохова,

канд. юрид. наук, доцент,
доцент департамента
международного и публичного
права юридического факультета,
ведущий научный сотрудник
Центра исследований и экспертизы
департамента правового
регулирувания экономической
деятельности

Т.А. Горошникова,

канд. техн. наук, первый
заместитель декана факультета
международных экономических
отношений

В.А. Иванова,

д-р филос. наук, доцент,
директор Барнаульского
филиала

Ю.О. Иванова,

канд. экон. наук, старший
преподаватель департамента
управления бизнесом
факультета «Высшая школа
управления»

С.В. Илькевич,

канд. экон. наук, доцент,
руководитель департамента
менеджмента и инноваций

О.В. Карамова,

д-р экон. наук, профессор,
профессор департамента
экономической теории

Н.В. Кириллова,

д-р экон. наук, профессор,
заместитель руководителя
департамента
страхования и экономики
социальной сферы

Е.А. Кузнецова,

канд. филос. наук, доцент
кафедры «Философия, история,
право и межкультурная
коммуникация» Владимирского
филиала

О.В. Лосева,

д-р экон. наук, профессор
департамента корпоративных
финансов и корпоративного
управления

О.В. Макашина,

д-р экон. наук, профессор,
профессор департамента
общественных финансов
финансового факультета

Е.В. Оглоблина,

канд. экон. наук, доцент
департамента мировой экономики
и международного бизнеса

Н.К. Попадюк,

д-р экон. наук, доцент,
профессор кафедры
«Государственное
и муниципальное управление»

А.А. Рылов,

канд. физ.-мат. наук, доцент,
доцент департамента математики

Р.М. Сафуанов,

д-р экон. наук, профессор,
директор Уфимского филиала

П.С. Селезнев,

д-р полит. наук, доцент,
декан факультета международных
экономических отношений,
председатель Совета молодых
ученых

О.Ю. Смыслова,

д-р экон. наук, доцент,
заместитель директора
Липецкого филиала
по научной работе

Р.В. Фаттахов,

д-р экон. наук, профессор,
профессор департамента
общественных финансов
Финансового факультета

Д.А. Чичуленков,

канд. экон. наук, доцент
департамента банковского
дела и финансовых рынков
финансового факультета

И.В. Юшков,

старший преподаватель
департамента политологии

ВЫ МОЖЕТЕ ОФОРМИТЬ ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ «НАУЧНЫЕ ЗАПИСКИ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ»

- В любом отделении связи «Почта России».
Подписной индекс по объединенному каталогу
«Пресса России» **42136**
- В редакции по адресу:
Москва, Ленинградский проспект, 53, комн. 5.4
Тел.: **8 (499) 553-10-71 (вн. 10-80)**
Ведущий специалист Михайлова С.Ф.



ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 316.4.063.3(045)
© Николаев А. В., 2023

Роль России в стратегии Евразийской экономической интеграции



Артём Вадимович Николаев, студент факультета «Институт онлайн-образования», Финансовый университет, Москва, Россия
Artyom V. Nikolaev, student, Faculty "Institute of Online Education", Financial University, Moscow, Russia
artemv.nikolaev@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В научной статье представлены результаты исследования практической роли и места России в системе международных экономических отношений при реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции. Проблематика связана с современными реалиями геополитической нестабильности в международном обществе, которые приводят к формированию новых вызовов в организации внешнеэкономической деятельности стран Евразийского региона. Актуальность исследования обусловлена продолжением реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции на период до 2025 года, которая была разработана в целях развития Евразийского экономического союза; а также принятием международных экономических и политических санкций в отношении России, что вынуждает проводить корректировку внешнеэкономической стратегии развития международных экономических отношений в сторону Евразийского континента и Евразийского экономического союза. Для России, как и ряда других стран данного региона, существует высокая степень заинтересованности в создании устойчивых условий развития международных форм экономического сотрудничества, которые стимулируют экономический рост и товарооборот. Определены и решены следующие задачи научной работы: рассмотрена характеристика концепции Стратегии Евразийской экономической интеграции и цели ее реализации; проанализирована практическая роль внешних торговых и экономических отношений России с другими странами в рамках реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции. В заключение статьи автором сделан вывод о том, что Россия создает фундамент реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции через формирование устойчивых международных экономических отношений и торговых связей с другими странами Евразийского региона, благодаря чему формируются стимулы экономического роста, увеличения масштабов внешней торговли и реализации крупных инфраструктурных проектов.

Ключевые слова: Евразийская экономическая интеграция; Евразийский экономический союз; Россия; международные экономические отношения; международная интеграция; интеграционные процессы; Стратегия Евразийской экономической интеграции

Для цитирования: Николаев А. В. Роль России в стратегии Евразийской экономической интеграции. *Научные записки молодых исследователей*. 2023;11(5):5–13.

The Role of Russia in the Eurasian Economic Integration Strategy

ABSTRACT

The paper presents the study's results on Russia's role in international economic relations and its implementation of the Eurasian Economic Integration Strategy. Geopolitical instability in international society leads to challenges in organizing foreign economic activity in Eurasia. The study is relevant due to the ongoing implementation of the Eurasian Economic Integration Strategy by 2025. For Russia, like several other countries in the region, there is an acute interest in creating sustainable conditions for the growth of international forms in economic cooperation that stimulates economic development and trade turnover. The research examined the Strategy for Eurasian Economic Integration and its implementation goals in the scientific work. According to the author, Russia is setting the stage for the Eurasian Economic Integration Strategy by fostering stable economic relations and trade connections with other Eurasian countries, stimulating economic growth, enhancing foreign trade, and executing large-scale infrastructure projects.

Keywords: Eurasian economic integration; Eurasian Economic Union; Russia; international economic relations; international integration; integration processes; Strategy for Eurasian Economic Integration

For citation: Nikolaev A. V. The role of Russia in the Eurasian economic integration strategy. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):5–13.

Введение

Период 2022 г. для экономики Российской Федерации наиболее необычный и нестабильный, что обусловлено принятием кардинальных санкционных ограничений, препятствующих развитию субъектов предпринимательства и реализации ранее организованных внешнеэкономических и внешнеэкономических связей.

Дополнительная проблематика влияния санкций 2022 г. на внешнеэкономические связи российских компаний обусловлена и тем, что реализация регуляторной и стимулирующей функции Всемирной торговой организации ставится под вопросы, поскольку современная мировая экономика характеризуется наблюдением процессов деглобализации, в особенности из-за принятых экономических и торговых санкций в отношении Российской Федерации.

По моему мнению, они имеют негативное влияние, в первую очередь на развитие международных экономических отношений, участниками которых выступают субъекты бизнеса. Соответственно, компании, которые имеют форму транснациональных организаций или принимают участие в экспорте/импорте товаров и услуг,

сталкиваются со сложностями развития своего бизнеса, поскольку деглобализация приводит к разрыву прежних внешнеэкономических и внешнеэкономических связей, а многие глобальные цепи поставок становятся неактуальными.

Для России встает вопрос развития своих внешнеэкономических и внешнеэкономических связей со странами, которые сохраняют актуальные отношения, теплые дипломатические связи и конструктив между властями. К таким государствам относятся страны Евразийского экономического союза, с которыми у России много общего, начиная с общей границы и истории, заканчивая участием в реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции.

Актуальность научного исследования на выбранную проблематику обусловлена влиянием сразу нескольких факторов:

- во-первых, продолжением реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции на период до 2025 года, которая была разработана в целях развития Евразийского экономического союза;
- во-вторых, принятием международных экономических и политических санкций в отношении

России, что вынуждает проводить корректировку внешнеэкономической стратегии развития международных экономических отношений в сторону Евразийского континента и Евразийского экономического союза.

Соответственно, целью научной статьи выступает проведение исследовательского анализа практической роли и места России в системе международных экономических отношений при реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции.

Для достижения поставленной цели были определены и решены следующие задачи:

- Рассмотрена характеристика концепции Стратегии Евразийской экономической интеграции и цели ее реализации.
- Проанализирована практическая роль внешних торговых и экономических отношений России с другими странами в рамках реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции.

Концепция Стратегии Евразийской экономической интеграции

Полномасштабная реализация Стратегии Евразийской экономической интеграции с участием в ней России предполагает выстраивание новых форм совместной работы органов Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), в том числе Евразийской экономической комиссии (далее – ЕЭК), с национальными правительствами государств – членов ЕАЭС, развертывание системы стратегического планирования, развитие новых сфер интеграции, повышение эффективности технического и таможенно-тарифного регулирования и т.д. [1, 2].

Стратегия Евразийской экономической интеграции направлена на решение задач по следующим основным направлениям¹:

1. Экономическое развитие (через принятие гибких механизмов стимулирования экономической деятельности субъектов).
2. Научно-техническое сотрудничество (через объединение знаний и принятие совместных усилий).
3. Цифровое пространство (через создание цифровых платформ, экосистем и инфраструктурной поддержки цифровизации).

4. Техническое регулирование (через организацию механизма защиты качества и безопасности перемещающих товаров через границы стран).

5. Совместные кооперационные проекты (через организацию и реализацию инвестиционных проектов высокотехнологического производства гражданской продукции).

6. Формирование ЕАЭС (через повышение роли международной организации в системе международных экономических и политических отношений).

7. Таможенное регулирование (через совершенствование механизма таможенного контроля и снижение тарифного барьера при внешней торговле).

Реализация Стратегии Евразийской экономической интеграции для государств – членов ЕАЭС должна иметь положительные экономические эффекты, среди которых: рост промышленного производства на 8%, рост производительности труда на 3%, рост внутренних инвестиций на 18%, рост иностранных инвестиций на 5%, ежегодный прирост ВВП на 4,5%. Главное, что к 2030 г. государства – члены ЕАЭС должны увеличить свое значение в структуре мировой экономики по таким показателям, как увеличение доли торговли с 2,4 до 3,3% и увеличение доли ВВП с 3,7 до 4%².

Целевым сценарием развития в Основных направлениях экономического развития ЕАЭС до 2030 года государствами-членами уже определены: дополнительный рост экономики ЕАЭС к 2030 г. на 210 млрд долл. и эффект от участия в ЕАЭС государств-членов – до 13% дополнительного прироста ВВП. Потенциал привлечения инвестиций из третьих стран за счет масштабов рынка и привлекательности интеграционных проектов может составить 90 млрд долл., роста объемов нефтегазового экспорта ЕАЭС – 72 млрд долл. (прирост 12%). За счет создания условий для роста деловой активности объем взаимной торговли по обрабатывающей промышленности (без нефтепродуктов) может вырасти на 80% [3].

Говоря о перспективах дальнейшего развития ЕАЭС в современных условиях, следует

¹ Стратегия-2025. Презентация. ЕЭК. URL: https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/d3b/prezentatsiya_t6.pdf (дата обращения: 09.04.2023).

² Стратегия-2025: что это и зачем? ЕЭК. URL: https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/386/3329_EEK_Infografika-2020_12_21.pdf (дата обращения: 09.04.2023).

выделить факторы, непосредственно влияющие на процессы интеграции на постсоветском пространстве, такие как: внешнеполитический, экономический и социальный. Например, особую роль имеют экономические факторы, к которым относятся [4]:

- разработка и реализация совместных проектов, повышающих межстрановое взаимодействие при развитии рыночной и транспортной инфраструктуры;
- разный уровень экономического потенциала роста между странами – членами ЕАЭС;
- наличие между странами противоречий при организации единой зоны торговли с другими странами, не входящих в Евразийский экономический союз.

Однако важно не исключать степень высокого влияния политических факторов на перспективы реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции [5]:

- интерес стран к дальнейшей интеграции во всем Евразийском регионе;
- расширение политического, экономического и торгового влияния ЕАЭС на международные отношения;
- конкуренция со стороны других государств и международных организаций и партнерств.

Роль внешнеторговых и внешнеэкономических отношений России с другими странами в рамках реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции

Чтобы провести анализ роли внешнеэкономических связей России при реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции, стоит сперва обратиться к официальным данным по динамике экспорта и импорта товаров и услуг за период последних лет (рис. 1)³.

Таким образом, в периоде с 2021 по 2022 г. экспорт российских товаров на зарубежные рынки, несмотря на принятые торговые санкции, продемонстрировал рекордный рост до 591,5 млрд долл. При этом в 2021 г. был зафиксирован предыдущий рекордный год со вторым лучшим

историческим результатом экспорта продукции российских компаний.

Главной причиной рекордного роста экспорта из России является стремительное подорожание стоимости традиционных углеводородов. Именно минеральное сырье, включая нефть и природный газ, является ключевой статьёй экспорта страны на зарубежные рынки. Однако, по данным экспертов, в 2023 г. ситуация может кардинально измениться, что обусловлено:

- во-первых, снижением нефтяных котировок и введением эмбарго и ценового потолка на российскую нефть марки Urals;
- во-вторых, рекордным сокращением объема экспорта природного газа на европейский рынок.

Особый интерес стратегии Евразийской экономической интеграции проявляется к процессу создания зоны свободной торговли ЕАЭС с Вьетнамом. Сама идея зародилась еще до формального создания ЕАЭС, во время визита министра промышленности и торговли Вьетнама в Москву в 2009 г. [6].

В 2022–2023 гг. актуальность торгово-экономического сотрудничества между Вьетнамом и ЕАЭС обусловлена тем, что, несмотря на активное применение странами мероприятий и подходов к таможенно-тарифному регулированию, которые реализовывают их политику торгового протекционизма, Вьетнам – это одна из стран, которая демонстрирует обратную открытость к совместному развитию международных форм бизнеса [7].

Евразийский экономический союз – один из приоритетных торгово-экономических партнеров для экономического развития Вьетнама. При этом как Россия стала первой из стран, с которой Вьетнам установил внешнеполитические отношения стратегического партнерства, так и Вьетнам для России первый торговый партнер в Юго-Восточной Азии. В 2012 г. уровень взаимоотношений государств повышен до всеобъемлющего стратегического партнерства [8].

После установленных специальных условий ведения торгово-экономического сотрудничества между ЕАЭС и Вьетнамом объемы внешней торговли начали увеличиваться с 4,3 млрд долл. США в 2016 г. до 6,7 млрд долл. США в 2018 г. Однако с общего товарооборота стран ЕАЭС доля Вьетнама составляет лишь 0,89%. Это 23-е место

³ О внешней торговле России. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/26_23-02-2022.html (дата обращения: 24.04.2023).

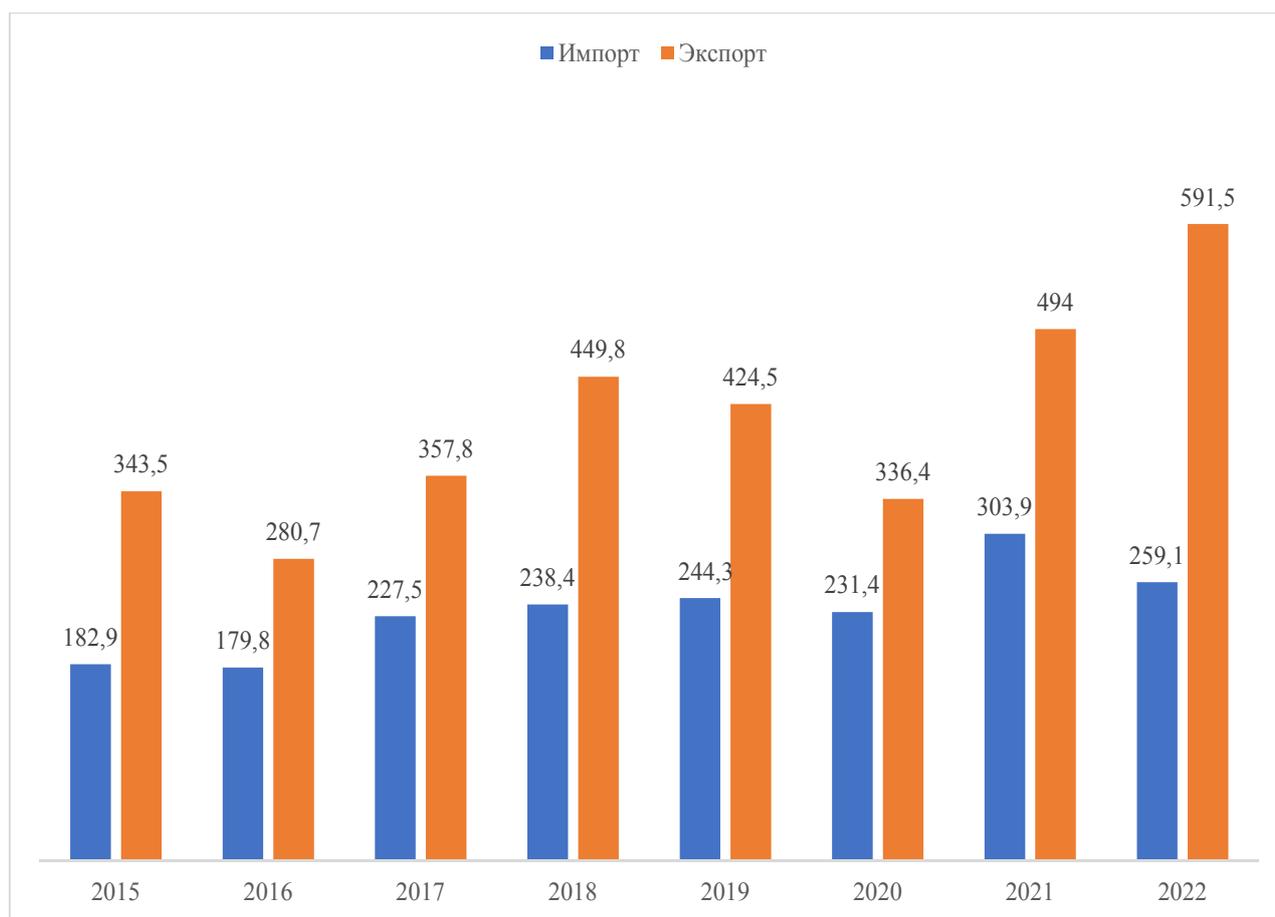


Рис. 1. Динамика экспорта и импорта продукции в экономике России за период 2015–2022 гг., в млрд долл. США

Источник: составлено на основе данных о внешней торговле России. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/26_23-02-2022.html

в списке всех торговых партнеров Евразийского экономического союза, что свидетельствует о неполной реализации потенциала их торгово-экономического сотрудничества [9].

В дальнейшем внешнеторговые отношения между ЕАЭС и Вьетнамом укрепились еще больше и объем товарооборота увеличился (рис. 2) [10].

Таким образом, в 2021 г. товарооборот внешней торговли между ЕАЭС и Вьетнамом составил 7,682 млрд долл. США. Основную долю внешней торговли (более 95%) занимает именно Россия. СРВ и Россия продолжают развивать сотрудничество, традиционно дружественное по своему характеру, основанное на многолетнем опыте тесного сотрудничества в широком спектре областей [11].

Евразийский экономический союз — один из приоритетных торгово-экономических партнеров для экономического развития Вьетнама. Дальнейшее развитие их торгово-экономических отно-

шений будет зависеть от реализации следующих приоритетных задач [12]:

- применение существующих технических регламентов ЕАЭС;
- создание электронной системы проверки и сертификации происхождения экспортируемых и импортируемых товаров;
- совместное строительство объектов инфраструктуры международной транспортной логистики;
- совместное создание промышленных и финансовых компаний.

Китайский взгляд на евразийскую интеграцию в качестве российской внешнеполитической стратегии шире из-за усилий по установлению многополярности и заметно отличается от западной точки зрения. Для Китая роль России в Стратегии Евразийской экономической интеграции заключается в создании надежных и устойчивых внешнеторговых отношений,

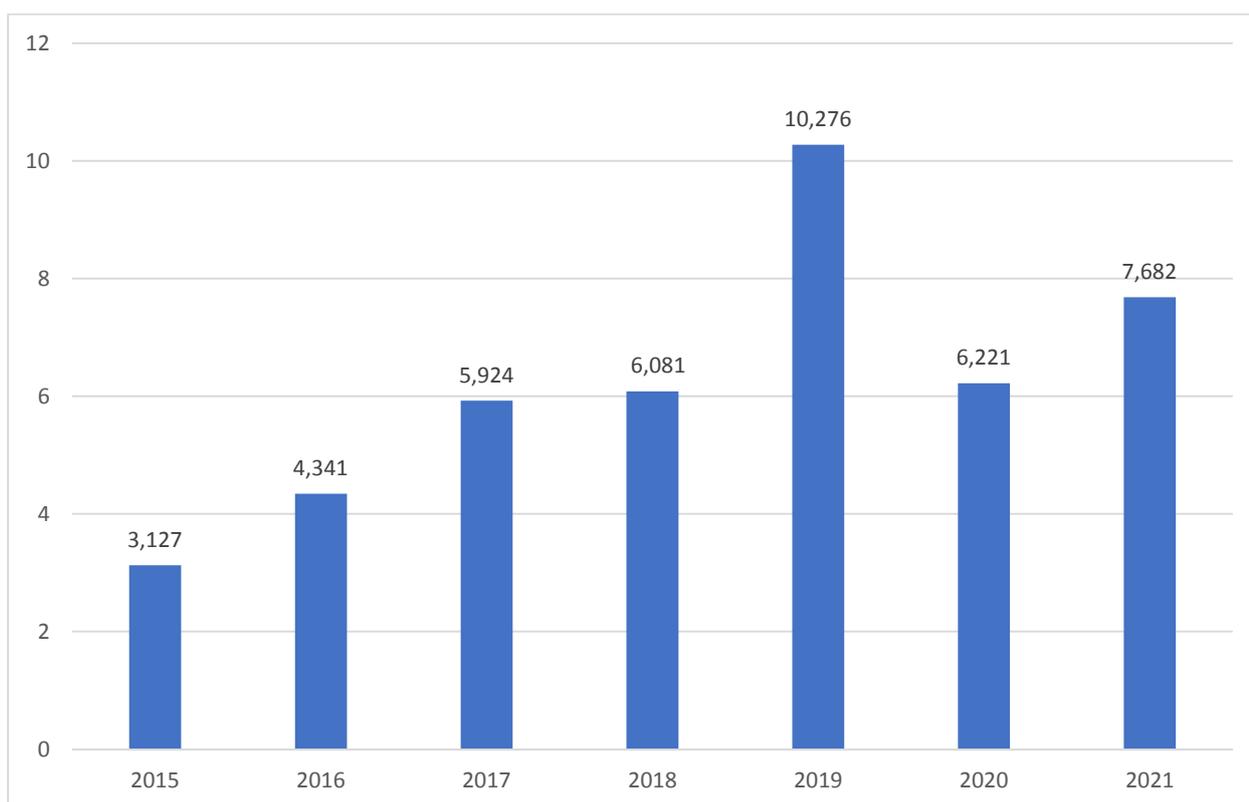


Рис. 2. Динамика внешнеторгового оборота ЕАЭС и Вьетнама в периоде 2015–2021 гг., в млрд долл. США

Источник: составлено автором на основе данных Клочкова О.В., Агаркова Н.В. Развитие сотрудничества Вьетнама со странами ЕАЭС на основе зоны свободной торговли. Устойчивое развитие национальных экономик, регионов, территориально-производственных комплексов, предприятий в условиях глобализации. 2022:32 – 38.

способствующих удовлетворению взаимных интересов стран в рамках Евразийского экономического союза [13].

На графике *рис. 3* изображены основные данные по внешней торговле между Китаем и Россией⁴.

Развитие международных торговых отношений между странами начиналось еще с давнего периода. Этому предшествует географическое расположение стран, важность транспортных маршрутов в организации глобальных цепей поставок товаров в другие страны, а также совместная реализация крупных инфраструктурных проектов. Однако в периоде последних лет данные международные отношения достигли нового этапа своего развития, что обусловлено современными реалиями, связанными с принятием экономических и политических санкций в отношении России [14].

⁴ Обзоры внешней торговли России с Китаем. URL: <https://russian-trade.com/countries/china/> (дата обращения: 24.04.2023).

Объем товарооборота России и Китая в 2022 г. увеличился на 29,3%, что позволило зафиксировать новый рекорд в объеме 190,3 млрд долл. США. Главным направлением товарооборота между данными странами является экспорт российских товаров, который составляет 114,2 млрд долл., что на 38,1 млрд долл. больше, чем импорт китайских товаров. Таким образом, во внешнеторговом сотрудничестве России и Китая передовые позиции занимает именно российская сторона.

Ключевой областью формирования тенденции роста внешнеторговой деятельности между Россией и Китаем в рамках реализации стратегии Евразийской экономической интеграции является их таможенное взаимодействие и сотрудничество [15]. В основе обеспечения национальных интересов, экономической безопасности государства и финансовой устойчивости ее бюджетной политики находятся отношения, управляемые органами таможенного администрирования. В их задачи входит таможенно-тарифное регулирование, где осуществляется взимание таможенных

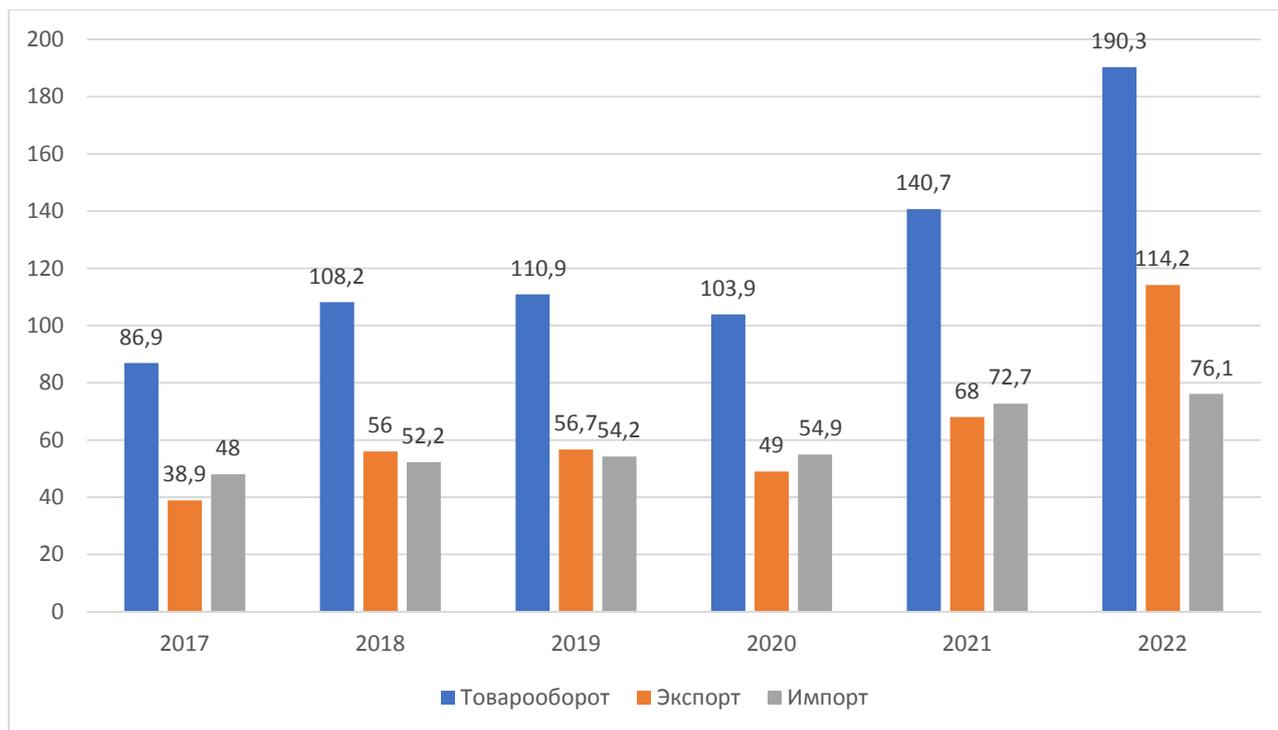


Рис. 3. Товарооборот между Россией и Китаем в 2017–2022 гг., в млрд долл.

Источник: составлено на основе данных Обзоры внешней торговли России с Китаем. URL: <https://russian-trade.com/countries/china/>

платежей при осуществлении внешнеэкономических и внешнеторговых операций [16].

Выводы

Таким образом, Стратегия Евразийской экономической интеграции направлена на реализацию взаимных интересов стран – членов ЕАЭС, которые заинтересованы в создании стимула экономического роста на основе развития внешнеторговых и внешнеэкономических отношений в рамках региона Евразии. При этом можно заключить следующее: что Россия создает фундамент реализации Стратегии Евразийской экономической интеграции через формирование устойчивых международных экономических отношений и торговых связей с другими

странами Евразийского региона, благодаря чему создаются стимулы экономического роста, увеличения масштабов внешней торговли и реализации крупных инфраструктурных проектов.

Россия – это страна с крупнейшей экономикой в ЕАЭС, поэтому неудивительно, что именно ее активность на международных рынках создает устойчивые связи с другими государствами, способствуя достижению целей, указанных в Стратегии Евразийской экономической интеграции. Примеры внешнеэкономических отношений России с Вьетнамом и Китаем подтверждают лишь роль увеличения данной связи, которая имеет положительное воздействие на экономическую безопасность всех стран – членов ЕАЭС.

Список источников

1. Данилова Е.В. Стратегия развития интеграции до 2025 года: новое видение перспектив Евразийского экономического союза. *Проблемы современной экономики*. 2021;4(80):12–16.
2. Yongquan L. The Greater Eurasian Partnership and the Belt and Road Initiative: Can the Two be Linked? *Journal of Eurasian Studies*. 2018;9(2):94–99.
3. Глазьев С.Ю. Проблемы развития Евразийской экономической интеграции: как их разрешить? *Евразийская интеграция: экономика, право, политика*. 2022;3(41):11–23.
4. Белашенко Д.А., Толкачев В.В., Шоджонов И.Ф. Евразийский экономический союз: перспективы и проблемы интеграции на постсоветском пространстве. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения*. 2020;20(3):543–559.

5. Ferguson R.J. China's Eurasian Dilemmas: Roads and Risks for a Sustainable Global Power. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2018.
6. Базавлук С.В., Курyleв К.П., Савин Л.В. Евразийство, ЕАЭС и многополярность: оценки зарубежных экспертов. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения.* 2022;22(1):30–42.
7. Урунов А.А., Морозова И.М. Кооперация и субконтракция предприятий как форма углубления процесса интеграции стран в рамках Евразийского экономического союза. *Управление.* 2021;9(1):49–60.
8. Витюк В.В. Тарифно-преференциальный режим свободной торговли между ЕАЭС и социалистической Республикой Вьетнам и его содержание. *Таможенная политика России на Дальнем Востоке.* 2020;1(90):49–67.
9. Чан Т.Ф.Х. Развитие внешнеторговых отношений между Вьетнамом и ЕАЭС (таможенный аспект). XXXV Международные пехановские чтения. 2022:358–363.
10. Клочкова О.В., Агаркова Н.В. Развитие сотрудничества Вьетнама со странами ЕАЭС на основе зоны свободной торговли. Устойчивое развитие национальных экономик, регионов, территориально-производственных комплексов, предприятий в условиях глобализации. 2022:32–38.
11. Динь М.Т. Вьетнамо-российские торговые отношения после подписания ССТ между Вьетнамом и ЕАЭС: преимущества и трудности. Российско-вьетнамские отношения сегодня: сферы совпадения интересов. 2020:132–142.
12. Laruelle M. Accusing Russia of Fascism. *Russia in Global Affairs.* 2020;(4):100–123.
13. Абрамова М.А., Гончарова Г.С., Костюк В.Г. Отношение российской власти к евразийству: эволюция подходов, итоги и перспективы. *Евразийский Союз: вопросы международных отношений.* 2022;11(3):231–240.
14. Libman A., Obydenkova A. Global Governance and Eurasian International Organisations: Lessons Learned and Future Agenda. *Post-Communist Economies.* 2020;33(2–3):359–377.
15. Pirker B., Entin K. The Free Movement of Persons in the Eurasian Economic Union – between Civis Eurasiaticus and Homo Oeconomicus. European Citizenship under Stress. Social Justice, Brexit and Other Challenges. Cambien N., Kochenov D., Muir E., eds. Leiden: Brill; 2020:508–532.
16. Tsvyk A.V. 'Greater Europe or 'Greater Eurasia'? In Search of New Ideas for the Eurasian Integration. *RUDN Journal of Sociology.* 2018;18(2):262–270.

References

1. Danilova E.V. Integration development strategy until 2025: a new vision of the prospects of the Eurasian Economic Union. *Problemy sovremennoj ekonomiki = Problems of modern economics.* 2021;4(80):12–16. (In Russ.).
2. Yongquan L. The Greater Eurasian Partnership and the Belt and Road Initiative: Can the Two be Linked? *Journal of Eurasian Studies.* 2018;9(2):94–99.
3. Glazyev S. Yu. Problems of development of Eurasian economic integration: How to solve them? *Evrazijskaya integraciya: ekonomika, pravo, politika = Eurasian integration: Economics, law, politics.* 2022;3(41):11–23. (In Russ.).
4. Belashchenko D.A., Tolkachev V.V., Shodzhonov I.F. Eurasian Economic Union: Prospects and problems of integration in the post-Soviet space. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Mezhdunarodnye otnosheniya = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: International relations.* 2020;20(3):543–559. (In Russ.).
5. Ferguson R.J. China's Eurasian Dilemmas: Roads and Risks for a Sustainable Global Power. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2018.
6. Bazavluk S.V., Kurylev K.P., Savin L.V. Eurasianism, the EAEU and multipolarity: Assessments of foreign experts. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Mezhdunarodnye otnosheniya = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: International relations.* 2022; 22(1):30–42. (In Russ.).
7. Urunov A.A., Morozova I.M. Cooperation and subcontracting of enterprises as a form of deepening the process of integration of countries within the framework of the Eurasian Economic Union. *Upravlenie = Management.* 2021;9(1):49–60. (In Russ.).

8. Vityuk V.V. Tariff-preferential free trade regime between the EAEU and the socialist Republic of Vietnam and its content. *Tamozhennaya politika Rossii na Dal'nem Vostoke = Customs policy of Russia in the Far East*. 2020;1(90):49–67. (In Russ.).
9. Chan T.F.H. Development of foreign trade relations between Vietnam and the EAEU (customs aspect). XXXV International Plekhanov Readings. 2022:358–363. (In Russ.).
10. Klochkova O.V., Agarkova N.V. Development of cooperation between Vietnam and the EAEU countries on the basis of a free trade zone. Sustainable development of national economies, regions, territorial production complexes, enterprises in the context of globalization. 2022:32–38. (In Russ.).
11. Dinh M.T. Vietnamese-Russian trade relations after the signing of the FTA between Vietnam and the EAEU: Advantages and difficulties. Russian-Vietnamese relations today: Areas of convergence of interests. 2020:132–142. (In Russ.).
12. Laruelle M. Accusing Russia of Fascism. *Russia in Global Affairs*. 2020;(4):100–123.
13. Abramova M.A., Goncharova G.S., Kostyuk V.G. The attitude of the Russian authorities towards Eurasianism: the evolution of approaches, results and prospects. *Evrazijskij Soyuz: voprosy mezhdunarodnyh otnoshenij = Eurasian Union: Issues of international relations*. 2022;11(3):231–240. (In Russ.).
14. Libman A., Obydenkova A. Global Governance and Eurasian International Organizations: Lessons Learned and Future Agenda. *Post-Communist Economies*. 2020;33(2–3):359–377.
15. Pirker B., Entin K. The Free Movement of Persons in the Eurasian Economic Union: From Civis Eurasiaticus and Homo Oeconomicus. European Citizenship under Stress. Social Justice, Brexit and Other Challenges. Cambien N., Kochenov D., Muir E., eds. Leiden: Brill Nijhoff. 2020:508–531. DOI: 10.1163/9789004433076
16. Tsvyk A.V. 'Greater Europe or 'Greater Eurasia'? In Search of New Ideas for the Eurasian Integration. *RUDN Journal of Sociology*. 2018;18(2):262–270.

УДК 338.23(045)
© Кузьмина А. С., 2023

Анализ экономического потенциала приоритетных отраслей Республики Крым



Александра Сергеевна Кузьмина, студентка факультета «Высшая школа управления», Финансовый университет, Москва, Россия
Aleksandra S. Kuzmina, student, Faculty of Higher school of management, Financial University, Moscow, Russia
askyzminawork@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье дана оценка экономического потенциала приоритетных отраслей Республики Крым, выявленных в ходе проведения анализа экономико-географического положения региона и макроэкономического анализа. Определен потенциал минерально-сырьевой базы, выступающей в качестве каркаса развития приоритетных отраслей. Проанализированы динамические показатели темпов роста промышленности, АПК, строительства и курортно-туристического комплекса. Рассмотрены сильные и слабые стороны отраслей экономики, выявлены потенциальные драйверы роста экономики Республики Крым. В качестве информационных источников анализа были использованы статистические данные ФСГС Республики Крым. Рассматриваемый период (с 2018 по 2022 г.) обусловлен завершением проведения диагностических работ, направленных на определение состояния объектов социальной, транспортной, инженерной и бизнес-инфраструктуры, что, в свою очередь, позволило провести корректный анализ социально-экономического развития региона.

Ключевые слова: Республика Крым; анализ; ВВП; экономическое развитие; минерально-сырьевая база; промышленный комплекс; динамика развития; хозяйство

Для цитирования: Кузьмина А. С. Анализ экономического потенциала приоритетных отраслей Республики Крым. *Научные записки молодых исследователей.* 2023;11(5):14–26.

Economic Potential Analysis of Priority Industries in the Republic of Crimea

ABSTRACT

The paper examines the economic potential of Crimea's priority sectors, determined through analysis of the region's economic-geographical position and macroeconomic factors. The potential of the mineral

Научный руководитель: Жуковский А.Д., кандидат экономических наук, ассистент департамента стратегического и инновационного развития, младший научный сотрудник института региональной экономики и межбюджетных отношений, Финансовый университет, Москва, Россия / Scientific supervisor: Zhukovsky A.D., Cand. Sci. (Econ.), Assistant of the Department of Strategic and Innovative Development, Junior Researcher at the Institute of Regional Economics and Interbudgetary Relations, Financial University, Moscow, Russia.

resource base, which acts as a framework for the development of priority industries, has been determined. The author analyzed industry, agro-industrial complex, construction, and tourism growth rates. The study considered strengths and weaknesses of economic sectors as well as identified potential drivers of economic growth of the Republic of Crimea. Also, the author used statistical data from the FSGS of the Republic of Crimea as information sources for the analysis. The period of 2018–2022 is the completion of diagnostic work aimed at determining the condition of social, transport, engineering, and business infrastructure. This made it possible to conduct a correct analysis of the socio-economic development of the region.

Keywords: Republic of Crimea; analysis; GDP; economic development; mineral resource base; industrial complex; development dynamics; economy

For citation: Kuzmina A. S. Economic potential analysis of priority industries in the Republic of Crimea. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):14–26.

Введение

Республика Крым (далее – РК, Крым), являясь новой административно-территориальной единицей, вошедшей в состав Российской Федерации в 2014 г., представляет особый экономический и геополитический интерес в контексте развития государства, обеспечения его безопасности, а также формирования точек роста.

Государственное регулирование социально-экономического развития республики во многом основывается на специфике территории и ее роли. Природно-географический фактор в сочетании с особенностями политико-административной системой, демографической структурой и историческими факторами развития полуострова оказывают значительное влияние на развитие отраслей экономики Крыма. В условиях острой геополитической обстановки на международной арене, оказанного санкционного давления на территорию РК, а также новых реалий экономики, характеризующихся энергозависимостью, ограниченным доступом к мировому рынку, различными барьерами в сотрудничестве с «материком», особое значение приобретает проведение макроэкономического анализа территории в целях оценки эффективности инструментов развития региона и принятых решений по аккумулированию производственного, интеллектуального и инновационного потенциала территории [1].

Таким образом, целью данной статьи выступает проведение анализа экономического потенциала приоритетных отраслей Республики Крым с последующим выявлением точек роста развития территории.

Анализ экономико-географического положения Республики Крым

Экономический потенциал территории во многом обусловлен сложившимися естественными природно-географическими предпосылками. Благоприятный климат полуострова, природно-ресурсное обеспечение республики и разнообразие форм рельефа играют особую роль в развитии индустриализации территории и ее ключевых отраслей экономики. Так, территориальное распределение отраслей экономики по крымскому полуострову тесно связано с тремя факторами: географический аспект, ресурсная база и уровень развития инфраструктуры¹ (рис. 1).

Легкая и пищевая промышленность, как и сельское хозяйство (включая ведущую отрасль – виноградарство), равномерно распределены по всей территории Республики Крым. Распределение исторически сложившихся традиционных отраслей полуострова в первую очередь связано с благоприятными климатическими условиями, выступающими основой формирования сырьевой базы отраслей. Животноводство (КРС) и мясо-молочное производство преимущественно сконцентрированы на западной, северной и восточной части полуострова, что обусловлено равнинным рельефом и степной зоной, для которой характерны южные черноземные почвы, выступающие кормовой базой для крупного рогатого скота и развития зернового хозяйства. Химическая промышленность преобладает в северо-западной

¹ Минэкономразвития Республики Крым. Крым: справочник инвестора. Министерство экономического развития Республики Крым. URL: https://minec.gov-murman.ru/documents/arkhiv/sprav_krrk.pdf

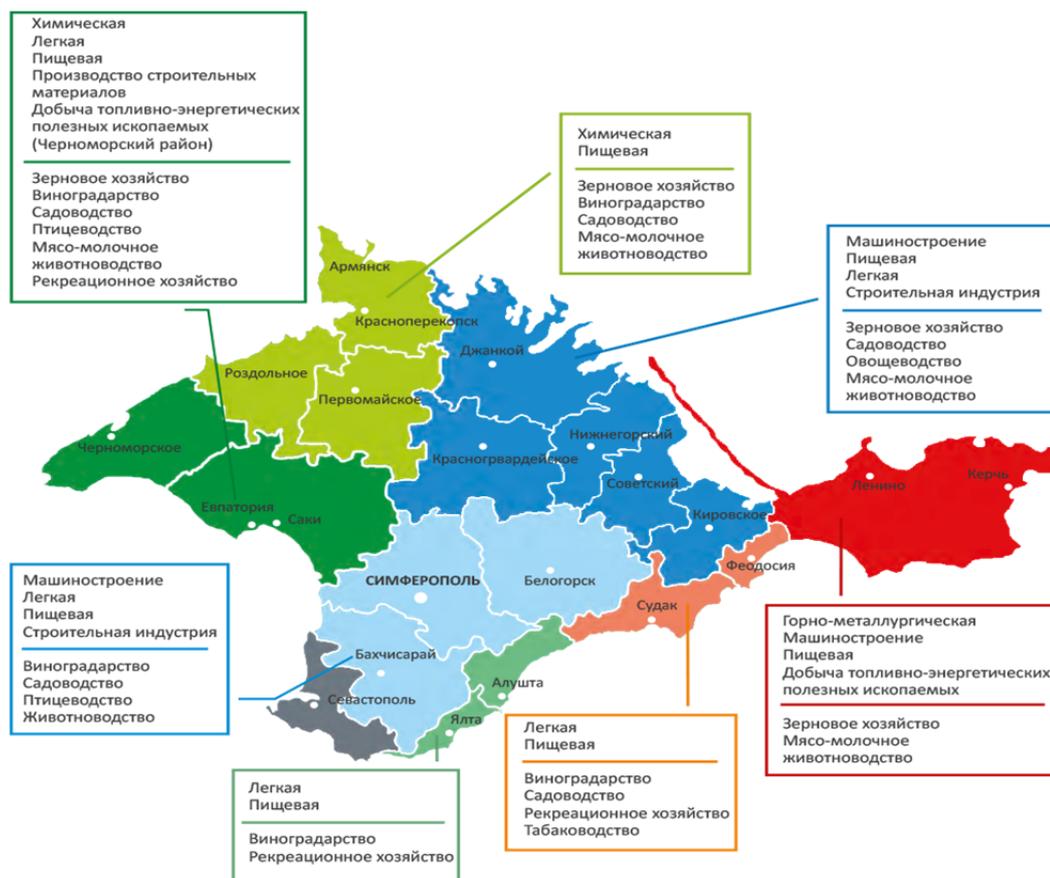


Рис. 1. Территориальное распределение отраслей экономики Республики Крым

Источник: URL: <https://minek.rk.gov.ru/ru/document/show/1062>

части полуострова и в восточной, что связано с наличием сырья, источником которого являются система горько-соленых озер Сасык и Перекопский перешеек. Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых осуществляется в Черноморском районе и на востоке полуострова со стороны Азовского моря. Предприятия, осуществляющие деятельность в сфере машиностроения, сконцентрированы на восточном побережье, а также в Симферопольском и Белгородском районах. В первую очередь локация производств связана с развитой инфраструктурой, а именно – наличием транспортных узлов, благодаря которым осуществляется снабжение и связь с материком².

По богатству природных ресурсов, Республика Крым занимает одно из ведущих мест в России – на полуострове выявлено 123 месторождения, предоставляющих 12 видов полезных ископае-

мых³. В структуре минерально-сырьевого потенциала (рис. 2) наибольшая доля приходится на месторождения сырья для производства строительных материалов – 61,7%, что и обуславливает стремительное развитие промышленности стройматериалов. Высокий уровень концентрации природных ресурсов приходится на территории Сакского и Ленинского районов – по 49 месторождений в каждом муниципалитете. Благодаря высокой насыщенности полезными ископаемыми, в указанных муниципалитетах сформированы предпосылки к развитию машиностроения, строительной индустрии, сельскому хозяйству.

Таким образом, Республика Крым обладает значительным диверсифицированным потенциалом развития территорий полуострова ввиду богатства природных ресурсов и уникальных климатических условий, выступающих в качестве

² Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. Правительство Республики Крым. URL: https://rk.gov.ru/file/strategiya_sotsialjno_ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_krim_do_2030.pdf

³ ФСГС Республики Крым. 2023. Республика Крым в цифрах 2022. Федеральная служба государственной статистики Республики Крым (Крымстат). URL: <https://82.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Крым%20в%20цифрах%20САЙТ.pdf>



Рис. 2. Структура месторождений минерально-сырьевого потенциала Республики Крым

Источник: составлено автором исследования в ходе проведения анализа экономико-географического положения Республики Крым на основе статистических данных Крымстат.

каркаса развития отраслей экономики, как исторически сложившихся (виноградарство, рекреационный комплекс и т.д.), так и новых — зеленая энергетика, химическая промышленность и пр. В перспективе диверсифицированный подход может способствовать постепенному снижению тотальной зависимости экономики полуострова от производственной мощи материка. При этом важно отметить, что успешная диверсификация требует комплексного подхода. Здесь учитывается не только наличие минерально-сырьевой базы, но и инвестиции в развитие инфраструктуры, развитие человеческого капитала, аккумулярование малого и среднего предпринимательства [2].

Макроэкономический анализ Республики Крым

Текущее состояние экономики региона обусловлено рядом статистических показателей, среди которых ключевым является валовой региональный продукт (далее — ВРП). Согласно рейтингу социально-экономического развития по ВРП с 2014 г. Республика Крым поднялась с 72-го места и заняла 40-е место среди субъектов РФ⁴. Развитие региона в первую очередь связано

⁴ Рейтинг социально-экономического развития регионов в 2022 году. Интернет-газета «Реальное время». URL: <https://realnoevremya.ru/attachments/1760>

с дотационной политикой государства, а именно — реализация федеральных и региональных проектов и программ, инвестированных за счет федерального бюджета РФ⁵. Так, в период с 2018 по 2022 г. наблюдается увеличение валового регионального продукта на 40,6% (табл. 1).

В структуре ВРП Республики Крым по видам экономической деятельности на 2022 г. наибольшая доля ВРП приходится на промышленность — 17%. В свою очередь, весомую долю в структуре ВРП имеют: строительство — 8,8%, сельское хозяйство — 7,4%, курортно-туристическая сфера — 4,3%⁶. Расчет динамики роста основных макроэкономических показателей Республики Крым (табл. 2) продемонстрировал положительный общий темп роста по всем показателям.

Анализ динамики основных макроэкономических показателей Республики Крым (табл. 2) продемонстрировал положительный общий темп

⁵ Минэкономразвития РФ. Март 2022 г. Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2025 года» (далее — Программа) утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 11.08.2014 № 790. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/f8161a325048f5f590dadec60f5b5cd1/fcp_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_krym_itogi_2015_2021.pdf

⁶ Минэкономразвития Республики Крым. 2022. Характеристика региона. Инвестиционный портал Республики Крым. URL: <https://invest-in-crimea.ru/crimea-economy>

Таблица 1

Динамика ВРП Республики Крым 2018–2022 гг., млрд руб.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Валовой региональный продукт (в текущих основных ценах), млрд руб.	437,4	475,5	517,1	586,5	615
Динамика в % к предыдущему году	104,8	103,1	100,8	104,4	104,9
Темп прироста ВРП с 2018 по 2022 г.	40,6%				

Источник: составлено автором исследования в ходе проведения макроэкономического анализа на основе статистических данных Крымстат.

Таблица 2

Динамика основных макроэкономических показателей Республики Крым в период с 2018 по 2022 г.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Динамика индекса промышленного производства, %	107,9	112,6	102,6	108,4	96,5
Общий темп роста за весь период с 2018 по 2022 г.	130,4%				
Динамика индекса сельхозпроизводства, %	88	119,3	85	119,3	118
Общий темп роста за весь период с 2018 по 2022 г.	125,6%				
Динамика индекса выполненных строительных работ, %	250,6	85,9	90	72,6	126,5
Общий темп роста за весь период с 2018 по 2022 г.	177,9%				
Динамика оборота розничной торговли, %	109,5	103	99,8	106,1	96,4
Общий темп роста за весь период с 2018 по 2022 г.	115,1%				
Динамика реальных денежных доходов, %	105,9	98,7	99,5	105,2	96,4
Общий темп роста за весь период с 2018 по 2022 г.	105,5%				

Источник: составлено автором исследования в ходе проведения макроэкономического анализа на основе статистических данных Крымстат.

роста по всем показателям за 5-летний период. Исключением стал период 2019–2020 гг. – отрицательный темп прироста наблюдается в части показателей. Причина тому пандемия COVID-19, охватившая все отрасли экономики.

На основании проведенного национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ в 2022 г. Республика Крым занимает 14-е место среди всех субъектов РФ, поднявшись на 7 мест в топ рейтинга с 2021 г.⁷ Дина-

мика инвестиций на протяжении последних 7 лет с 2015 по 2022 г. демонстрирует темп прироста на 104%. Во многом такой рост объясним созданной на территории Республики Крым и г. Севастополя свободной экономической зоны. Число участников СЭЗ составляет 1309 уч., объем капитальных вложений – 116 млрд руб. Благодаря реализации инвестиционных проектов, создаются порядка 56 960 рабочих мест. Расширяется география инвесторов – в настоящее время на территории Республики Крым зарегистрировано порядка 3340 субъектов хозяйствования, учредителями которых являются иностранные организации и физические лица из 65 стран.

⁷ АСИ. Национальный инвестиционный рейтинг. Агентство стратегических инициатив. URL: https://asi.ru/government_officials/rating/

Говоря о макроэкономических тенденциях, на территории полуострова постепенно создаются новые отрасли 5-го технологического уклада, модернизируются существующие отрасли экономики на основании инновационных технологий, пришедших и постепенно внедряющих на производствах республики [3].

Основываясь на проведенном анализе социально-экономического развития региона, а также экономико-географического потенциала республики, автором исследования были выявлены наиболее перспективные отрасли развития региона:

- индустрия строительства, в силу оснащенности природными и технологическими ресурсами;
- промышленное производство в рамках развития обрабатывающего производства, добывающей промышленности и электроэнергетики;
- сельское хозяйство, в особенности растениеводство (в том числе виноградарство);
- курортно-туристическая сфера и другие.

За 8 лет экономического развития полуострова республика смогла преодолеть кризисное состояние, в котором находилась до 2016 г., постепенно адаптируясь к общероссийскому экономическому пространству. Благодаря государственной поддержке сформировались условия, необходимые для эффективного функционирования экономики [4]. Таким образом, в рамках долгосрочной перспективы и переходу от догоняющей модели к опережающей необходимо выстраивать стратегию, базируясь на трех элементах – инновации, инвесторы и человеческий капитал⁸.

Промышленный комплекс Республики Крым

Промышленный комплекс Республики Крым занимает ведущую позицию. В 2022 г. его вклад в ВРП составил 17%. При этом стоит отметить, что пространственное распределение промышленного потенциала в регионе неравномерно и в значительной степени обусловлено различиями в обеспеченности ресурсами.

Динамика объема отгруженных товаров промышленного производства с 2018 по 2022 г.

увеличилась на 65,2 млрд руб., темп прироста составил 41,1%. В структуре отгруженных товаров свыше 60% приходятся на обрабатывающие производства, которые выступают в качестве основы развития промышленности полуострова.

Центральное место в структуре обрабатывающих производств занимает обработка пищевых продуктов и напитков – 45,7%. Значение удельного веса обосновывается наличием сырьевой базы для развития пищевой промышленности – сельского хозяйства. Кроме того, высокие темпы роста пищевой промышленности дают толчок к развитию рынка продовольственного ритейла. В связи с этим можно наблюдать тенденцию к развитию розничной торговли – появление новых торговых сетей, расширение ассортимента местных производителей и т.д.

Вторая по значимости отрасль обрабатывающей промышленности – обработка химических веществ, доля которой составляет 14,9%. Производство химических веществ и химических продуктов обусловлено наличием сырья, источником которого являются система соленых озер Сасык и Перекопский перешеек. Основываясь на рассмотренных кейсах обрабатывающих компаний химической промышленности, можно сделать вывод о возрождении отрасли лечебных косметических средств крымского происхождения после затяжного десятилетнего периода [5].

В структуре ведущих промышленных отраслей полуострова второе по значимости место, после обрабатывающих производств, приходится на обеспечение электроэнергией – объем отгруженных товаров электроэнергетики составил 65,7 млрд руб., или 31,3%, из которых самостоятельное производство занимает 67,4%. На полуострове наибольшая доля энергии вырабатывается тепловыми электростанциями. Однако последние 5 лет наблюдается тенденция на переход к выработке альтернативной энергии – в 2021 г. 9% энергетики было выработано при помощи возобновляемых источников [6]. Автор исследования допускает, что развитие электроэнергетики посредством ВИЭ может стать одной из приоритетных возможностей развития промышленного сектора полуострова, в особенности на западном побережье полу-

⁸ Минэкономразвития Республики Крым. 2 Март 2023 г. Макроэкономическое обозрение за 2022 год. Министерство экономического развития Республики Крым. URL: <https://minek.rk.gov.ru/document/show/1062>

острова с преимущественно равнинным рельефом⁹.

Добывающая промышленность, по сравнению с обрабатывающей и производством электроэнергии, составляет 5,3% от всей структуры промышленных отраслей региона. Так, добывающая промышленность сосредоточена на добыче:

- 1) сырья для производства строительных материалов;
- 2) железных руд на территории Керченского полуострова;
- 3) каменных солей на территории Евпатории на соляных озерах;
- 4) нефти и природного газа.

Таким образом, рассматривая структуру промышленного комплекса Республики Крым, можно сделать следующие выводы. Ведущие отрасли промышленности полуострова – обрабатывающая, электроэнергетика и добыча полезных ископаемых. В первой наибольшую долю занимает пищевая и химическая промышленность. Электроэнергетика полуострова представлена самостоятельным производством ТЭС, однако в ходе анализа были отмечены тенденции к переходу на производство электроэнергии при помощи возобновляемых источников. Развитие химической промышленности обусловлено в первую очередь наличием минерально-сырьевой базы на западном побережье. В свою очередь, добыча полезных ископаемых концентрируется на добыче сырья для производства строительных материалов.

Агропромышленный комплекс Республики Крым

Благодаря уникальным природно-климатическим условиям на территории полуострова сотни лет развивалось сельское хозяйство, которое на сегодняшний день играет весомую роль в формировании экономики региона.

В 2022 г. доля сельского хозяйства в структуре ВРП составляла 7,4%, из которых на объем производства растениеводства приходится 74%, формируя тем самым основу агропромышленного комплекса республики. Катализатором развития растениеводства на полуострове являются чер-

ноземные почвы, охватывающие более 45% всей территории. Анализ динамики развития растениеводства в период с 2018 по 2022 г. показывает внушительный рост объемов производства на 42,65%.

Амбассадором растениеводства республики являются зерновые и зернобобовые культуры, посевная площадь которых составляет 65,7%. Порядка 30% приходится на технические культуры. Садоводство на полуострове представлено выращиванием семечковых (яблоки, груши) и косточковых (сливы, персики, абрикосы) культур. Климат полуострова благоприятен для возделывания эфиромасличных культур, а также сырья для производства биотоплива.

Республика Крым славится своими техническими сортами винограда, которые стали основой для производства высококачественных вин, коньяков и соков. Урожай винограда в 2022 г. составил внушительные 129,0 тыс. тонн, что сравнимо с 61% ростом по сравнению с урожаем 2018 г. Министерство сельского хозяйства Республики Крым сообщает, что в 2022 г. в регионе действует 30 крупных производителей винодельческой продукции, продукция которых экспортируется в Китай, Казахстан, Республику Беларусь и другие страны.

В отличие от растениеводства, животноводство остается сравнительно менее развитой сферой сельского хозяйства на полуострове. На основании проведенных расчетов 5-летней динамики (2018–2022 гг.) объем производства животноводства сократился на 8,85%.

Сокращение объемов производства животноводческой продукции (яйца, молочные и мясные продукты) становится очевидным трендом для полуострова. Основной причиной негативного тренда выступает снижение численности скота. Отрицательные тенденции объясняются недостаточным финансированием со стороны государства, отсутствием надежной кормовой базы и доступных пастбищ, а также завышенными ценами на комбикорм, премиксы и другие важные добавки, включая ветеринарные препараты. Всплески заболеваемости, высокие издержки производства молока и мяса, низкие закупочные цены и другие факторы также оказывают влияние на этот процесс [7].

Таким образом, благодаря обеспечению территории минерально-сырьевой базой, наличию

⁹ Минэкономразвития Республики Крым. 13 февраль 2019 г. Макроэкономическое обозрение за 2018 год. Министерство экономического развития Республики Крым. URL: <https://minek.rk.gov.ru/document/show/400>

уникальных природных и климатических условий, на полуострове сформировались предпосылки и факторы развития сельского хозяйства. Основной агропромышленного комплекса выступает растениеводство, в частности — выращивание зерновых и зернобобовых культур, технических и кормовых культур, а также садоводство и виноградарство. Для дальнейшего развития отрасли необходим комплексный подход, в особенности — внедрение агрономических инноваций. Поскольку на территории полуострова основу растениеводства составляют зерновые и зернобобовые культуры, потенциальным приоритетным направлением модернизации АПК является внедрение точечного земледелия и технологии цифровых полей, основанных на проведении тщательной оценки природных и климатических условий, а также учете местных особенностей для оптимизации использования земельных ресурсов.

В отличие от растениеводства, животноводство на полуострове стоит перед вызовами. Снижение производства молока, мяса и яиц объясняется различными факторами, включая недостаточное финансирование, ограниченный доступ к кормовым ресурсам и высокие издержки производства. Негативные тенденции также усиливаются всплесками заболеваемости и низкими закупочными ценами.

Для улучшения положения животноводства в Крыму требуется комплексное вмешательство, включая финансовую поддержку, развитие кормовой базы, снижение издержек, содействие ветеринарной заботе и стимулирование инноваций, в частности — цифровых ферм. Важно придать приоритет этой сфере сельского хозяйства, чтобы достичь баланса между растениеводством и животноводством и обеспечить устойчивое развитие агропромышленного комплекса региона [8].

Индустрия строительства в Республике Крым

В период 2018–2022 гг. доля строительства в структуре ВРП возросла в 1,8 раза, что связано с реализацией крупномасштабных проектов, таких как: реконструкция и развитие международного аэропорта «Симферополь», «Крымский мост», «Крымские водозаборы», а также восстановлением инфраструктуры полуострова — социальной, транспортной, производственной, во-

енной и т.д. В 2022 г. в структуре ВРП индустрия строительства занимает 8,8%.

Совокупный объем работ в индустрии строительства с 2018 по 2022 г. составил 1,8 трлн руб. Динамика объемов и темпов роста выполненных строительных работ в период с 2018 по 2022 г. составила общий рост в 471% (рис. 3).

Резкое снижение объемов выполненных строительных работ свидетельствует о завершении строительства мегапроектов в 2017–2018 гг. (например, Крымский мост). Из-за санитарно-эпидемиологических ограничений, введенных по причине распространения вируса SARS-CoV-2 на период 2019–2021 гг., многие предприятия приостановили свою деятельность, что сказалось на динамике роста выполненных строительных работ. В 2022 г. ограничительные меры были полностью отменены на территории полуострова, и предприятия смогли выйти на высокий уровень производства.

Индустрия строительства Республики Крым активно развивается в сфере гражданского строительства. Анализируя структуру ввода в эксплуатацию общей площади жилья (рис. 4), можно сделать вывод о сокращении строительства жилых зданий в городской местности и расстановку приоритетов в сторону возведения сооружений в сельской местности. За период с 2017 по 2021 г. количество построенных квартир в городской местности составило 30 300 шт., в сельской — 12 400 квартир.

Ключевая причина высоких темпов строительства — восстановление инфраструктуры полуострова, направленное на строительство общеобразовательных организаций, медицинских учреждений, физкультурно-оздоровительных комплексов, а также строительство и модернизацию туристической инфраструктуры — домов отдыха, пансионатов и прилегающих к ним территорий. В связи с высокой потребностью восстановления инфраструктуры республики в структуре компаний, зарегистрированных на территории полуострова, наибольшая доля (10,2%) приходится на организации, осуществляющие свою деятельность в сфере строительства [14]. Как показал анализ, ежегодно численность компаний увеличивается на 80–90 организаций.

В Республике Крым ведется строительство 2 индустриальных парков «Бахчисарай» и «Федосия» (типы парков — greenfield). Специализи-

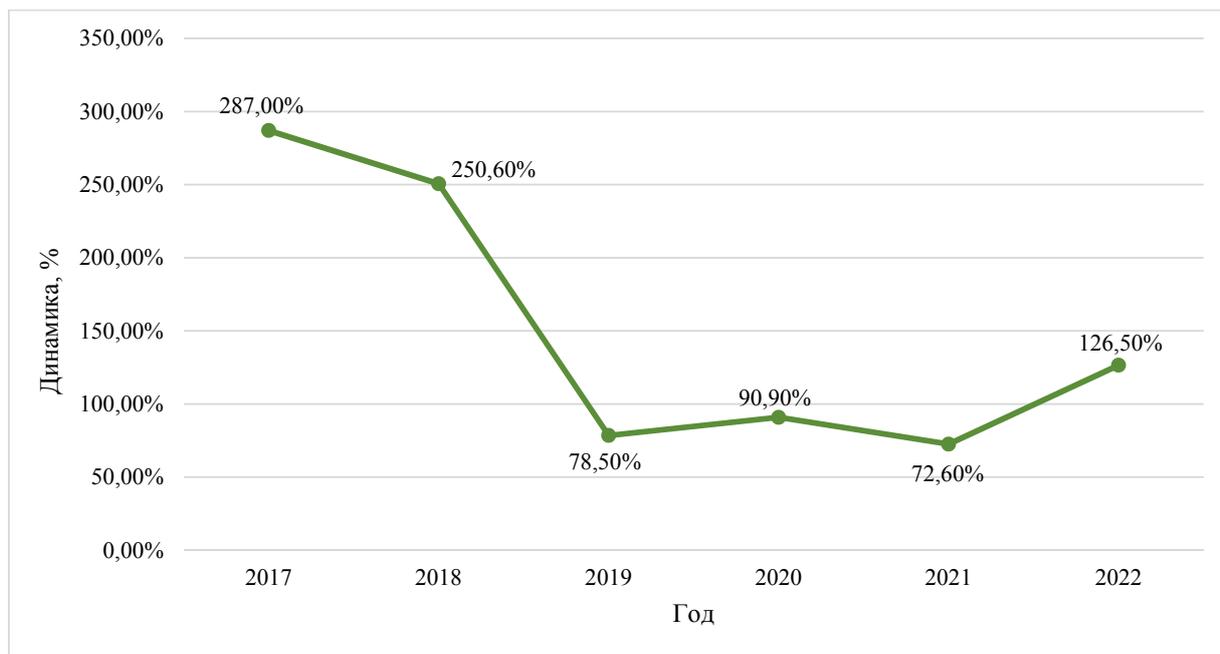


Рис. 3. Динамика объемов и темпов роста выполненных строительных работ, %

Источник: составлено автором исследования в ходе проведения оценки результатов развития индустрии строительства Республики Крым на основе статистических данных Крымстат.

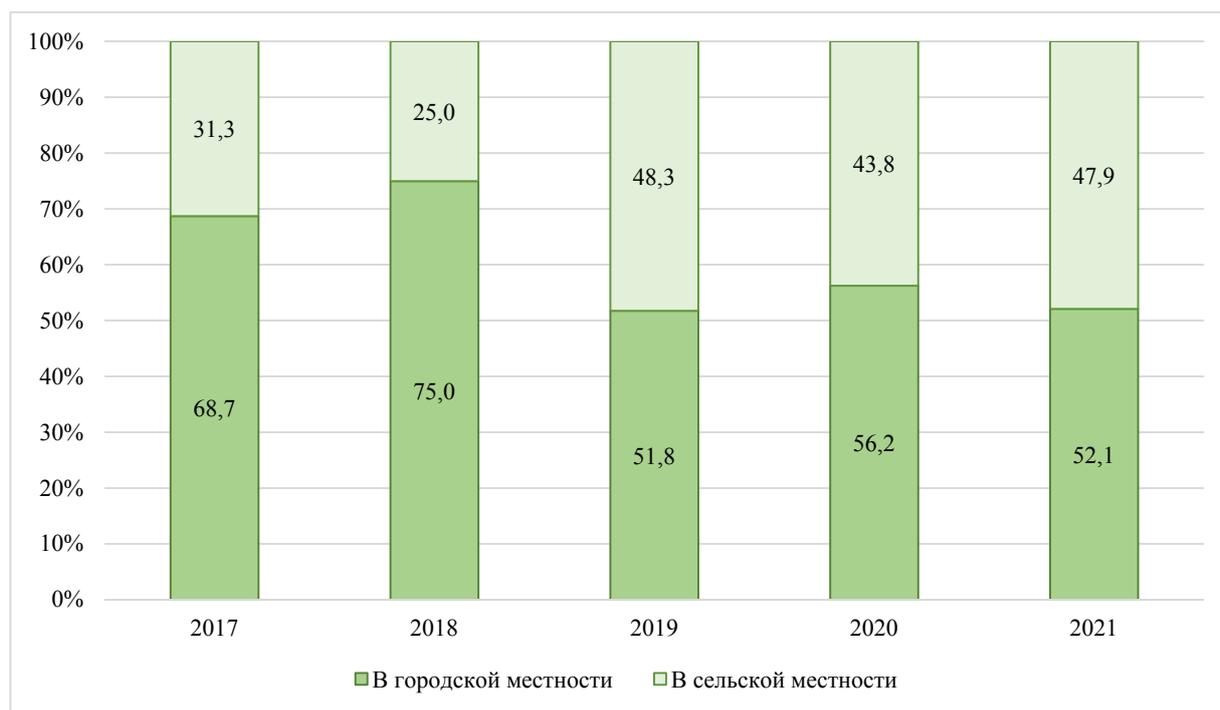


Рис. 4. Структура ввода в эксплуатацию общей площади жилья, %

Источник: составлено автором исследования в ходе проведения оценки результатов развития индустрии строительства Республики Крым на основе статистических данных Крымстат.

зация первого – строительная промышленность и склады, второго – производство и логистика, соответственно. Отметим, при поддержке совета министров Республики Крым создан первый государственный индустриальный парк «Джан-

кой». Целью создания индустриального парка «Джанкой» (тип парка – brownfield, специализация – универсальная) на базе существующего имущественного комплекса является размещение предприятий малого и среднего бизнеса различ-

ных сфер. Подобные решения ведут за собой повышение инвестиционной привлекательности полуострова.

Отдельное внимание заслуживает строительство и модернизация комплекса жилищно-коммунального хозяйства. В период с 2017 по 2021 г. мощность тепловых электростанций увеличилась на 560 тыс. кВт., проведено 843,8 км газовых сетей, построено 1010 км волоконно-оптических линий связи.

В ходе проведения дорожно-транспортных работ на протяжении последних 9 лет на полуострове сформировалась развитая транспортная сеть из автомобильных и железнодорожных путей. Так, благодаря построенной трассе федерального значения «Таврида», расходы на логистику малого и среднего бизнеса значительно сократились, сроки доставки грузов сократились в 2,5 раза. Открытый для проезда в 2018 г. Крымский мост и модернизированная за 4 года сеть железнодорожного транспорта позволяет без препятствий ввозить и вывозить продукцию за территорию полуострова на материк и обратно.

В Крыму функционируют 4 морских порта – Керченский, Евпаторийский, Феодосийский и Ялтинский, которые обеспечены необходимыми объектами инженерной инфраструктуры. Указанные порты дают возможность оказания широкого спектра погрузочно-разгрузочных работ с грузами, следующими в экспортно-импортном и каботажном направлениях.

На основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы. Положительная динамика развития индустрии строительства обусловлена возрождением инфраструктуры полуострова – строительство объектов транспортной и гражданской инфраструктуры, проведение работ по модернизации жилищно-коммунального хозяйства, строительство объектов туристической инфраструктуры и т.д. В среднесрочной перспективе доля строительства в структуре ВРП начнет снижаться ввиду завершения крупных мегапроектов – эту динамику уже можно проследить (рис. 4). Рассматривая долгосрочную перспективу, можно выделить одну из зарождающихся потенциально приоритетных отраслей – производство строительных материалов [9]. Причиной тому служит обеспеченность региона минерально-сырьевой базой.

Курортно-туристическая сфера и рекреационный комплекс Республики Крым

Формирование рекреационного комплекса на территории Республики Крым обусловлено историческими и природно-географическими предпосылками. Умеренно-континентальный климат, историческое наследие, созданная современная транспортная, гостиничная и развлекательная инфраструктура создают благоприятную среду для развития туризма. Согласно проведенному Национальному туристическому рейтингу в 2022 г. Республика Крым вошла в золотую группу рейтинга «Лидеры», заняв 5-е место, уступив Краснодарскому краю, Москве и Московской области, Санкт-Петербургу¹⁰. Больше 50% всех муниципальных образований относятся к категории «курортных регионов» полуострова.

На территории республики в настоящее время расположены: 201 особо охраняемая природная территория, 2186 архитектурно-исторических объектов регионального и свыше 120 архитектурных и археологических памятников федерального наследия¹¹. По данным корпорации развития Республики Крым, совокупное количество всех природных, геологических, археологических, архитектурно-исторических и культурных памятников составляет порядка 11 500 объектов.

Анализируя динамику туристического потока по количеству прибывших на отдых в Республику Крым (рис. 5), можно говорить о нестабильности и скачкообразности. С 2014 по 2019 г. наблюдался устойчивый тренд – рост туристов на 1 млн чел. ежегодно. По мнениям экспертов, прогноз прибывших на отдых туристов в 2020 г. должен был составлять 8 млн чел., однако мировая пандемия внесла свои коррективы. Причина резкого сокращения прибывших на 1,1 млн чел. в 2020 г. – введение санитарно-эпидемиологических ограничений из-за пандемии COVID-19. Туристическая сфера Республики Крым на рубеже

¹⁰ ЦИК «Рейтинг», журнал «Отдых в России». 18 Январь 2023 г. Национальный туристический рейтинг – 2022. Rustur. URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2022>

¹¹ Правительство РФ. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.10.2015 № 2073-р. Перечень объектов культурного наследия федерального значения, расположенных на территориях Республики Крым и г. Севастополя. URL: https://archive-gkokn.rk.gov.ru/file/laquoramyatniki_kuljturnogo_naslediya_respubliki_krimraquo_2.pdf

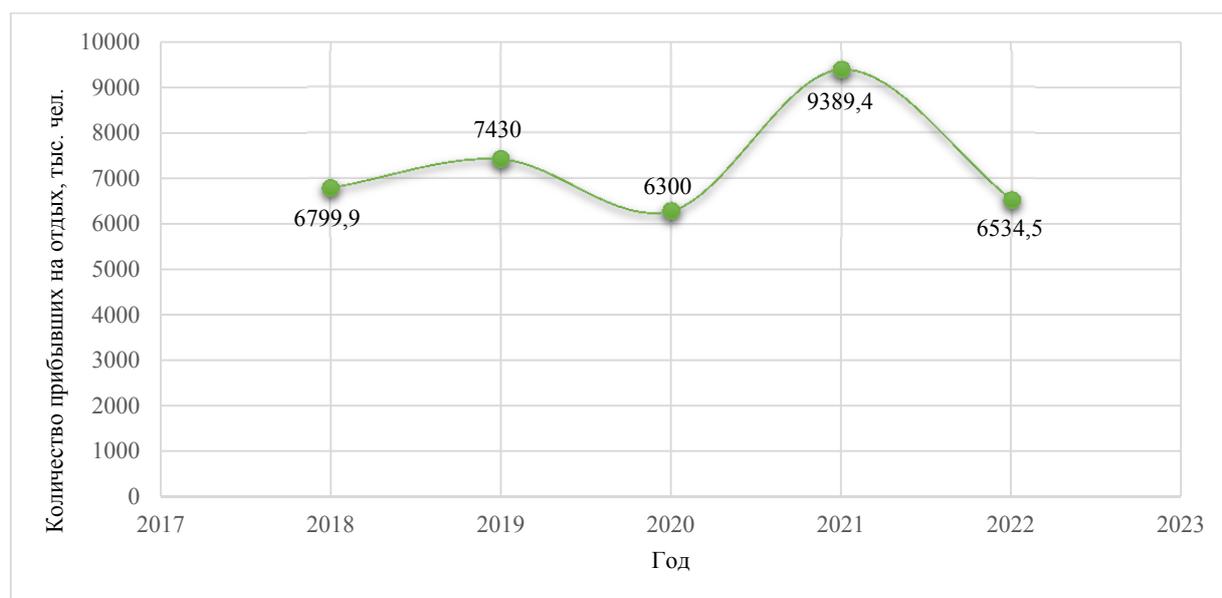


Рис. 5. Динамика туристического потока с 2018 по 2022 г., тыс. чел.

Источник: составлено автором исследования в ходе проведения оценки результатов развития курортно-туристической сферы Республики Крым на основе статистических данных Крымстат.

2019–2020 гг. недополучила более 18 млрд руб.¹² После частично отмененных ограничений в 2021 г. количество туристов увеличилось на 3,1 млн чел. В феврале 2022 г. ввиду нестабильной политической ситуации турпоток в республику сократился на 2,85 млн чел.

Из-за указанных выше причин происходят скачкообразные перепады в динамике других объемах платных услуг санаторно-курортных организаций. Так, общий рост за 5 лет с 2018 по 2022 г. организованных туристов увеличился на 1,7 млн чел., или на 151,7%, за счет прироста в 2021 г., объем платных услуг – увеличился на 2,5 млрд руб., или на 27%, аналогично за счет резкого притока туристов в 2021 г.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы. Привлекательность полуострова Крым обусловлена в первую очередь климатическими, географическими и историческими факторами. Так, разнообразный ландшафт, комфортный климат, природное богатство (в том числе рекреационное) и культурное наследие формируют основу для реализации туристического потенциала в республике. Благодаря проведению строительных работ, развивается инфраструктура гостиничного, транспортного

и развлекательного комплекса. Однако ввиду внешних факторов – геополитической турбулентности, пандемии, экономических вызовов индустрия туризма развивается нестабильно. В связи с этим представляется необходимым разработку комплексного подхода, позволяющего сделать туризм устойчивым к глобальным вызовам [10]. Среди механизмов поддержки отрасли можно выделить:

- а) развитие сотрудничества с «дружественными» странами в рамках реализации туристических программ, в том числе упрощение визового и таможенного режима;
- б) развитие внутреннего туризма, включая туризм «на местах» для резидентов;
- в) брендинг региона как уникального и безопасного места отдыха;
- г) государственная поддержка туристской отрасли, включая разработку инвестиционной карты развития туризма в Республике Крым.

Выводы

Приоритетные отрасли Республики Крым сформировались под влиянием трех ключевых факторов – наличие минерально-сырьевой базы, природно-географический аспект и уровень развития инфраструктуры. Основываясь на проведенном макроэкономическом анализе, были выявлены приоритетные отрасли экономики полуострова – промышленность, сельское хозяйство, строитель-

¹² ВЕСТИКРЫМ. 15 мая 2020 г. Туристическая сфера Крыма недополучила более 18 млрд рублей из-за COVID-19. URL: <https://vesti-k.ru/news/2020/05/15/turisticheskaya-sfera-kryma-nedopoluchila-bolee-18-mlrd-rublej-iz-za-covid-19/>

ство и курортно-туристическая сфера. При этом следует отметить, в отраслевой структуре экономики доминирует диверсифицированный сектор услуг, который формирует более 50% ВРП.

Проведенный анализ промышленного комплекса Республики Крым показал положительную динамику. В период с 2018 по 2022 г. объем отгруженных товаров промышленного производства увеличился на 41,1% благодаря развитию пищевой и химической отраслей, выступающих в качестве основы промышленности полуострова, что обусловлено обеспечением минерально-сырьевой базы территории. С развитием пищевой промышленности был выявлен тренд на расширение рынка продовольственного ритейла. Рассматривая развитие химической промышленности, была выявлена одна из потенциальных отраслей – возрождение отрасли лечебных косметических средств крымского происхождения.

Второе по значимости место в промышленности отведено электроэнергетики. В ходе проведенного анализа был выявлен тренд на переход к выработке альтернативной энергии. Автор исследования допускает, что развитие электроэнергетики посредством ВИЭ может стать одной из приоритетных отраслей развития промышленного сектора на полуострове.

Третье по значимости место в промышленности отведено добыче полезных ископаемых, что обусловлено минерально-сырьевым потенциалом территории – добыча полезных ископаемых концентрируется на добыче сырья для производства строительных материалов.

Рассматривая агропромышленный комплекс Республики Крым, следует отметить растениеводство как основную отрасль сельского хозяйства, на долю которого приходится 74% объема производства. Для дальнейшего развития растениеводства целесообразно применять комплексный подход, в частности – внедрение агрономических инноваций, в том числе системы точечного земледелия и цифровых полей. В свою очередь,

животноводство имеет отрицательную динамику в рассматриваемом периоде. Среди причин негативных тенденций отмечено недостаточное финансирование, ограниченный доступ к кормовым ресурсам, вспышки заболеваемости и т.д. Для улучшения положения животноводства в Крыму требуется комплексное вмешательство, включая финансовую поддержку, развитие кормовой базы, содействие ветеринарной заботе и стимулирование инноваций, в частности – цифровых ферм в целях оперативного мониторинга и снижения издержек.

Основываясь на проведенном анализе индустрии строительства, была выявлена положительная динамика темпов роста, что обусловлено возрождением инфраструктуры полуострова. Однако, рассматривая среднесрочную перспективу, доля строительства в структуре ВРП имеет тенденцию к снижению ввиду завершения крупных мегапроектов. В рамках потенциальной отрасли можно рассмотреть производство строительных материалов ввиду обеспеченности региона минерально-сырьевой базой.

Курортно-туристическая сфера имеет скачкообразную динамику по причине воздействия внешних факторов на отрасль – геополитическая турбулентность, пандемия, экономические вызовы. Однако потенциал отрасли обусловлен в первую очередь климатическими, географическими и историческими факторами. В целях снижения воздействия внешних факторов представляется целесообразным разработать единую концепцию развития внутреннего туризма – брендинг региона как уникального и безопасного места отдыха с разработкой уникальных программ событийного туризма, винно-гастрономического, подводного, спортивного и других видов.

Таким образом, можно сделать вывод, что за 8 лет экономического развития республика смогла преодолеть кризисное состояние и выйти из состояния аккомодационной политики благодаря эффективно налаженному инвестиционному механизму и поддержке со стороны государства.

Список источников

1. Сохтаев М.К., Амет-устаева Д.М. Пути развития экономики Республики Крым. *Российское предпринимательство*. 2017;(18(9))2812–2822. ISSN 1994–6937.
2. Маркарян В.Р. Роль этноэкономики региона в социально-экономическом развитии Республики Крым. *Региональная экономика и управление*. 2020;(13)1–10.
3. Огнев И.А. Комплексное освоение и развитие Республики Крым. *Журнал прикладных исследований: экономические исследования*. 2022;(5):172–178.

4. Остовская А.А., Смирнова Е.А. Социально-экономическое развитие Республики Крым: современное состояние. *Сервис в России и за рубежом*. 2019;13(5):159–170.
5. Блажевич О.Г. Оценка уровня финансовой безопасности химической отрасли Республики Крым. *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. 2019;(4):5–18.
6. Цопа Н.В., Дикарев А.Е. Перспективы применения возобновляемых источников энергоснабжения для малоэтажных зданий в условиях Крыма. *Строительство и техногенная безопасность*. 2020;(7):85–92.
7. Примышев И.Н., Черемисина С.Г., Скараник С.С. Современное состояние производственного и кадрового потенциала агропромышленного комплекса Крыма. *Российское предпринимательство*. 2018;19(5):1597–1610.
8. Григоренко А.А. Будущее развития АПК Республике Крым – в повышении инвестиционной привлекательности аграрной экономики. *Земледелие*. 2016;(12):6–7.
9. Семенов А.А. Промышленность строительных материалов Республики Крым. *Отрасль в современных экономических условиях*. 2018;(14):68–69.
10. Каверин И.А. Развитие туризма в Республике Крым. *Экономика и социум*. 2022;(9):383–386.

References

1. Sokhtaev M.K., Amet-ustaeva D.M. Ways to develop the economy of the Republic of Crimea. *Rossijskoe predprinimatel'stvo = Russian entrepreneurship*. 2017;18(9)2812–2822. ISSN 1994–6937. (In Russ.).
2. Markaryan V.R. The role of the ethno-economics in the socio-economic development of Crimea. *Regional'naya ekonomika i upravlenie = Regional economics and management*. 2020;(13)1–10. (In Russ.).
3. Ognev I.A. Integrated development and development of the Republic of Crimea. *Zhurnal prikladnyh issledovaniy: ekonomicheskie issledovaniya = Journal of Applied Research: Economic Research*. 2022;(5):172–178. (In Russ.).
4. Ostovskaya A.A., Smirnova E.A. Socio-economic development of the Republic of Crimea: Current state. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and abroad*. 2019;13(5):159–170. (In Russ.).
5. Blazhevich O.G. Assessment of the level of financial security of the chemical industry of the Republic of Crimea. *Nauchnyy vestnik: Finansy, banki, investicii = Scientific Bulletin: Finance, banks, investments*. 2019;(4):5–18. (In Russ.).
6. Tsopa N.V., Dikarev A.E. Prospects for the use of renewable energy sources for low-rise buildings in the Crimea. *Stroitel'stvo i tekhnogennaya bezopasnost' = Construction and industrial safety*. 2020;(7):85–92. (In Russ.).
7. Primyshev I.N., Cheremisina S.G., Skaranik S.S. The current state of production and personnel potential of the agro-industrial complex of Crimea. *Rossijskoe predprinimatel'stvo = Russian entrepreneurship*. 2018;19(5):1597–1610. (In Russ.).
8. Grigorenko A.A. The future of the agro-industrial complex growth in the Republic of Crimea is in increasing the investment attractiveness of the agricultural economy. *Zemledelie = Agriculture*. 2016;(12):6–7. (In Russ.).
9. Semenov A.A. Construction materials industry of the Republic of Crimea. *Otrasl' v sovremennyh ekonomicheskikh usloviyah = The industry in modern economic conditions*. 2018;(14):68–69. (In Russ.).
10. Kaverin I.A. Development of tourism in the Republic of Crimea. *Ekonomika i socium = Economy and society*. 2022;(9):383–386. (In Russ.).

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 349.41(045)

© Корягина А. А., Фоланина Д. А., Степанова М. С., Суворова А. А., 2023

Роль субъектов профессиональной деятельности в распространении практики применения АРС. Формирование профессионального иммунитета в обществе*



Анна Александровна Корягина, студентка бакалавриата юридического факультета, Финансовый университет, Москва, Россия

Anna A. Koryagina, 2nd year bachelor's student, Faculty of Law, Financial University, Moscow, Russia
koriagina.nuta@yandex.ru



Диана Алексеевна Фоланина, студентка бакалавриата юридического факультета, Финансовый университет, Москва, Россия

Diana A. Folanina, 2nd year bachelor's student, Faculty of Law, Financial University, Moscow, Russia
d.folanina@gmail.com



Мария Сергеевна Степанова, студентка бакалавриата юридического факультета, Финансовый университет, Москва, Россия

Mariya S. Stepanova, 2nd year bachelor's student, Faculty of Law, Financial University, Moscow, Russia
msh-stp@yandex.ru

Научный руководитель: **Васючкова О.А.**, кандидат юридических наук, старший преподаватель департамента международного и публичного права юридического факультета студентка бакалавриата юридического факультета, Финансовый университет, Москва, Россия / Scientific supervisor: **Vasyuchkova O.A.**, Cand. Sci. (Law), senior lecturer of the Department of international and public law of the Faculty of Law, Financial University, Moscow, Russia.

* Статья подготовлена по результатам научного исследования по теме «АРС в разрешении конфликтов, возникающих в земельных правоотношениях» составом ВТСК при Финансовом университете.



Александра Алексеевна Суворова, студентка бакалавриата юридического факультета, Финансовый университет, Москва, Россия
Aleksandra A. Suvorova, 2nd year bachelor's student, Faculty of Law, Financial University, Moscow, Russia
 svrnrvsss@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

На сегодняшний день применение АРС на территории РФ до сих пор не находится на желаемом уровне, который бы позволил облегчить нагрузку на судебную систему. В поисках способов распространения практики применения АРС среди населения можно прийти к выводу о том, что государство не единственный субъект, который в этом заинтересован. Субъекты профессиональной деятельности, под которыми понимаются, например, кадастровые инженеры, медиаторы, нотариусы и объединения предпринимателей, также нуждаются в этом для облегчения своей работы. Такие субъекты не просто более информированы о возможности применения АРС, но они, скорее всего, уже знакомы с преимуществами таких процедур и могут способствовать их популяризации, используя уже имеющиеся у них каналы воздействия. В работе были проанализированы конкретные способы, которые могут использоваться субъектами профессиональной деятельности для распространения практики АРС. Рассмотрена роль нотариальной палаты, медиаторов, кадастровых инженеров и объединений предпринимателей в этой сфере. Предложены возможные новые механизмы участия профессиональных субъектов в распространении практики применения АРС. Введение предложенных механизмов позволит вывести применение АРС на территории РФ на уровень, который бы облегчил нагрузку на судебную систему и увеличил эффективность рассмотрения споров.

Ключевые слова: альтернативные способы разрешения споров; объединения предпринимателей; нотариальная палата; кадастровый инженер; медиация; медиатор; судебная система

Для цитирования: Корягина А. А., Фоланина Д. А., Степанова М. С., Суворова А. А. Роль субъектов профессиональной деятельности в распространении практики применения АРС. Формирование профессионального иммунитета в обществе. *Научные записки молодых исследователей*. 2023;11(5):27–34.

ORIGINAL PAPER

The Role of Subjects of Professional Activity with Alternative Disputes Resolution Use. Professional Immunity Formation in Society*

ABSTRACT

At the moment, the use of alternative dispute resolution (ADR) in the territory of the Russian Federation is still not at the level required to ease the burden on the judicial system. The authors discovered that there are entities other than the state interested in spreading the practice of using ADR. Professionals like cadastral engineers, mediators, notaries, and entrepreneurs' associations also need it to make their work easier. These subjects are well-informed about ADR and likely familiar with its benefits. They can help

* The article was prepared based on the results of a scientific study on the topic "ARS in resolving conflicts arising in land legal relations" by the VTSC at the Financial University under the Government of the Russian Federation.

promote it using their existing channels of influence. The paper analyzed specific methods that subjects of professional activity can use to disseminate the practice of ADR. The authors considered the notary chamber role, mediators, cadastral engineers, and business associations in this area. Also, the work proposed possible new mechanisms for taking part of professional actors in the practice's distribution of the use of ADR. Introducing the proposed mechanisms will make it possible to bring the use of ADR in Russia to a level that would ease the burden on the judicial system and increase the effectiveness of dispute resolution.

Keywords: *alternative dispute resolution methods; business associations; notary chamber; cadastral engineer; mediation; mediator; judicial system*

For citation: Koryagina A. A., Folanina D. A., Stepanova M. S., Suvorova A. A. The Role of subjects of professional activity with alternative disputes resolution use. Professional immunity formation in society. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers. 2023;11(5):27–34.*

Введение

На сегодняшний день в судах РФ сложилась ситуация, в которой они оказываются перегружены делами, что, безусловно, сказывается на эффективности их работы, что отражается и на работе иных лиц и институтов, непосредственно связанных с постоянным разрешением конфликтов, таких как, например, субъектов предпринимательской деятельности. Появление институтов альтернативных способов разрешения и урегулирования споров должно было разрешить данную проблему или хотя бы способствовать улучшению сложившегося положения, но их применение не находится на уровне, который бы позволил это осуществить. В такой ситуации возникает необходимость поиска новых способов и каналов распространения уже сложившегося и успешно себя показавшего механизма по альтернативному разрешению споров (далее – АРС). Субъекты профессиональной деятельности, такие как кадастровые инженеры, медиаторы, нотариусы и объединения предпринимателей, безусловно, знакомые с практикой применения альтернативных способов урегулирования и разрешения споров, могут стать новым эффективным каналом в первую очередь информирования населения. Уже сложившиеся структуры связи и информирования позволяют без лишних затрат и с пользой для самих субъектов профессиональной деятельности участвовать в распространении практики АРС. Роль таких субъектов и возможное развитие их деятельности в этой сфере до сих пор остаются малоизученными. Хотя необходимо отметить, что о роли субъектов профессиональной деятельности в распространении практики АРС в своих работах размышлял Л.А. Стяжкина [1], о проблемах конкретно в сфере предпринимательской

деятельности рассуждал А.Н. Лёвушкин [2], схожие правоотношения были проанализированы в работе и Н.И. Гайденко-Шер [3].

Преимущества АРС

Для субъектов гражданского оборота внесудебное урегулирование всегда было наиболее выгодным способом разрешить возникший конфликт, но в современных условиях международной торговли, в условиях санкций и постоянного растущего давления на субъекты предпринимательской деятельности со стороны государств и общественности возможный, а иногда обязательный, конфиденциальный характер АРС предстает перед нами в новом свете. Более того, судебная процедура во многом осложнилась изменениями законодательства, как российского, так и зарубежного, связанными с введением санкций. В таких условиях субъектам предпринимательской деятельности необходимо полагаться на взаимовыгодное сотрудничество, которое сможет максимально защитить средства и капиталы сторон.

Замечая особенности и преимущества альтернативных способов урегулирования и разрешения споров, а именно их конфиденциальность, независимость от государства и наличие возможности адаптации к конкретному спору условий механизма урегулирования конфликта сторонами, мы можем сделать вывод о том, что это закладываются предпосылки именно для использования их при разрешении споров между субъектами предпринимательской деятельности. Урегулирование споров через суд не дает сторонам требуемой в сфере бизнеса свободы, которая в том числе заключается и в скорости рассмотрения конфликта, и в возможности контроля порядка

и условий самого процесса, и во многом другом. В Федеральном законе от 27.07.2010 № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» (далее — Закон о медиации)¹ в качестве одной из причин введения института медиации указана необходимость содействия развитию партнерских деловых отношений и формированию этики делового этикета, что свидетельствует о взаимосвязанности введения этой формы внесудебного разрешения спора с желанием развивать гармоничное взаимодействие в предпринимательской сфере.

Необходимо отметить, что когда речь идет о спорах между двумя субъектами предпринимательской деятельности, то мы говорим чаще всего о равных финансовых возможностях этих субъектов, а также о их равнозначности в сделках, где на одном конце не оказывается физического лица, а на другом целой компании со штатными юристами. В приведенной ситуации физическому лицу кажется необходимым обращение за защитой к государству, к суду для устранения очевидного дисбаланса сил. Когда же стороны видят друг друга как равных контрагентов, как партнеров разбирательство вне суда, как будто бы «более мирное», кажется более логичным и желательным.

На данный момент при этом до сих пор даже в бизнесе альтернативные способы урегулирования и разрешения споров не являются приоритетными для спорящих сторон, что обычно обосновывается отсутствием должных мотиваторов, в частности отсутствие неизбежности разницы в расходах в сравнении с затратами на судебное разбирательство [2].

Помимо всего прочего, на данный момент субъекты предпринимательской деятельности не могут заключать между собой договор с медиативной оговоркой и быть уверенными, что она будет подлежать обязательному применению, а одна из сторон не обратится за защитой в суд, хотя, конечно, такая оговорка может быть включена в договор и, как правило, должна быть исполнена. Это связано с тем, что ни в коем случае не может ограничиваться право на обращение в суд для защиты прав одной из сторон (ст. 4 Закона о медиации). Все это порождает риски новых затрат, сначала на медиацию, а потом и на суд, что осо-

бенно критично для стремящихся к максимальной прибыли предпринимателей.

Безусловно, представляется необходимым развитие медиативной процедуры для эффективного урегулирования споров. Если говорить непосредственно об особенностях правового регулирования медиатора как субъекта профессиональной деятельности, стоит подчеркнуть:

а) фактор образования и опыта работы в сфере юриспруденции;

б) специфику назначения процедуры и выполняемых ею функций.

Применительно к первому пункту следует отметить, что для того, чтобы осуществлять деятельность медиатора на профессиональной основе, на данный момент лицу необходимо лишь пройти специальный курс, однако это вовсе не обеспечивает надежности при разрешении конфликта. Посредник, не имеющий достаточного юридического образования, психологических и иных навыков, может не решить спор, что в конечном итоге приведет к обращению в суд [4]. Таким образом, профессионализм медиатора, хоть и предполагает успешное и результативное проведение соответствующей процедуры, может являться лишь номинальным, вследствие чего видится необходимым ужесточение требований к навыкам для профессиональных медиаторов. Только посредством применения подобных мер законодатель сможет в полной мере защитить права и интересы граждан, а также повысить общий профессиональный уровень посредников.

Что касается специфики (пункт Б), то приоритетом медиации является решение конфликтной ситуации с учетом интересов сторон. Принудительный порядок выполнения тех или иных действий исключительно по решению суда совсем не гарантирует их реализацию, соответственно, это может повлиять как на качество исполнения, так и на возникновение нового правонарушения. Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 01.09.2022) (далее — ГК РФ)² многие имущественные вопросы могут быть урегулированы по соглашению сторон; а в случае, если его достигнуть не представляется возможным — в судебном порядке. Именно в этом видится необходимость обращения к медиатору: возможность на равноправной не иерархичной

¹ Собрание законодательства РФ. 02.08.2010. № 31. Ст. 4162.

² Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. Ст. 3301.

основе направить переговорный процесс на достижение удовлетворяющего обе стороны результата. Важно отметить, что процедура носит конфиденциальный характер, что также позволяет защитить права тех, кто к ней обратился.

Также распространить услугу можно через средства массовой информации. Но в этом случае необходимо учесть положения ст. 30.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 05.12.2022) «О рекламе» (далее — Закон «О рекламе»)³. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации не должна содержать утверждение о том, что применение процедуры медиации как способа урегулирования спора имеет преимущества перед разрешением спора в суде, арбитражном суде или третейском суде.

Нельзя не отметить тот факт, что важную роль для распространения альтернативной (медиативной) процедуры разрешения споров и повышения ее эффективности играет государственная поддержка. На данном этапе существуют образовательные программы, создан Федеральный институт медиации и др.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что медиатор как субъект профессиональной деятельности имеет огромное значение для развития института АРС, поскольку на данный момент именно медиация занимает лидирующее положение среди всех иных альтернативных способов.

Роль субъектов предпринимательской деятельности в популяризации АРС

Возвращаясь к роли субъектов предпринимательской деятельности, остановимся на некоторых мотивирующих факторах в пользу использования механизма внесудебного урегулирования конфликтов.

Обычно споры крупных компаний притягивают много внимания, в том числе и от СМИ, но конфиденциальный характер рассмотрения, в частности в случае с медиацией, позволяет им сохранить деловую репутацию, что положительно влияет на распространение применения способов по АРС и повышает процент эффективности альтернативных способов урегулирования и разрешения споров. Однако институт внесудебного урегулирования споров в нашей стране не является достаточно популярным и востребованным. Так,

вопросы популяризации способов по АРС могут рассматриваться бизнес-сообществами, например, такими как Торгово-промышленная палата РФ. Здесь мы можем говорить о том, что ими может проводиться просветительская деятельность как непосредственно среди своих членов, так и среди населения. Например, возможно размещение информации на официальных сайтах торгово-промышленных палат, информирующих о возможности использования АРС, их сущности, преимуществах и недостатках. Вместе с тем существует возможность создания каких-либо соглашений между участниками, которые бы устанавливали для членов обязательность рассмотрения возможности обращения, например, к медиации в каждом конкретном споре и обращение в суд только в случае грубого нарушения прав одной из сторон. Более того, Торгово-промышленная палата может взять на себя организационную функцию, создав центр посреднических услуг при Палате. Так, например, при Московской торгово-промышленной палате существует «Центр юридической помощи и медиации», куда можно обратиться за помощью бизнесу, в том числе, за услугами по разрешению споров с помощью медиации. Такой подход к организации альтернативного разрешения споров самой палатой позволяет обезопасить ее членов, обеспечив их проверенными специалистами и необходимой конфиденциальностью. При этом также повышается доверие к данной процедуре и других участников предпринимательской деятельности, поскольку она организуется уже знакомым им надежным субъектом.

В свою очередь, субъектом распространения практики альтернативного разрешения споров может выступать Федеральная нотариальная палата. Например, по средству проведения курсов повышения квалификации или обучающих тренингов для нотариусов, на которых предлагалась бы программа по обучению нотариуса медиативным навыкам, которые помогут ему психологически, верно, воздействовать на клиентов, склоняя их к выбору альтернативного способа разрешения возникшего спора. Нотариальной палате также стоит развивать практику заверения нотариусом медиативных соглашений, так как, исходя из практики, стороны в большей мере придерживаются и соблюдают соглашения, которые были заверены нотариально [5]. Стоит упомянуть, что медиативные соглашения, исходя из нотариальной

³ Собрание законодательства РФ. 20.03.2006. № 12. Ст. 1232.

практики, чаще всего заключаются по вопросам, связанным с брачно-семейными отношениями. Это связано с тем, что при решении спора через судебное разбирательство стороны все равно остаются недовольны результатом. В соответствии со ст. 59.1 «Основ законодательства Российской Федерации о нотариате» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023) (далее – Основы законодательства о Нотариате)⁴ при заверении нотариусом медиативного соглашения обязательно присутствие медиатора, что возможно облегчить по средству обучения нотариуса медиации.

Далее рассмотрим практику распространения альтернативных способов разрешения споров через деятельность такого субъекта профессиональной деятельности, как нотариус. Нотариус в Российской Федерации является лицом, обеспечивающим законность проведения сделок и иных правовых операций, таких как нотариальное обеспечение обязательств, удостоверение фактов, хранение и передача документов и многое другое. В настоящее время в полномочия суда входит издание судебного акта о признании права обратившегося лица на пожизненное наследуемое владение земельным участком в случаях наличия достаточных прав на земельный участок у наследодателя, при наличии достаточных прав на наследование спорного земельного участка у наследника. Но данная процедура может быть проведена и вне стен суда при наличии полномочий на проведение нотариусом переговоров с целью урегулирования спора, который возможно провести и при отсутствии возражения со стороны пассивного ответчика, в данном случае в лице государства.

Таким образом мы сможем избежать судебного разбирательства, снизив нагрузку на судебную систему, и привлечь людей к процедуре АРС. Стоит начать с того, что права и обязанности нотариата закреплены в Основах законодательства о Нотариате. Особенно интересен пункт, закрепляющий право нотариуса «представлять в установленных федеральным законом случаях и порядке заявление о государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним и иные необходимые документы в федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный Правительством Российской Федерации на осуществление государственного кадастрового учета, государст-

венной регистрации прав... (ст. 15 Основ законодательства о нотариате)». Так как права нотариуса уже включают процедуру внесения сведений и изменений в единый государственный реестр прав на недвижимость, дополнение полномочий нотариуса еще одним видом действия по внесению в ЕГРН права на пожизненное наследуемое владение было бы вполне разумным. При этом, открывая и ведя наследственное дело, устанавливая перечень подлежащего наследованию имущества, нотариус фактически с точки зрения закона уже опосредованно проверяет права наследодателя относительно объекта права (земельного участка) и устанавливает круг наследников, которым в силу закона или завещания подлежит передаче право пожизненного наследуемого владения земельным участком. В этой связи вполне логичным было бы дополнение полномочий нотариуса направлением сведений в ЕГРН о смене прав наследодателя относительно земельного участка правами наследника наследников). Данное изменение законодательства позволит во внесудебном порядке и без дополнительного обращения физических лиц в органы Росреестра проводить регистрацию прав.

Таким образом, можно смело утверждать, что нотариус, являясь субъектом профессиональной деятельности, который, взяв на себя часть обязательств суда, обладает возможностью распространять практику применения по АРС, доказывая на собственном примере эффективность АРС.

Субъектом профессиональной деятельности в распространении практики альтернативного решения споров также может выступать и кадастровый инженер. Кадастровый инженер – профессиональный субъект гражданского оборота согласно российскому законодательству, который должен проводить инвентаризацию и собирать сведения, необходимые для постановки объекта на кадастровый учет. Для своей деятельности он может выбрать одну из двух форм организации: 1) в качестве индивидуального предпринимателя; 2) в качестве работника юридического лица на основании трудового договора с юридическим лицом [6].

Согласно ст. 29 Федерального закона от 24.07.2007 № 221-ФЗ (ред. от 01.05.2022) «О кадастровой деятельности» (далее – Закон «О кадастровой деятельности»)⁵ кадастровым инженером

⁴ Ведомости СНД и ВС РФ. 11.03.1993. № 10. Ст. 357.

⁵ Собрание законодательства РФ. 30.07.2007. № 31. Ст. 4017.

признается физическое лицо, являющееся членом саморегулируемой организации кадастровых инженеров. Кадастровый инженер может быть членом только одной саморегулируемой организации кадастровых инженеров. Соответственно, согласно требованиям закона, кадастровым инженером признается исключительно субъект, являющийся членом саморегулируемой организации. Включение законной обязанности кадастрового инженера являться членом саморегулируемой организации кадастровых инженеров позволило определять требования к уровню профессиональной подготовки и опыту работы кадастрового инженера, а также применять дисциплинарные санкции к тем членам СРО, которые не соответствуют профессиональным стандартам кадастровой деятельности.

Ошибки в документации, самовольно возведенные объекты на спорной территории и кадастровые ошибки чаще всего являются причиной конфликтов между гражданами. Решение подобных конфликтов возможно, минуя судебное разбирательство посредством переговоров. Но для того, чтобы переговоры стали методом альтернативного решения споров, необходимо включение в данную процедуру посредника — специалиста в сфере конфликта — с целью достижения эффективности, равноправия и сотрудничества. В случае земельно-правовых споров, связанных с межеванием земель и определением земельных границ, такой организацией может быть саморегулируемая организация кадастровых инженеров. Закон о медиации допускает возможность создания саморегулируемых организаций в форме ассоциаций (союзов) или некоммерческих партнерств. Однако требования к медиаторам, осуществляющим свою деятельность на профессиональной основе, не обязывают наличие глубоких профессиональных знаний в сфере конфликта, а общие требования к медиаторам, осуществляющим свою деятельность на непрофессиональной основе, и вовсе не требуют наличия высшего образования. Поэтому целесообразно наделить функцией регулятора спора такую организацию, которая осуществляет свою деятельность, непосредственно связанную со сферой конфликта.

Такая регуляция деятельности кадастровых инженеров позволила значительно снизить нагрузку на федеральный бюджет и судебную систему [7]. Предполагаем, что решение споров, возникших между кадастровыми инженерами и заказчика-

ми кадастровых работ с участием саморегулируемой организации, возможно урегулировать иными альтернативными судебной защите способами, которые будут отличаться эффективностью и оперативностью. В связи с этим предлагается наделить саморегулируемую организацию кадастровых инженеров функцией регулятора спора для устранения конфликтов между участниками земельных правоотношений, связанных с межеванием и определением границ земельного участка.

В связи с этим предложение передать часть полномочий для саморегуляции споров субъектам профессиональной деятельности, в данном случае — кадастровым инженерам, может быть эффективным и оперативным решением проблем, связанных с альтернативным решением споров. Кадастровый инженер как член саморегулируемой организации, который уже имеет определенные требования к уровню профессиональной подготовки и опыту работы, может помочь в решении споров между участниками земельных правоотношений, связанных с межеванием и определением границ земельного участка, используя свой опыт и знания в соответствии с профессиональными стандартами кадастровой деятельности.

Выводы

Сделаем выводы о том, что проанализированная деятельность в этой сфере субъектов профессиональной деятельности дает основание предполагать, что существуют большие перспективы не только дальнейшего расширения использования данными субъектами альтернативных способов урегулирования и разрешения споров, но и перспективы более широкого информирования ими населения, участия в организации некоторых нетрадиционных форм проведения АРС и иных формах распространения практики их применения.

Деятельность всех рассмотренных субъектов профессиональной деятельности обладает своими специфическими особенностями, которые возможно использовать для развития их деятельности в данной сфере. Так, например, объединения предпринимателей могут оказывать прямое воздействие на состоящих в них предпринимателей, в том числе и путем обязанности заключать договоры с медиативной оговоркой. Так обстоит дело и с саморегулируемыми объединениями кадастровых инженеров. Нотариус же вследствие того, что он ближе всех взаимодействует с населением, может

оказывать косвенное воздействие и на физических лиц, переняв некоторые полномочия суда, он сможет информировать о возможности применения АРС напрямую лица, которые уже приходят к нему для решения определенных связанных с его деятельностью проблем. Медиаторы имеют в силу своей деятельности важнейшую роль в распространении АРС, ведь именно они больше других рассмотренных субъектов оказываются в этом заинтересованы.

Необходимо понимать, что только в условиях сформированного делового этикета и развитых партнерских отношений, к чему должны стремиться сами субъекты профессиональной деятельности, может быть достигнуто эффективное функционирование всех институтов АРС. Распространение практики АРС должно идти одновременно с информированием населения о важности добросовестного поведения при разрешении возникающих конфликтов.

Список источников

1. Стяжкина Л.А. Альтернативные способы разрешения споров. *Молодой ученый*. 2019;29(267):106–110.
2. Левушкин А.Н. Медиация в предпринимательской деятельности: проблемы эффективности правоприменения. *Вестник Университета имени О.Е. Кутафина*. 2020;7(71):138–145.
3. Гайдаенко Шер Н.И. Альтернативные механизмы разрешения споров как инструмент формирования благоприятной среды для предпринимательской деятельности (опыт России и зарубежных стран). Монография Семилютин Н.Г., ред. М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации: ИНФРА-М; 2016. 248 с.
4. Малышок И.Г., Свойкина Е.Д. Профессиональные медиаторы: да или нет? *Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2017;(78):86–88.
5. Зарипов Р.У., Зарипов Ш.Р., Карташев Н.И. Правовое регулирование примирительных процедур, в частности, «Нотариальной примирительной процедуры» в Российской Федерации. *Образование и право*. 2020;(5):85–92.
6. Пехов Б.М. Модель взаимодействия предпринимательских и государственных структур в процессе земельных отношений. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2010;26(207):65–69.
7. Филиппова Т.А., Макенова С.К. Совершенствование законодательства Российской Федерации в области кадастровой деятельности. *Вестник Омского государственного аграрного университета*. 2016;2(22):330–335.

References

1. Styazhkina L.A. Alternative methods of dispute resolution. *Molodoj uchenyj = Young scientist*. 2019;29(267):106–110. (In Russ.).
2. Levushkin A.N. Mediation in business: problems of law enforcement efficiency. *Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina = Bulletin of the University named after O.E. Kutafin*. 2020;7(71):138–145. (In Russ.).
3. Gaidaenko Sher N.I. Alternative mechanisms for resolving disputes as a tool for creating a favorable environment for entrepreneurial activity (the experience of Russia and foreign countries). Monograph by Semilyutin N.G., ed. Moscow: Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation: INFRA-M; 2016. 248 p. (In Russ.).
4. Malyshok I.G., Svoikina E.D. Professional mediators: Yes or No? *Vestnik Amurskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Bulletin of Amur State University. Series: Humanities*. 2017;(78):86–88. (In Russ.).
5. Zaripov R.U., Zaripov Sh.R., Kartashev N.I. Legal regulation of conciliation procedures, in particular, the “Notarial conciliation procedure” in the Russian Federation. *Obrazovanie i pravo = Education and law*. 2020;(5):85–92. (In Russ.).
6. Pekhov B.M. Model of interaction between business and government structures in the process of land relations. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2010;26(207):65–69. (In Russ.).
7. Filippova T.A., Makenova S.K. Improving the legislation of the Russian Federation in the field of cadastral activities. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Bulletin of Omsk State Agrarian University*. 2016;2(22):330–335. (In Russ.).

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 321.64(045)
© Боронникова Ю. С., 2023

Политический режим как фактор институционализации биополитических практик: сравнительный анализ стран Азии



Юлия Степановна Боронникова, студентка направления «Политология» историко-политологического факультета, Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь, Россия
Yulia S. Boronnikova, student, "Political Science" course, Faculty of History and Political Science, Perm State National Research University, Perm, Russia
boronnikovay@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена исследованию связи между типом политического режима и институционализацией биополитических практик в национальных государствах Азии. Проведенный в рамках исследования корреляционный анализ не выявил значимой зависимости между типом политического режима и частотой институционального применения биополитических практик. В дополнение к количественному анализу было проведено качественное исследование отдельных кейсов (с помощью метода кейс-стади) результаты которого показали, что значение имеет имплементация вариативных моделей биополитических практик в разных типах политических режимов. Например, в странах с авторитарным политическим режимом, где государство имеет больший контроль над населением, биополитические практики могут быть более интенсивными и широко распространенными. Таким образом, сравнительно ориентированное исследование биополитических практик в разных политических режимах Азии, представленное в настоящей статье, показывает факторную роль не только политического режима, но и особенностей имплементации биополитических практик.

Ключевые слова: биополитика; биовласть; биополитические практики; политический режим; институционализация; рациональное управление; телесность; Азия; дискурс

Для цитирования: Боронникова Ю. С. Политический режим как фактор институционализации биополитических практик: сравнительный анализ стран Азии. *Научные записки молодых исследователей.* 2023;11(5):35–42.

Научный руководитель: **Грабевник М.В.**, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук историко-политологического факультета, Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь, Россия / Scientific supervisor: **Grabevnik M.V.**, Cand. Sci. (Pol.), Associate Professor of the Department of Political Sciences, Faculty of History and Political Science, Perm National Research University, Perm, Russia.

The Role of Political Regimes in Institutionalizing Biopolitical Practices in Asia

ABSTRACT

This study explores the connection between political regimes and the institutionalization of biopolitical practices in Asian nation-states. The study's correlation analysis found no significant relationship between political regime type and the frequency of biopolitical practices. In addition to the quantitative analysis, the author conducted a qualitative research of individual cases using the case study method. The study emphasized the need to implement adaptable biopolitical models in different political regimes. In countries with authoritarian regimes, the state's control over the population leads to more intense and widespread biopolitical practices. The author suggests that studying the subject uncovers the importance of political regime and implementing biopolitical practices.

Keywords: *biopolitics; biopower; biopolitical practices; political regime; institutionalization; rational management; physicality; Asia; discourse*

For citation: Boronnikova Y. S. The role of political regimes in institutionalizing biopolitical practices in Asia. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):35–42.

Введение

Современный политический процесс демонстрирует все большее смещение дискурсивного акцента политики в сферу частного: политические и административные повестки растущего количества национальных государств затрагивают прямо или опосредованно вопросы телесности, сексуальности и т.д. Иллюстрации данного тренда встречаются повсеместно и сопровождаются возрождением крайне консервативных позиций в вопросах биополитики: репродукции, биотехнологий, сексуальных меньшинств, аборт и др. Кульминацией институционализации биополитических практик стали стратегии государств по контролю над частным в условиях распространения коронавирусной инфекции COVID-19¹. Особенно это заметно в ряде азиатских стран, где пандемия стала маркером допустимого вмешательства государства в жизнь обычных граждан, примером чего является применение ряда регулирующих механизмов для дисциплинирования и ограничения. Так, например, Япония и Сингапур используют технологии для контроля над заболевшими: были разработаны

приложения для отслеживания и контроля за перемещением заболевших COVID-19.

В то же время биополитика существовала и до пандемии, а сами коронавирусные ограничения в разных странах выступили лишь катализаторами большего использования биовласти. До коронавирусных ограничений существовали практики, направленные на контроль над населением в сфере рождаемости (к примеру, практики принудительной стерилизации в Индии²), в сфере сексуальности (Федеральный закон о защите детей от пропаганды гомосексуализма³), гражданственности (лагеря содержания на границах во время миграционного кризиса в 2014–2015 гг.) и другие примеры биополитизации.

Что такое биополитика?

Концепция биополитики и биовласти была разработана в поздних работах Мишеля Фуко [1]. Для него биополитика как технология власти тесно свя-

¹ Giorgio Agamben and the Biopolitics of COVID-19. Architects for Social Housing. URL: <https://architectsforsocialhousing.co.uk/2020/04/25/giorgio-agamben-and-the-bio-politics-of-covid-19/> (дата обращения: 01.03.2023).

² India's sterilization scandal. [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(14\)62224-8/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(14)62224-8/fulltext) (дата обращения: 03.03.2023).

³ Федеральный закон от 30.06.2013 № 135-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

зана с возникновением современного национального государства и капитализма. Начиная с XXVIII в. современные западные общества приняли во внимание фундаментальный биологический факт, что люди являются биологическим видом, и был разработан «набор механизмов, с помощью которых основные биологические особенности человеческого вида стали объектом политической стратегии, общей стратегии власти» [2]. Это означает переход от публичного наказания отдельных лиц к дисциплинированию всего гражданского населения. Согласно М. Фуко, биополитика предполагает использование властями местных форм биовласти: управление здоровьем, гигиеной, питанием, рождаемостью, сексуальностью. От дисциплинарных форм до так называемой социальной медицины жизнь становится делом правительства, больше не частным делом, а объектом политики. Исходя из права отнимать жизнь, государство берет на себя власть распоряжаться жизнью [1].

Идеи Мишеля Фуко получили дальнейшее развитие у Джорджо Агамбена, который сопоставил идею биовласти с понятием Карла Шмитта о «исключительном положении» как способности суверена выходить за рамки верховенства закона ради общественного блага [3], чтобы доказать, что биополитика является исключительной формой суверенитета: правя путем исключения, суверенная власть захватывает и усиливает его контроль над вопросами, которые ранее не входили в его компетенцию, включая биологическую жизнь его граждан.

Исследовательский дизайн

Вместе с тем, несмотря на теоретическую разработанность предметного поля биополитики⁴, целый ряд (в том числе и методологических) вопросов, связанных с биополитическими практиками, остается мало разработанным, а практико-ориентированные исследования немногочисленны [4]. Актуальным является *исследовательский вопрос* о факторной роли политического режима в отношении институционализации биополитических практик: как институционализируются (оформляются в качестве нормативных актов на государственном уровне) биополитические практики в различных политических режимах — от либеральных демо-

кратий до закрытых автократий. Исследовательское внимание, таким образом, сфокусировано на *корреляции политического режима и частоты институционализации биополитических практик*. На этом основании выдвинуты следующие гипотезы:

H0: нелиберальные автократии и либеральные демократии в Азии институционализируют биополитические властные практики с одинаковой частотой (нулевая связь переменных);

H1: нелиберальные автократии Азии институционализируют биополитические властные практики более часто, чем либеральные демократии (связь переменных наблюдается).

В качестве *зависимой переменной* рассматривается частота институционализации биополитических практик. Зависимая переменная операционализована посредством базы данных частотности нормативных актов в отношении биополитических решений. В качестве *независимой факторной переменной* рассматривается тип политического режима. Тип политического режима операционализирован посредством агрегированного индекса политических прав и гражданских свобод Freedom House⁵.

Выборочную совокупность составили 10 национальных государств Азии: Российская Федерация, Китай, Сингапур, Монголия, Япония, Индия, Северная Корея, Республика Корея, Казахстан и Таиланд. Выборочная совокупность обусловлена двумя критериями: критерием вариации режимных характеристик и критерием динамики исследуемых переменных. *Хронологические рамки* составляет период 2000–2020 гг., который позволяет оценить динамику политического режима и динамику использования биополитических практик в исследуемых государствах.

В ходе анализа были использованы количественные и качественные методы. Автором составлена база данных динамики институционализации биополитических практик. На ее основании были проведены первичный анализ данных и категоризация биополитических практик (репродукция, сексуальность, эпидемиология, национальное строительство, чрезвычайное положение), что имеет теоретическое и практическое значение в рамках исследовательского предметного поля (см. *таблицу*). На основании зафиксированных в базе эмпирических данных был проведен корреляци-

⁴ Теоретико-методологический базис исследования составляют работы Дж. Агамбена, М. Фуко, А. Негри.

⁵ Freedom House. URL: <https://freedomhouse.org/> (дата обращения: 15.06.2023).

онный статистический анализ для тестирования зависимости типа политического режима и частоты институционализации биополитических практик. Результаты статистического анализа были углублены качественными кейс-стади.

Результаты исследования

Результаты корреляционного анализа демонстрируют отсутствие зависимости между типом политического режима и институционализацией биополитических практик (подтвердилась нулевая гипотеза). Результаты *качественных кейс-стади* исследуемых азиатских государств зафиксировали, что при отсутствии различий в частотности имеет место вариация в моделях имплементации (т.е. реализации) биополитических практик в различных режимах: закрытые автократии имеют тенденции к следованию «закрепощающим» и ограничивающим моделям в отличие от либеральных демократий. Поэтому фокус данной работы направлен на иллюстрацию моделей имплементации биополитических практик в странах Азии.

Кейс Китайской Народной Республики: биополитика демографии

Идея биополитики наиболее часто упоминается в социальных исследованиях западноевропейских стран. Это неудивительно, учитывая, что в исторической трактовке биовласти М. Фуко ее появление как формы политики в XIX в. тесно связано с формированием современных западноевропейских национальных государств и конституцией их национального населения [5]. Однако концепция биополитики выходит за изначальные рамки исторического и геополитического положения. Не европейская история постоянно обогащает идею биополитики, показывает, насколько разнообразные формы может принимать биовласть. В этом смысле особый интерес представляет случай КНР, где влияние процесса глобализации ведет к конкуренции на глобальных рынках, вследствие чего конкуренция за контроль над будущей экономикой порождает новые, особые формы биополитических практик.

Биополитическое поле современной КНР имеет иной характер, нежели в западноевропейских странах и ориентировано на создание эффективной рабочей силы путем повышения уровня образования и здоровья. Такая рабочая сила должна быть способной к конкуренции на глобальном рынке.

В этой сфере проблемы рождаемости, численности населения, его роста остаются серьезной проблемой.

Так демографическая политика сыграла решающую роль в развитии капитализма и подъеме нации к текущему экономическому положению. Партия-государство играет важную роль при определении того, что считать проблемой народонаселения и как ее решать. Решение состояло в том, чтобы «стабилизировать низкий уровень рождаемости»⁶ путем обеспечения соблюдения политики одного ребенка в течение как минимум следующих 10 лет. На рубеже тысячелетий китайский коммунистический режим инициировал резкий переход от «жестких» методов планирования рождаемости к «мягким» неолиберальным подходам, предполагающим косвенное регулирование со стороны государства и саморегулирование самих граждан.

Политика в области народонаселения, которая когда-то была отстающим сектором в переходе КНР от коммунизма, теперь помогает вести страну к более современному и признанному на международном уровне формам управления. Подобно «Большому скачку» Мао, политика Дэна Сяопина в отношении одного ребенка привела к огромным социальным страданиям и человеческим травмам. Тем не менее подобная политика, проводимая над населением, также была продуктивной и экономически эффективной, способствуя глобальному подъему КНР за счет создания новых типов «качественных» людей, способных преуспеть в мировой экономике. В политическом плане демографический проект КНР укрепил режим и создал совершенно новое поле биополитики, сосредоточенное на производстве и культивировании эффективной «жизни».

Отличительным случаем в рамках суверенного государства КНР является кейс Тайваня. Политическая жизнь внутри самого Тайваня во многом различна с тем, что происходит в метрополии. Это наблюдается, например, по характеру политического режима: конкурентная демократическая система Тайваня позволила три раза мирно передать власть между соперничающими партиями в рамках периода с 2000 г. до современного состояния. Также согласно агрегированному индексу Freedom House

⁶ Центральное народное правительство Китайской Народной Республики: Программа народонаселения и планирования семьи. 01.11.2007. URL: http://www.gov.cn/jrzg/2007-01/11/content_493491.htm (дата обращения: 16.06.2023).

Категории и маркеры биополитических практик

Категория биополитических практик	Индикаторы/маркеры
Sexuality	«Гендер»; «проституция»; «ЛГБТК+»; стандарты телесности, сексуальности
Reproduction	«Репродуктивные права», «запрет усыновлений», «регулирование/стимулирование рождаемости», «аборты»
Biomed	«Цифровое наблюдение»
Epidemic	«Угрозы национальной безопасности (ВИЧ СПИД)»; «иммунитет и здоровье нации»
Nation building	«Иммунитет и здоровье нации»; семейный дискурс с акцентом на здоровый образ жизни; население как биополитический капитал, стратегический ресурс
State of emergency	«Чрезвычайное положение»

Источник: составлено автором.

Тайвань имеет высокий уровень политических прав и гражданских свобод (по состоянию на 2021 г., соответственно, 38/40 и 56/60, что характеризует политическим режим Тайваня как свободный). Для сравнения, политический режим КНР характеризуется тем же индексом как несвободный и имеет следующие оценки политических прав и свобод, соответственно, 2/40, 11/60.

Не только режим отличает Тайвань от континентальной части. При рассмотрении биовласти, воспроизводимой на территории острова, можно заметить, что она имеет совершенно иной характер, нежели в материковой части КНР. Тайвань один из первых в регионе признал и разрешил на законодательном уровне однополые браки (2019 г.)⁷. Ранее на том же законодательном уровне были приняты законопроекты, запрещающие дискриминацию по сексуальному и гендерному признаку в сферах образования⁸ и занятости⁹.

⁷ Enforcement Act of Judicial Yuan Interpretation No. 748. 24. 05.2019. URL: <https://www.taiwannews.com.tw/en/news/3708500> (дата обращения: 16.06.2023).

⁸ Gender Equity Education Act. От 23.05.2005. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.7c20a84e-62b8d718-381eb4de-74722d776562/https/law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=H0080067 (дата обращения: 16.06.2023).

⁹ Gender Equity Education Act. 23.05.2007. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.7c20a84e62b8d718381eb4de74722d776562/https/law.moj.gov.tw/eng/ErrorPage.aspx?aspxerrorpath=/Eng/LawClass/LawSearchNo.aspx (дата обращения: 16.06.2023).

Вместе с тем биовласть на территории Тайваня затрагивает аспекты биомедицины и технологии. Так, в начале 2010-х гг. произошла легализация доступа к частной деятельности населения в приложениях для знакомств. Целью этого стало предотвращение распространения СПИДа, также запрещенной на территории Тайваня проституции и ее распространение через интернет.

Резюмируя, стоит еще раз подчеркнуть специфику биополитических практик в КНР и в целом в Азии: для региона характерен высокий уровень развития биотехнологий, их использование для контроля над населением (как это реализуется в Сингапуре, например). Также важная составляющая биополитики региона – ее демографическая направленность. Изучение биовласти в КНР иллюстрирует центральную роль демографической политики в развитии экономики и глобальном подъеме КНР.

Кейс Российской Федерации: поиск средств легитимации режима

В последнее десятилетие одним из ключевых аспектов российской политики стал возросший контроль государства за частной и общественной жизнью. Примерами тому могут послужить законопроекты в отношении пенсионного возраста, репродуктивных прав, гигиены, сексуальности, курения в общественных местах, использования нецензурной лексики, прав усыновления и другое.

Одним из наиболее ярких примеров институционализации биополитических практик в Российской Федерации последних лет является Федеральный закон о повышении пенсионного возраста¹⁰, который имеет ярко выраженную биополитическую сущность (непосредственно затрагивающую человеческое тело) в том, что он поощряет производительность стареющего населения, чтобы компенсировать снижение демографии и рынка труда.

Эти и другие примеры свидетельствуют об ориентации российской государственной власти 2010–2020 гг. к институционализации биополитических практик для укрепления политического режима. Динамика использования биополитических практик в Российской Федерации, в соответствии с результатами количественного и качественного исследования, укрепляется и стабилизируется. Подобная политика имеет выраженный государственный характер, подкрепленный традиционными ценностями.

Кейс Японии: биополитика старения

В рамках имплементации биополитических практик правительство Японии акцентирует внимание на семейной и репродуктивной политике, политике труда.

Эти силы в настоящее время находятся в неравновесном состоянии: стареющее население, резко падающая рождаемость, сокращение рабочей силы и несколько десятилетий экономического спада. Кризис заботы усугубился после землетрясения, цунами в марте 2011 г., которые затронули бедные сельские районы с непропорционально большим числом пожилых людей [6].

До середины-конца XX в. казалось, что японская демографическая политика была успешна: хорошее питание, здоровое население, высокий уровень образования, высокая продолжительность жизни, низкий уровень безработицы и высокие темпы экономического роста уровня. Однако именно этот «успех» и привел к нынешнему демографическому кризису.

Ожидается снижение трудоспособного населения с 80,73 млн чел. в 2010 г. до 45,95 млн чел. в 2055 г. [7]. Актуализируется вопрос о экономике: снижаются налоговые поступления, вследствие чего

оплата пенсий, социальных пособий и медицинского обслуживания сокращается. Вместе с тем встает вопрос о поиске рабочей силы для физического ухода за возрастной категорией населения. Чтобы улучшить это соотношение и избежать сокращения пенсий, социальных выплат, Японии нужно было бы повысить уровень рождаемости, повысить пенсионный возраст и позволить существенно увеличить иммиграцию людей трудоспособного возраста [8].

Усилия правительства по повышению рождаемости были неэффективны [9], некоторые исследователи ссылаются на «забастовку» со стороны молодых людей, которые откладывают вступление в брак и рождение детей [10]. Это должно рассматриваться как форма сопротивления формам дисциплинирования: молодые образованные мужчины и женщины из среднего класса отказываются участвовать в системе брака и семьи, если они больше не могут стремиться к постоянной занятости на полный рабочий день, которая была идеалом на протяжении большей части XX в. (благодаря чему был вышеупомянутый экономический прогресс).

Обсуждение ухода за детьми, домашнего труда и ухода за немощными, пожилыми и инвалидами часто предполагает гендерное разделение труда в нуклеарной семье [9]. Никогда не состоявшие в браке, овдовевшие, разведенные и негетеросексуальные отношения становятся невидимыми при обсуждении ухода [11]. Поскольку у женщин ожидаемая продолжительность жизни выше, чем у мужчин, и они, как правило, моложе своих мужей, ожидается, что жены переживут своих мужей и будут нести ответственность за заботу. Согласно государственной статистике за прикованными к постели пожилыми родственниками ухаживают: муж (13,3%), жена (28,4%), сын (13,3%), дочь (16,6%), невестка (23,8%) и другие (4,7%), что означает, что примерно 70% в большинстве случаев ухаживать будет за старшей женщиной [12]. В этом смысле правительство Японии стремилось к «идеологии пола»: сделать так, чтобы казалось «естественным», что женщины должны заботиться о детях, муже и престарелых родственниках. Страхование лиц, осуществляющих уход, позволяет оказывать временную или неполную оплачиваемую помощь, но бремя управления деятельностью и расписанием родственников, оплачиваемых опекунов и волонтеров непропорционально ложится на женщин.

¹⁰ Федеральный закон от 03.10.2018 № 350-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплаты пенсий».

Кейс Индии: демография в сочетании с биотехнологиями

Нынешнее биополитическое поле в Индии во многом ограничено демографической политикой. Индия занимает первое место в мире по численности населения. Поэтому государство предпринимает попытки с помощью проводимой политики контролировать численность населения. Иногда эти попытки имеют достаточно жесткий, декларативный характер. В этом смысле основная проблема для страны – нарушение репродуктивных прав. В неформальном поле долгое время существовали стерилизационные лагеря для бедного населения, не так давно была отменена принудительная стерилизация женщин (только в 2016 г). Вместе с тем в стране существует практика селективных абортов. После Китая в Индии самое неравное соотношение полов при рождении. На эти две азиатские страны приходится от 90 до 95% примерно от 1,2 до 1,5 млн случаев нерождения девочек во всем мире ежегодно из-за предвзятого (перинатального) выбора пола [14]. Попытки государства регулировать медицинский аппарат и нормы женской телесности с помощью социальной политики представляли собой гендерную биополитику управления репродукцией, которая приводила не только к прямому психологическому и материальному ущербу женщинам, но и способствовала усилению социальных предубеждений против девочек. Несмотря на то что индийский сценарий отличался от случая такой страны, как Китай, с его политикой одного ребенка и строгим, принудительным регулированием воспроизводства, политика поощрения девочек в Индии, а также механизмы контроля над рождаемостью, принятые государством, всегда были тесно связаны с биополитическими дискурсами, которые стремились возвеличить рождение «ценных сыновей», мальчиков, одновременно прося родителей «позволить родиться дочерям», тем самым продвигая определенные виды значения и приписывая более низкую ценность женщинам и дочерям посредством формулирования такой же жесткой политики [14].

Вторая составляющая биополитики в Индии – большое развитие биотехнологий и биоинформатики. В Индии, в отличие от авторитарных соседей, сделан упор не на контроль над населением с помощью биотехнологий, а на экспорт продукции от развития отрасли. Так, например, большой вес в экономике Индии имеет сфера фармакологии. С начала

2000-х гг. реализация политики государственных ведомств превратилась в стремление Индии стать мировым лидером, опираясь на национальный опыт работы в области информационных технологий и фармацевтики. Однако отсутствует единая консолидированная стратегия в этом направлении: это объясняется слабым взаимодействием науки и государства. Индия не имеет установленного научного сообщества, способного определять собственную повестку в области биотехнологий, и, как следствие, невозможность связать эту повестку с нуждами государства и продвижением их через институты взаимного сотрудничества [15].

Выводы

Вопрос факторной роли типа политического режима в институционализации биополитических практик является мало разработанным исследовательским предметом. Для ответа на данный вопрос был проведен комплексный анализ биополитических практик и качественный анализ кейсов, ограниченных выборочной совокупностью. Результаты корреляционного анализа демонстрируют, что зависимости между динамикой политического режима и институционализацией биополитических практик не наблюдается. Проведение регрессионного статистического анализа в таком случае не является целесообразным. Подтвердилась нулевая гипотеза: нелиберальные автократии и либеральные демократии Азии институционализируют биополитические властные практики с одинаковой частотой.

В ходе исследования были выявлены категории биополитических практик, а также определены модели их имплементации. На основе собранных эмпирических данных, при глубинном качественном анализе кейсов наблюдаются различия в институционализации и применении биополитических практик в либеральном и нелиберальном режимах (например, в вопросе гендера и сексуальности). Различия в имплементации биополитических практик в вариативных политических режимах заключаются не в количественных (сколько практик и каких категорий), а в качественных характеристиках (моделях имплементации и реализации биополитических практик и их роли в политическом дискурсе страны). При детальном рассмотрении можно увидеть, как тематика той или иной категории биополитических практик разрастается до размеров политического дискурса (как это прои-

зошло, например, в России, где с принятием в 2013 г. закона, предусматривающего ответственность за «пропаганду нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних¹¹»).

Таким образом, были выявлены две характерные модели биополитических практик в динамике политического режима. Первая – либеральная (освободительная) модель. Она характерна для стабильных демократий (отсутствие динамики показателей СЛ, РР и общего рейтинга свобод), таких, как Япония. Модель отличается либеральной направленностью биополитических практик – подобные практики связаны с увеличением свобод сексуальных меньшинств, увеличением репродуктивных прав,

расширением антидискриминационного законодательства. Вторая модель – авторитарная (закрепощающая). Подобная модель характерна в большей степени для автократий и отличается наличием биополитических практик, подчеркивающих значение традиционных и религиозных ценностей в качестве ключевых принципов планирования семьи, гендерных и сексуальных вопросах, политике в отношении мигрантов и рабочей силы.

Вместе с тем хотелось бы отметить объективное ограничение данных, затрудняющее проведение количественного анализа влияния политического режима на институционализацию биополитических практик. Однако обнаруженные взаимосвязи (и их отсутствие) все же обладают исследовательским потенциалом для дальнейшей их разработки и проверки на различных эмпирических данных с целью выявления четких взаимосвязей.

¹¹ Федеральный закон от 30.06.2013 № 135-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона “О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию”».

References

1. Foucault M. Society Must Be Defended: Lectures at the Collège de France, 1975–1976. New York: Picador; 2003. 334 p. (In Russ.).
2. Foucault M. Security, Territory, Population: Lectures at the Collège de France 1977–1978. New York: Picador; 2009. 452 p. (In Russ.).
3. Schmitt C. Political Theology: Four Chapters on the Concept of Sovereignty. Cambridge: MA: MIT Press; 1985. 123 p. (In Russ.).
4. Makarychev A., Yatsyk A. Biopolitics and National identities: Between liberalism and totalization. *Nationalities Papers*. 2017;45(1):1–7. (In Russ.).
5. Foucault M. The Art of Public Administration. Paris; 1978. (In Russ.).
6. Ôtani J. Ageing Society, Health Issues and Disaster: Assessing 3/11. Natural Disaster and Nuclear Crisis in Japan. Response and Recovery after Japan's. 2012;50(1):237–254. (In Russ.).
7. Mackie V. Japan's Biopolitical Crisis. *International Feminist Journal of Politics*. 2014;16(2):278–296. (In Russ.).
8. Huguet J.W. Can migration avert population decline and ageing in East and Southeast Asia? *Journal of Population Research*. 2003;20(1):107–124. (In Russ.).
9. Roberts G. Pinning Hopes on Angels: Reflections from an Ageing Japan's. *Family and Social Policy in Japan: Anthropological*. 2002;13(8):54–91. (In Russ.).
10. Coulmas F. Population Decline and Aging in Japan: The Social Consequences. 2007;1–167. (In Russ.).
11. Kimoto K., Hagiwara K. Feminization of Poverty in Japan: A Special Case? Poor Women in Rich Countries: The Feminization of Poverty. 2010;202–229. (In Russ.).
12. Sugimoto Y. An Introduction to Japanese Society. Cambridge: Cambridge University Press; 2010;13(1):175–178. (In Russ.).
13. Connell R. Gender in World Perspective. Cambridge: Polity; 2009. 180 p. (In Russ.).
14. Kaur R., Kapoor T. The Gendered Biopolitics of Sex Selection in India. *Asian Bioethics Review*. 2021;13(7):111–127. (In Russ.).
15. Salter C. Bioinformatics and the Politics of Innovation in the Life Sciences: Science and the State in the United Kingdom, China, and India. *Science, Technology, & Human Values*. 2016;41(5):793–826. (In Russ.).

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 327(47)(045)
© Илюшин И. И., 2023

Исторические особенности международного партнерства регионов Российской Федерации как инструмент укрепления международной стабильности 2020–2022 годов (на примере г. Иркутска и Пфорцхайма)



Иван Иванович Илюшин, студент исторического факультета (бакалавриат), Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия
Ivan I. Ilyushin, student, Faculty of History (Bachelor's degree), Irkutsk State University, Irkutsk, Russia
ivan.iliushin@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается гражданская дипломатия и международное партнерство регионов РФ как инструмент выстраивания прямых гражданских связей между обществами разных государств. Также рассмотрены особенности выстраивания парадипломатических контактов между Иркутском и его иностранными партнерами через применение гражданской дипломатии. На примере побратимских связей Иркутска с городами Германии, Японии, Чехии, Польши и Литвы рассмотрены основные аспекты, определяющие эффективность и проблемы такого партнерства. В дополнение к этому указаны основные направления международного гражданского сотрудничества и их особенности, благодаря которым такое взаимодействие ценится всеми его участниками, что придает партнерству прочный и долговременный характер, устойчивый к внешним стресс-факторам. На примере иркутского опыта использования практики породненных городов рассмотрены основные успехи и недостатки данного института.

Ключевые слова: международные отношения; гражданская дипломатия; города-побратимы; партнерские связи; регионы; Россия; Германия

Для цитирования: Илюшин И. И. Исторические особенности международного партнерства регионов Российской Федерации как инструмент укрепления международной стабильности 2020–2022 годов (на примере г. Иркутска и Пфорцхайма). *Научные записки молодых исследователей*. 2023;11(5):43–50.

Научный руководитель: **Олейников И.В.**, кандидат исторических наук, доцент кафедры политологии, истории и регионоведения, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия / Scientific supervisor: **Oleynikov I.V.**, Cand. Sci. (Hist.), Associate Professor of the Department of Political Science, History and Regional Studies, Irkutsk State University, Irkutsk, Russia.

Historical Features of Russian Regional Partnerships for International Stability in 2020–2022 (on the example of Irkutsk and Pforzheim)

ABSTRACT

This paper discusses the use of civil diplomacy and international partnerships in Russian regions to foster connections between societies in different countries. The author explored how Irkutsk can establish paradiplomatic connections with foreign partners using civil diplomacy. Using the example of twinning relations between Irkutsk and the cities of Germany, Japan, the Czech Republic, Poland and Lithuania, the study considered the major aspects that determine the effectiveness and problems of such partnerships. The author outlined the main directions of international civil cooperation and their characteristics, making the partnership resilient to external stress factors. Also, the paper discussed the successes and disadvantages of using sister cities, using the example of the Irkutsk experience.

Keywords: international relations; civil diplomacy; partnerships; sister cities; regions; Russia; Germany

For citation: Ilyushin I. I. Historical features of Russian regional partnerships for international stability in 2020–2022 (on the example of Irkutsk and Pforzheim). *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):43–50.

Введение

В настоящий момент формирование многополярного мира происходит путем сложных преобразований международных отношений. Многие связи, продуктивно функционировавшие ранее, заменяются новыми, а некоторые остаются неизменными, несмотря на глобальную турбулентность. Показательным примером сохранения эффективных и разрушения неэффективных связей является Иркутск, длительное использование которым методов парадипломатии позволило сохранить возможность дальнейших конструктивных контактов с иностранными партнерами.

История показывает, что фундамент современного движения городов-побратимов был заложен во времена Второй мировой войны. Первым примером городов-побратимов являются г. Ковентри (Великобритания) и г. Сталинград. Их взаимодействие началось еще в 1941 г., когда женщины Ковентри женщинам Сталинграда написали послание, в котором было выражено сожаление и поддержка в связи с началом войны и бомбардировок. Второй раз послание поддержки было выслано в 1942 г., за подписью мэра Ковентри А. Р. Гриндлея [1].

Выбор Ковентри города Сталинграда для развития побратимских связей основан на общей судьбе городов в период Второй мировой войны, оба города являлись индустриальными центрами примерно одинаковой территориальной площади [2].

К началу 1942 г. были созданы Комитет англо-советского единства и «Комитет дружбы между Ковентри и Сталинградом», которые можно считать наглядным примером зарождающейся «народной дипломатии». Это подтверждается тем, что Комитет проводил англо-советские недели солидарности, «популяризировал» советскую культуру через показ фильмов, творческих выставок и т.д., организовывал сбор пожертвований для Сталинграда. По мнению исследователей, официально дружеские отношения были оформлены в 1944 г., когда был разработан проект «Узы дружбы», предполагавший визиты делегаций, осуществление переписки, взаимный обмен культурной составляющей жизни городов, что способствовало укреплению дружбы [3]. Однако только в 1955 г. был подписан двусторонний договор между городами. Это были первые в истории, официально оформленные отношения между двумя городами, которых по праву можно считать «пионерами интернациональной дружбы» [4].

В послевоенное время активно развивались движения общественных организаций, направленных на распространение идеи мира и разоружения, способствующей предотвращению новой войны. Так, одним из результатов функционирования побратимских связей стало создание совместной резолюции о запрете использования водородной бомбы, которая была направлена в 1954 г. в Комиссию по разоружению ООН, чтобы ограничить возможность возникновения вооруженного конфликта с применением такого оружия. По мнению В.Б. Максимова, данная мера не привела к какому-то положительному действию, что подтолкнуло активистов движения городов-побратимов объединиться в единую структуру, которая имела бы большой вес на международной арене [5, с. 122].

В 1957 г. благодаря усилиями французских журналистов в г. Экс-Ле-Бене (Франция) на конгрессе была основана Всемирная федерация породненных городов (далее — ВФПГ). Целью ВФПГ было содействие развитию сотрудничества и дружбы в области культуры, просвещения, информации, спорта и туризма, экономики и торговли между иностранными городами и их населением на основе прав и свобод человека без признаков какой-либо дискриминации. Оказание помощи городам развивающихся стран закреплено как основное направление деятельности ВФПГ. В этом же году Сталинград официально вошел в состав членов ВФПГ.

В работе ВФПГ присутствовало много проблем, связанных с нежеланием представителей иностранных органов власти сотрудничать с советскими городами, так как они видели в Федерации прямой инструмент советской пропаганды [6]. Тем не менее, несмотря на наличие недоверия между социалистической и капиталистической системами, происходило постепенное расширение побратимских связей между городами через официальную переписку руководителей муниципальных образований, основное внимание которых сводилось к изучению иностранных языков для установления взаимопонимания между населением [5]. В 1959 г. были установлены связи между Сталинградом и Дижоном (Франция), которые показали муниципалитетам всего мира, что любые ограничения можно преодолеть.

В то же время кроме ВФПГ существовали и другие организации, объединяющие своих членов на основании политических факторов. Среди них выделялись: Совет европейских коммун, Между-

народный союз городов и самоуправления, Американская муниципальная ассоциация и др.

Больше, чем через десятилетие после своего утверждения, к 1970 г. в Федерацию было принято около 1000 городов из 50 стран мира. К началу XXI в. Федерация включала в себя 3500 городов из 160 стран мира, где более 100 городов установили связи с 200 иностранными городами¹.

В 2004 г. на международной арене появилась новая структурная единица Всемирная организация Объединенные города и местные власти (ВО ОГМВ), основанная на слиянии ВФПГ и Международном союзе местных властей (МСМВ). Структура осуществляет свою деятельность по настоящее время, и ее основная цель заключается в оказании поддержки местным органам власти в осуществлении международного взаимодействия на муниципальном уровне².

Таким образом, протопобратимские связи существовали в глубокой древности, однако толчком для установления дружественных связей между населением городов разных стран мира стал официальный статус только после Второй мировой войны, когда требовалось преодолеть идеологические и политические барьеры. Примером тому служит взаимодействие Ковентри и Сталинграда, которое сыграло роль в институционализации побратимского движения, когда была организована работа Всемирной федерации породненных городов по достижению взаимопонимания между народами разных стран, исключая из своей деятельности политический аспект, что не всегда удавалось. Начавшиеся контакты между городами показали, что в гражданском обществе повысился уровень активности, а развитие муниципального образования не замыкается на одной точке, а, наоборот, способствует использованию опыта иностранных городов в разных сферах. Представителям общественности удалось создать новый вид дипломатии — «народную дипломатию», направленную на борьбу за сохранение мира и порядка.

Среди всех видов взаимосвязей городов именно города-побратимы предполагают наличие нерегламентированной свободной системы, форми-

¹ Fédération Mondiale des Villes Jumelées Archives. Amsterdam; 2022. URL: <https://search.iisg.amsterdam/Record/ARCH00406> (дата обращения: 30.04.2023).

² World Organization of United Cities and Local Governments. Barcelona; 2021. URL: <https://www.uclg.org/en/organisation/about> (дата обращения: 30.04.2023).

рующей самими городами. У города может быть неограниченное количество городов-побратимов в каждой стране. Интересы городов-побратимов могут представлять не только органы государственной власти, но и представители некоммерческих структур и другие гражданские образования [7]. Приоритетное значение в побратимском сотрудничестве после экономических связей отдается в первую очередь развитию культурных обменов, затем только поддержание исторических связей [8]. Общественные организации городов-побратимов осуществляют деятельность только в сфере своей компетенции, которая за ними закреплена.

Теоретические представления о «побратимстве» можно рассмотреть с точек зрения существующих в мировой науке «континентальной» и «морской» школ.

Континентальная школа представляет собой традиционную европейскую школу, основной идеей которой является осуществление социокультурного взаимодействия между породненными городами. Представители направления утверждают, что схема взаимодействия между городами-побратимами не регламентирована [8]. Пары городов-побратимов самостоятельно определяют, исходя из целей, интересов и собственных ресурсов, какая из сфер является более приоритетной для сотрудничества; в первую очередь развиваются социокультурные, а только потом экономические связи. Тем не менее исследовательское сообщество придерживается точки зрения, согласно которой прочные связи устанавливаются между теми городами прочнее, где имеется общее прошлое. Отсюда следует, по мнению Г.О. Ярового, что побратимство выступает «мягкой силой», когда общественность одного государства воздействует на общественность другого государства, где последнее воздействует на свое правительство [7, с. 44].

«Морская школа» (страны Тихоокеанского региона) рассматривает побратимство как стратегию экономического сотрудничества и выгод, положительно воздействующих на местную экономику. Экономическое сотрудничество осуществляется через реализацию образовательных обменных программ (когда специалистам создаются условия для их реализации и построения карьеры), сотрудничество в туристической сфере и области малого и среднего предпринимательства, что позволяет установить бизнес-контакты между элитами городов-побратимов.

Ни одна из школ не противопоставлена другой, а на основе изложенного справедливо предположить, что побратимство должно использовать все присущие ему возможности (социо-культурные и экономические). На основании теоретических положений школ можно предположить, что основным критерием для выбора города-побратима являются культурные и экономические связи, хотя эта тема недостаточно изучена исследователями.

По мнению К.В. Фархутдиновой, муниципальные образования с помощью городов-побратимов могут осуществлять на местном уровне следующие виды сотрудничества:

1) экономическое сотрудничество, предполагающее позитивное влияние на местную экономику через увеличение количества рабочих мест, повышение уровня квалификации сотрудников предприятий, повышение инвестиционной привлекательности данных предприятий и создание совместных предприятий;

2) социальное сотрудничество должно быть направлено, с одной стороны, на создание ощущения у людей, что они являются частью мирового сообщества через получение информации о культуре другого сообщества, с другой стороны – населению страны дается возможность рефлексировать об образе и уровне жизни собственного государства. В данном аспекте сотрудничество осуществляется по нескольким направлениям: между отдельными личностями (официальные визиты делегаций врачей, учителей, спортсменов и т.д.), между учреждениями и объединениями (спортивными, культурными, научными, образовательными, молодежными, творческими). Отмеченный вид сотрудничества может осуществляться в сфере развития туризма между городами, информационной освещенности совместных мероприятий в СМИ, и, наконец, распространения языка среди населения;

3) сотрудничество в решении экологических проблем, в рамках которого проводятся совместные мероприятия по информационному освещению экологической проблемы и поиску путей ее устранения; формирование у граждан экологического сознания [9].

З.И. Колева к функциональным аспектам побратимства добавляет такие направления, как:

1) побратимство и изменение значения города – город через побратимские связи становится одним из участников процесса глобализации,

в котором конкуренция за людские, финансовые и информационные ресурсы выходит за рамки государственных границ;

2) побратимство и изменение качества жизни — образовательные, медицинские проекты и проекты в области досуга позволяют повысить качество жизни населения породненных городов;

3) миграционные и демографические процессы — реализация проектов в городах-побратимах позволяет сократить отток населения и даже привлечь новых горожан [10].

Иркутск использовал инструменты народной дипломатии достаточно продолжительное время — еще в 1967 г. были установлены отношения с немецким Карл-Маркс Штадтом, благодаря которым осуществлялись профессиональные и культурные контакты делегаций, состоящих из рабочих, деятелей культуры и других горожан, которые таким образом способствовали установлению взаимопонимания между обществами. Стоит отметить, что к 1970 г. Иркутская область вышла на 3-е место в РСФСР по количеству принимаемых туристов и не последнюю роль в этом сыграло успешное установление вышеописанных контактов [11]. Несмотря на разнообразные примеры использования парадипломатии в современных международных отношениях, исследователями данный вид взаимодействия определяется по-разному. Однако различные определения данного инструмента оставляют неизменной его суть, а именно — ответственность в первую очередь субгосударственных единиц (территориальные единицы государств), публичный и подконтрольный государству характер осуществляемых контактов. Основной целью, стоящей перед субъектами дипломатии, в таком случае является выстраивание интернациональных отношений для реализации своих интересов с помощью и привлечением международных партнеров.

Гражданская дипломатия также может быть типологизирована по своим масштабам. Первые шаги в этом направлении были сделаны западными политологами, среди которых можно выделить И. Фрай, Д. Кинкейд и А. Лекур. Указанные исследователи акцентировали внимание на трех уровнях отношений данной направленности:

а) трансграничная региональная парадипломатия, предполагающая формальные и неформальные контакты между соседствующими регионами;

б) трансрегиональная парадипломатия, в основе которой лежит взаимодействие между корпораци-

ями и правительствами территориальных единиц отдельных стран;

в) глобальная парадипломатия, базирующаяся на официальных политических связях и контактах государственного уровня — между правительствами, международными организациями и т.д.

Отдельные территориальные единицы государств могут принимать активное участие в международных процессах несколькими путями, среди которых:

- организация представительств в иностранных государствах;
- организация международных визитов представителей власти, гражданских обществ, деятелей культуры и профессиональной среды, бизнес-партнерство и т.п.;
- проведение культурных мероприятий в иностранных государствах и взаимодействие с местными сообществами.

Используя данные и другие инструменты гражданской дипломатии, регионы имеют возможность привлекать зарубежные инвестиции, формировать и реализовывать собственную программу зарубежных связей, что позволяет властным институтам более эффективно решать актуальные вопросы жизни граждан, показательным примером чему может служить международное партнерство Иркутской области и г. Иркутска.

Непростая политическая обстановка и социально-экономическое положение в стране и области не помешали Иркутску установить партнерские отношения с Пфорцхаймом. Подписание официального соглашения о дружбе и сотрудничестве произошло в 1999 г., во многом благодаря имиджу региона и уже наработанным контактам. В последующем данное партнерство лишь углублялось и расширялось, включая в себя новые сферы: от культурного и образовательного сотрудничества стороны перешли к сфере медицинских технологий, градостроительства, дорожного строительства и др. Схожие по уровню конструктивности отношения сложились у Иркутска с японской префектурой Исикава и г. Канадзава, соглашения с которыми были подписаны в 1966 и 1967 гг.³ Сотрудничество приносило пользу всем сторонам; при поддержке японских специалистов и экспертов был постро-

³ 4 Мая на карте Иркутска появилась улица Канадзавы. Глагол. 04.05.2022. URL: <https://glagol38.ru/text/04-05-2022/005> (дата обращения: 26.04.2023).

ен Иркутский диагностический центр – лучшее на тот момент учреждение в Сибири Дальнем Востоке [12].

Несмотря на существование подобных практик, не всегда их удается реализовать успешно. Иркутск также имел партнерские отношения с литовским Вильнюсом, польским Ченстохова и чешским Карловы Вары. Все эти города весной 2022 г. объявили о разрыве отношений [13]. Примечательно, что соглашения с ними были подписаны в 2011–2012 гг., но активное сотрудничество во многом осталось на бумаге, несмотря на заявления сторон о больших ожиданиях от него. Как представляется, причина неиспользования партнерского потенциала данного сотрудничества заключается в рамочном характере подписываемых соглашений. Стороны зачастую не имеют единой и понятной нормативно-правовой базы, поэтому делают акцент на двусторонние соглашения, в которых не оговаривается ответственность сторон за неисполнение плана мероприятий [14]. В отдельный пункт соглашения также может выводиться возможность пересмотра и изменения данного соглашения в любой момент, что также не мотивирует стороны проявлять выдающееся рвение в достижении намеченных целей. Сотрудничество в таком случае остается возможным, во многом благодаря личным инициативам отдельных акторов и понятным достижимым результатам, к которым стороны могут идти поступательно, убеждаясь в правильности и выгодном характере выбранного пути [15].

Объяснение этому несложно найти, обратив внимание на исторические основы построения данных контактов и на их экономический аспект. Как показала практика, русско-германское и русско-японское сотрудничество в рамках побратимских связей Иркутска, помимо многолетней истории, имело и материальное измерение – в числе ведущих торговых партнеров региона были именно Германия и отчасти Япония [12]. Взаимодействие с чешскими, литовскими и польскими партнерами, несмотря на заявления отдельных политиков⁴, не имело под собой столь прочной экономической, исторической и культурной базы. Естественным представляется, что такие контакты были разорваны одной из сторон в угоду конъюнктуре и политическим трендам, так

как не были подкреплены достаточной ценностью в глазах лиц, принимающих решения. Напротив же, многолетнее и продуктивное сотрудничество Иркутска со своими немецкими и японскими коллегами удержало их от подобных неконструктивных шагов, что позволяет с осторожным оптимизмом предполагать возобновление сотрудничества в будущем, что было подтверждено немецкой стороной – мэр г. Пфорцхайма Питер Боз заявил, что на данный момент невозможно предвидеть, как нынешняя ситуация в России действительно повлияет на текущие запланированные проекты и сотрудничество с Иркутском, и выразил надежду, что с немецкой стороны разрушение «мостов и связей» не произойдет, потому что это «мосты взаимопонимания» прежде всего – с людьми⁵.

Выводы

Таким образом, справедливыми представляются следующие выводы:

1. Побратимские связи в их современном состоянии начали активно формироваться после Второй мировой войны, однако практика «породнения» и установления подобного рода контактов между отдельными, в том числе субгосударственными, факторами международных отношений имеет более продолжительную историю. Участники создания парадипломатических отношений сталкивались с различными трудностями на своем пути, однако развитие и закрепление данного института в международной практике свидетельствует о том, что они были преодолены успешно.

2. Одним из условий успешного построения многополярного мира является конструктивное взаимодействие различных обществ, которое имеет своей целью достижение в первую очередь социально значимых результатов. Плоды такого сотрудничества, в том случае, если оно действительно имеет более важное значение, чем сиюминутная политическая конъюнктура, определенно послужат надежной базой развития дальнейших контактов. Подобные достижения позволяют укреплять международные связи как отдельных регионов, так и государства и общества в целом, под-

⁴ У Иркутска появился двенадцатый побратим. Аргументы и факты. 23.08.06.2011. URL: <https://irk.aif.ru/society/edu/79143> (дата обращения: 30.04.2023).

⁵ OB Peter Boch verurteilt Putins Angriffskrieg und ruft zur Solidarität mit der Ukraine auf. Stadt Pforzheim: сайт. 28.02.2022. URL: <https://www.pforzheim.de/stadt/aktuelles/pressemitteilungen/s1/article/detail/News/ob-peter-boch-verurteilt-putins-angriffskrieg-und-ruft-zur-solidaritaet-mit-der-ukraine-auf.html> (дата обращения: 30.04.2023).

нимая их имидж и авторитет на международной арене.

3. Несмотря на осложнение международной обстановки в настоящий момент и присущий ей турбулентный характер, целесообразным видится поддержание, последующая активизация и развитие имеющихся в распоряжении государства и общества связей с международными партнерами, так как они доказали свою эффективность в обеспечении устойчивого развития и процветания всех участников.

4. Примечателен также факт относительной простоты и определенной свободы от официоза, присущего контактам более высокого уровня. Данная особенность позволяет, в случае необходимости, активизировать сотрудничество относительно быстро и беспрепятственно, так как его предметом являются социальные вопросы. В перспективе контакты, уже восстановленные по указанным направлениям, с высокой долей вероятности приведут к экстраполяции конструктивной атмосферы на другие сферы международного сотрудничества.

Список источников

1. Белов Д.А., Болотов Н.А. Движение породненных городов: дипломатическая история становления и развития в военные и послевоенные годы. Победа – одна на двоих. Мат-лы международной научн.-практ. конф., 24 апреля 2014. Витебск: ВГУ им. П.М. Машерова; 2014:59–61.
2. Покоева И. Станет легче. *Baikalinfo*. 31.10.2007. URL: <http://baikal-info.ru/friday/2008/43/017002.html> (дата обращения: 18.04.2023).
3. Пищулина С.Ю. Побратимство городов как инструмент «народной дипломатии» в 1943–1945 гг. (на примере городов Сталинграда и Ковентри). Актуальные проблемы международных отношений и дипломатии. Мат-лы IV международной научн.-практ. конф., 24 мая 2019. Витебск: ВГУ им. П.М. Машерова; 2019:108–112.
4. Ковалева Е.А. Сталинград – Волгоград в движении породненных городов во второй половине XX в. *Грани познания*. 2015;3(37):52–56.
5. Максимов В.Б. Образование Всемирной Федерации породненных городов и начало ее деятельности. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: история, регионоведение, международные отношения*. 2011;1(19):121–127.
6. Ковалева Е.А. Роль Сталинградской битвы в развитии народной дипломатии и формировании обществ дружбы. *Известия ВГПУ*. 2018;4(127):223–226.
7. Дмитриенко А.А. Роль городов-побратимов в урегулировании миграционных потоков. Побратимство городов: состояние, возможности развития, вызовы, приоритеты. Международная научн.-практ. конф., 24 апреля 2021. Тюмень: ТГУ; 2021:142–147.
8. Яровой Г.О., Подольский М.А. Побратимство как инструмент социокультурного и экономического развития городов: сравнение «континентальной» и «морской» школ. *Studia Humanitatis Borealis*. 2014;2(3):40–48.
9. Фархутдинова К.В. Институт городов-побратимов в муниципальном праве Российской Федерации. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2019;12–3 (39):168–170.
10. Колева З.И. Побратимство как культурно-социальная практика, влияющая на формирование социального пространства города. *Вестник Самарского государственного университета*. 2012;8–1(99):50–54.
11. Боржонов Е.Л. Иркутская область – округ Карл-Маркс-Штадт (ГДР): опыт сотрудничества в 1960–80-е гг. Восток-Запад в контексте мировой истории: взгляд из Сибири. Мат-лы научн.-практ. конф., 23 апреля 2010. Иркутск: ИГУ; 2011:88–93.
12. Илюшин И.И. Иркутская область: политические вызовы в условиях глобальной турбулентности. Политические вызовы и политический диалог в условиях глобальной турбулентности. Мат-лы всеросс. конф. РАПН, 2–3 декабря 2022. М.: ИНИОН РАН; МГИМО МИД России; 2022:188–189.
13. Азизов Д. Сразу три европейских города разорвали с Иркутском побратимских связи. *ФедералПресс*. 18.05.2022. URL: <https://fedpress.ru/news/38/policy/3003431> (дата обращения: 27.04.2023).
14. Макаренко Т.Д., Ожегова Л.А. Побратимские российско-китайские отношения как форма международного сотрудничества. *Российско-китайские исследования*. 2019;(2):42–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pobratimskie-rossiysko-kitayskie-otnosheniya-kak-forma-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva> (дата обращения: 20.04.2023).

15. Котельникова Н.А. Иркутск в процессах международного сотрудничества в 2012 г.: анализ деятельности органов местного самоуправления в реализации побратимских связей. *Известия Иркутского государственного университета* Ч. 1. 2013;2(11):82–90. URL: <http://izvestiapolit.isu.ru/assets/articles/4473847080548345446.pdf> (дата обращения: 20.04.2023).

References

1. Belov D.A., Bolotov N.A. Movement of sister cities: Diplomatic history of formation and development in the war and post-war years. Victory is one for two. Materials of international scientific and practical conference, April 24, 2014. Vitebsk: VSU named after. P.M. Masherova; 2014:59–61. (In Russ.).
2. Pokoeva I. It will become easier. Baikalinfo. 10/31/2007. URL: <http://baikal-info.ru/friday/2008/43/017002.html> (accessed on 18.04.2023). (In Russ.).
3. Pishulina S. Yu. Sister cities as a tool of civil diplomacy in 1943–1945. (on the example of Stalingrad and Coventry). Current problems of international relations and diplomacy. Materials of the IV international scientific and practical conference, May 24, 2019. Vitebsk: VSU named after. P.M. Masherova; 2019:108–112. (In Russ.).
4. Kovaleva E.A. Stalingrad – Volgograd in the movement of twin cities in the second half of the 20th century. *Grani poznaniya = Edges of knowledge*. 2015;3(37):52–56. (In Russ.).
5. Maksimov V.B. Formation of the World Federation of Sister Cities and the beginning of its activities. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4: istoriya, regionovedenie, mezhdunarodnye otnosheniya = Bulletin of Volgograd State University. Series 4: History, regional studies, international relations*. 2011;1(19):121–127. (In Russ.).
6. Kovaleva E.A. The role of the Stalingrad Battle in the development of public diplomacy and friendship societies' formation. *Izvestiya VGPU = News of the VSU*. 2018;4(127):223–226. (In Russ.).
7. Dmitrienko A.A. The role of sister cities in regulating migration flows. Cities twinning: Status, development opportunities, challenges, priorities: International scientific and practical conference, April 24, 2021. Tyumen: TSU. 2021:142–147. (In Russ.).
8. Yarovoy G.O., Podolsky M.A. Twinning as a tool for sociocultural and economic development of cities: A comparison of the continental and maritime schools. *Studia Humanitatis Borealis*. 2014;2(3):40–48. (In Russ.).
9. Farkhutdinova K.V. Institute of Sister Cities in Municipal Law of the Russian Federation. *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2019;12–3(39):168–170. (In Russ.).
10. Koleva Z.I. Twinning as a cultural and social practice that influences the formation of the social space of the city. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Samara State University*. 2012;8–1(99):50–54. (In Russ.).
11. Borzhonov E.L. Irkutsk region – Karl-Marx-Stadt district (DDR): Experience of cooperation in the 1960–80s. East-West in the context of world history: A view from Siberia. Scientific and practical materials conference, April 23, 2010. Irkutsk: ISU; 2011:88–93. (In Russ.).
12. Ilyushin I.I. Irkutsk region: Political challenges in conditions of global turbulence. Political challenges and political dialogue in conditions of global turbulence. All-Russian materials conference. RAPN, December 2–3, 2022. Moscow: INION RAS, MGIMO Ministry of Foreign Affairs of Russia; 2022:188–189. (In Russ.).
13. Azizov D. Immediately three European cities broke their sister city links with Irkutsk. FederalPress. 05.18.2022. URL: <https://fedpress.ru/news/38/policy/3003431> (accessed on 27.04.2023). (In Russ.).
14. Makarenko T.D., Ozhegova L.A. Sister city Russian-Chinese relations as a form of international cooperation. *Rossijsko-kitajskie issledovaniya = Russian-Chinese studies*. 2019;(2):42–52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pobratimskie-rossijsko-kitajskie-otnosheniya-kak-forma-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva> (accessed on 20.04.2023). (In Russ.).
15. Kotelnikova N.A. Irkutsk in the processes of international cooperation in 2012: Activities analysis of local governments in the implementation of sister city relations. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta Ch. 1. = News of Irkutsk State University. Part 1*. 2013;2(11):82–90. URL: <http://izvestiapolit.isu.ru/assets/articles/4473847080548345446.pdf> (accessed on 20.04.2023). (In Russ.).

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 304.44(045)
© Ишуткина А. О., 2023

Опыт Республики Корея в продвижении музыкального бренда применительно к российскому рынку



Анна Олеговна Ишуткина, студентка факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия
Anna O. Ishutkina, student, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia
anneteish@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной работе автором проводится анализ корейской музыкальной индустрии для выявления конкретных тактик формирования клиентской лояльности. В рамках анализа выполняется исследование целевых групп на предмет изучения воздействия тактик на фанатские сообщества и измерения степени участия потребительских субкультур в построении лояльности. В условиях активного развития технологий онлайн-покупки и развлечения стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Новые рынки создали разнообразную и крайне конкурентную среду, в которой потребители находят затруднительным определиться с выбором из-за перегрузки информацией и широким спектром разных опций. Для поддержания конкурентоспособности на рынке компания должна научиться передавать, сохранять и распространять уникальные характеристики бренда. Одной из самых эффективных стратегий стало построение приверженности бренду, которое возможно сформировать за счет корпоративных тактик вовлечения аудитории. **Ключевые слова:** лояльность бренду; фанатские сообщества; потребительские субкультуры; корейская музыкальная индустрия; к-поп

Для цитирования: Ишуткина А. О. Опыт Республики Корея в продвижении музыкального бренда применительно к российскому рынку. *Научные записки молодых исследователей.* 2023;11(5):51–62.

ORIGINAL PAPER

South Korea's Experience in Promoting a Music Brand to the Russian Market

ABSTRACT

The paper studied the South Korean music industry to discover strategies for fostering customer loyalty. Also, the author analyzed the effect of the tactics on fan communities and to measure the level of consumption

Научный руководитель: **Галас М.Л.**, доктор исторических наук, профессор, департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, руководитель Научно-методологического объединения по миграционным и демографическим процессам, Финансовый университет, Москва, Россия / Scientific supervisor: **Galas M.L.**, Dr. Sci. (Hist.), Professor of the Department of Mass Communications and Media Business, Head of the Scientific and Methodological Association for Migration and Demographic Processes, Financial University, Moscow, Russia.

subcultures' engagement in building customer loyalty. With the active development of technology, online shopping and entertainment have become an integral part of our daily lives. New markets have created a diverse and highly competitive environment in which consumers find it difficult to make a choice because of information overload and a wide range of different options. To remain competitive in the market, a company must learn how to convey, preserve, and distribute the unique characteristics of the brand. One of the most effective strategies was building brand loyalty, which can be formed through corporate audience engagement tactics.

Keywords: brand loyalty; fan communities; consumption subcultures; Korean music industry; K-pop

For citation: Ishutkina A. O. South Korea's Experience in promoting a music brand to the Russian market. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):51–62.

Введение

В условиях активного развития технологий онлайн-покупки и развлечения стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Новые рынки создали разнообразную и крайне конкурентную среду, в которой потребители находят затруднительным определиться с выбором из-за перегрузки информацией и широким спектром разных опций. Для поддержания конкурентоспособности на рынке компания должна научиться передавать, сохранять и распространять уникальные характеристики бренда. Одной из самых эффективных стратегий стало построение приверженности бренду, которое возможно сформировать за счет корпоративных тактик вовлечения аудитории.

Южная Корея на сегодняшний день является страной, сумевшей построить многомиллиардное состояние за счет индустрии, полностью основанной на лояльности аудитории. Конечно, речь идет о популярной музыкальной индустрии Республики Корея — к-поп. Только одна музыкальная индустрия ежегодно приносит Южной Корее около 10 млрд долл. ВВП¹. Корейским исполнителям удалось не просто создать и распространить качественный продукт на территории родной страны, но и с невиданной ранее скоростью захватить международный рынок, сформировав лояльную фанатскую базу за последние несколько лет.

В данной работе будет применен междисциплинарный анализ для выявления конкретных тактик построения клиентской лояльности на корейском музыкальном рынке, а также проведено исследование с участием целевых групп. Исследование позволит в полной мере проанализировать особенности

построения приверженности бренду в корейской музыкальной индустрии, а также выявить реальное отношение потребителей и восприимчивость к данным тактикам.

Обзор индустрии

Корея, как и многие другие страны Восточной Азии, делает упор на развитие индустрии в сфере культуры как основной источник формирования бренда страны [1, с. 194]. Один из способов распространения государственной культурной и экономической политики Республики Корея в мировом сообществе является Халлю — «корейская волна» [2]. Большую часть культурного экспорта в рамках такой экономической стратегии занимает именно индустрия развлечений, включающая себя множество различных элементов: кинематограф, телевизионные шоу, музыка, искусство и мода. Рассмотрим подробнее музыкальную индустрию как фактор экономического успеха корейской волны.

К-поп (от англ. k-pop) — термин, означающий индустрию популярной корейской музыки. К-поп отличается от всех других музыкальных индустрий своей уникальной бизнес-моделью. В отличие от западного опыта культурного производства, где крупные компании находят перспективных артистов или коллективы и подписывают их, выдавая им финансирование на развитие своих проектов, в корейской индустрии действует практика «возвращения» артистов под запросы компании. «Трейни»² система организует прослушивания для отбора подростков 10–17 лет, которые в дальнейшем пройдут через сложную систему многолетнего обучения [3, с. 194]. В ходе этой программы будущие артисты

¹ K-pop is making billions for South Korea. Asia Fund Managers. URL: <https://www.asiafundmanagers.com/gbr/kpop-and-economic-impact-on-south-korea/> (дата обращения: 10.05.2023).

² Трейни (от англ. trainee — проходящий тренировки, обучение) — участник программы по подготовке артистов в корейской развлекательной компании.

обязаны посещать занятия по вокалу, танцам, уроки иностранных языков и другие организованные компанией классы. При этом все проходящие тренировки артисты живут в соответствии со строгим режимом: они не имеют право вести социальные сети, жить вне выданного компанией общежития, менять установленный компанией рацион питания и видаться с родственниками и друзьями. По сути, компания полностью контролирует жизнь своих артистов, которые обязаны в дальнейшем вернуть назад вложенные в них инвестиции благодаря успешной карьере [3, с. 193]. Такая система позволяет снизить шанс репутационных издержек компании до нуля, создав образ идеального артиста, соответствующего запросам компании и целевой аудитории. При кажущейся затратности воспроизводства артистов «с нуля» средний ROI данной системы превышает все возможные представления. Так как все инвестиции, вложенные в артистов, возвращаются за первые несколько лет активной деятельности.

Прибыльность индустрии развлечений не поддается сомнению, демонстрируя стабильный рост в миллиарды вон в год [4, с. 47]. Быстроразвивающаяся индустрия показывает рост экспорта в 23% в год на зарубежных рынках, что превышает показатели любой другой индустрии в Республике Корея [5, с. 6]. На 2020 г. к-поп стал одним из самых прибыльных музыкальных бизнесов в мире, имея стоимость в 5 млрд долл. [1, с. 195]. При этом доходы каждой отдельной компании корейской «большой четверки», в которую входят BigHit, JYP, YG и S.M., составляют десятки миллионов долларов за квартал [4, с. 46]. Однако финансовая выгода — это не единственная форма капитала, приносимая индустрией развлечений. Корейские исполнители становятся важной частью экспорта социального и гуманитарного бренда страны, становясь амбассадорами и послами Кореи на международных мероприятиях и представляя страну в международных организациях. Например, самая популярная группа на данный момент, BTS, назначенные «специальными посланниками по культуре», неоднократно выступали в Генеральной Ассамблее ООН, в Белом доме, встречались с президентом США Джо Байденом [6]. Участники другой известной группы, Stray Kids, выступили в качестве официальных амбассадоров корейского павильона на Expo 2020 Dubai³. Очевидно, что Республика

Корея осознает важность музыкальной индустрии как своего основного культурного экспорта на данный момент.

Анализ маркетинговых тактик формирования потребительской лояльности

Особая структура бизнес-модели и модели продвижения позволяет компаниям использовать уникальные тактики построения клиентской лояльности, не имеющие аналогов нигде в мире. В частности, данные тактики основаны на техниках геймификации и эксклюзивных экосистем. Рассмотрим эти тактики подробнее.

Геймификация:

1. Розыгрыш эксклюзивных билетов на фанатские мероприятия.
2. Рандомизированные фотокарты и другой мерчандайз в альбомах.
3. Голосование на музыкальных шоу и шоу на выживание.
4. Взаимодействие через Bubble.

Тактики геймификации активно применяются в к-поп с конца 00-х — начала 10-х гг. XXI в. Начало тактикам геймификации положила группа Girl's Generation (также известная как SNSD), впервые добавив рандомизированные фотокарты с участниками в свой альбом 2010 г. "Oh!"⁴. Вскоре за ними последовали и другие группы, стимулируя покупателей приобретать физические копии альбомов. Рандомизированные карты различаются по своей редкости, что делает некоторые карты привлекательными для перепродажи, так как самые редкие релизы могут продаваться за десятки тысяч долларов. Карты продаются не только в альбомах, но и кладутся в подарок за предзаказ, продаются отдельными паками, выдаются на концертах и т.д. Помимо фотокарт, в альбомы вкладывается и другой рандомизированный мерчандайз: постеры, фотополароиды, картонные стенды. Современный физический альбом к-поп группы или сольного исполнителя содержит множество случайно попадающихся товаров. Например, альбом группы Stray

³ [thenationalnews.com/arts-culture/music/2022/01/03/k-pop-acts-stray-kids-psy-sunmi-and-others-to-perform-live-at-expo-2020-dubai/](https://www.thenationalnews.com/arts-culture/music/2022/01/03/k-pop-acts-stray-kids-psy-sunmi-and-others-to-perform-live-at-expo-2020-dubai/) (дата обращения: 05.05.2023).

⁴ [Setting the story straight about KPop photocards. Republicaasia. URL: https://republicasiamedia.com/setting-the-story-straight-about-kpop-photocards/](https://republicasiamedia.com/setting-the-story-straight-about-kpop-photocards/) (дата обращения: 28.04.2023).

³ K-pop acts Stray Kids, Psy, Sunmi and others to perform live at Expo 2020 Dubai. National News. URL: <https://www.>

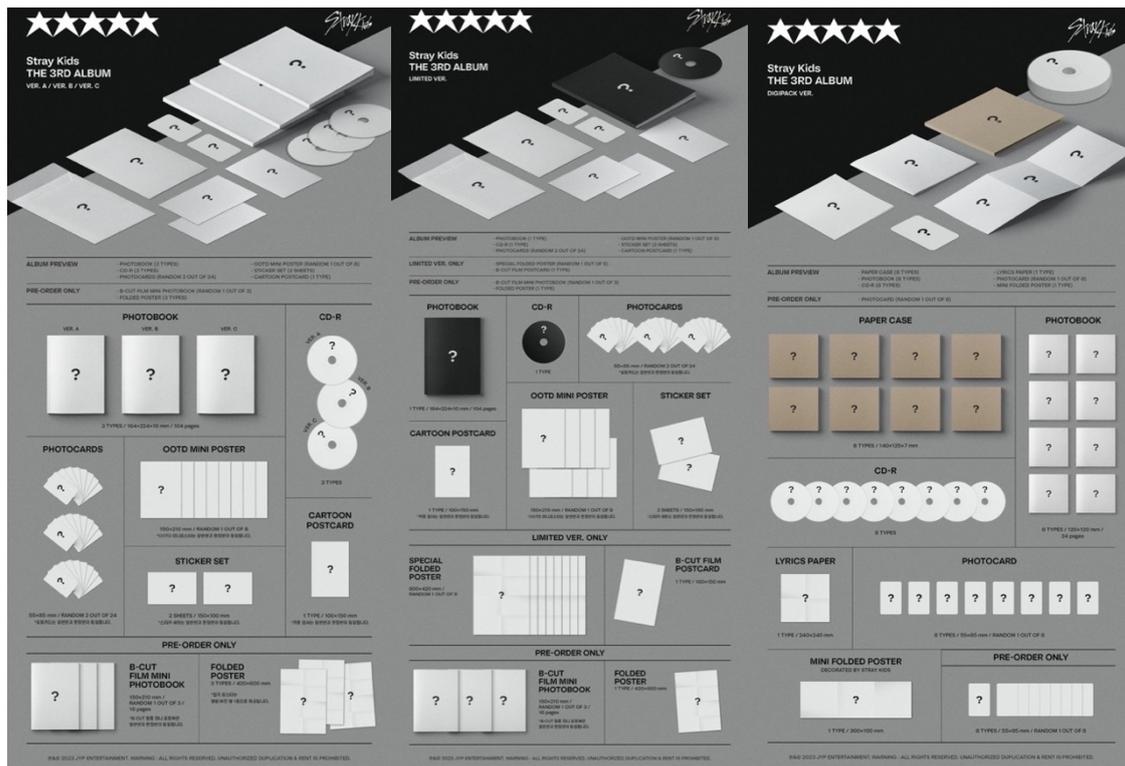


Рис. 1. Наполнение альбома 5-STAR

Источник: JYP Shop.

Kids «5-STAR», вышедший в июне 2023 г., полностью состоит из таких рандомно выпадающих составляющих: дисков, фотоальбомов, карт и т.д. (рис. 1). При этом сам альбом выйдет в 3 версиях: LIMITED, REGULAR и DIGIPACK EDITION, что стимулирует фанатов приобретать больше физических изданий в погоне за коллекционными товарами.

Но уникальные товары являются не единственным преимуществом приобретения альбомов и другого физического стаффа⁵. Покупка альбомов дает право участия в розыгрыше билетов на фанатские встречи с артистами, автограф-сессии или звонки с артистами. Это все мероприятия, на которых фанаты могут напрямую взаимодействовать с исполнителями, поговорив с ними, подарив подарки или подписав купленный мерчандайз. Ценность таких мероприятий возрастает с ростом популярности группы, поэтому это становится большим стимулом для приобретения товаров. Например, для того, чтобы получить минутный звонок или подписанный постер с Мин Юнги, участником группы BTS, выступающим под псевдонимами SUGA и AGUST D,

фанату нужно приобрести как минимум 1 альбом «D-DAY» через Weverse Shop GLOBAL⁶. Так как такие лотереи работают по принципу рандомизации, для того чтобы увеличить свои шансы на успех, многие фанаты приобретают сотни альбомов, что гарантирует им преимущество перед другими участниками. Из-за этого места на такие мероприятия часто выигрывают одни и те же фанаты. Такая тактика не только выгодна для компании, так как повышает интерес к участнику и стимулирует продажи, но и выгодна для фанатов, ведь они получают возможность взаимодействовать с кумиром даже на короткое время [7].

Другая геймификационная тактика, активно применяемая в к-поп, — это голосования. Данная тактика повышает заинтересованность аудитории, стимулируя ощущения принадлежности к успеху артиста: к его дебюту или получению наград и премий за деятельность. Голосования применяются в двух

⁶ BTS' Suga is holding multiple fan events in April and here's how you can register. Lifestyleasia. URL: <https://www.lifestyleasia.com/hk/whats-on/news-whats-on/bts-suga-fan-events-how-to-register/#:~:text=Video%20Call%20Fansign%20Event,-This%20event%20will&text=To%20enter%20the%20raffle%2C%20you,GLOBAL%20website%20till%20April%2018.> (дата обращения: 28.04.2023).

⁵ Стафф (от англ. stuff – вещи) – сленговое устоявшееся название коллекционного мерчандайза к-поп групп и сольных исполнителей.

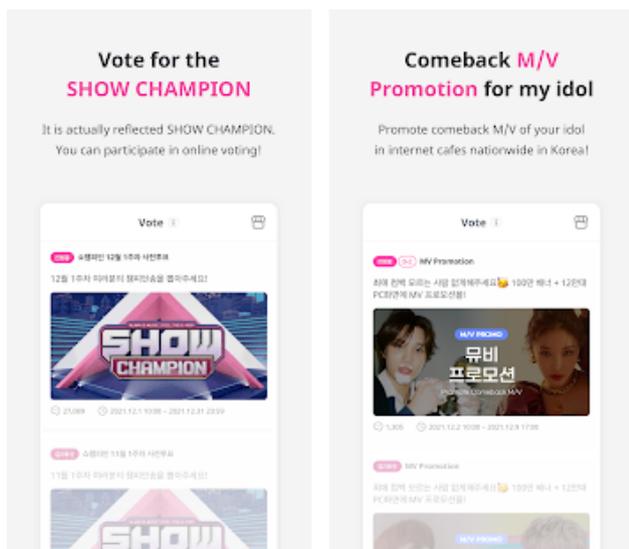


Рис. 2. IDOL CHAMP

Источник: Google play.

форматах: голосования на премиях и музыкальных шоу и голосования на игровых шоу. Для голосования на премиях можно использовать приложения или формат прямого голосования. Такие приложения, как IDOL CHAMP (рис. 2), существуют для упрощения системы голосования и другой поддержки артистов на рынке. Особенность IDOL CHAMP заключается в аккумуляции в одном месте всех тактик поддержки. В частности, приложение имеет систему внутренних баллов, которые можно получить за деятельность по поддержке и обменять на голоса в музыкальных шоу и премиях, рекламе камбеков⁷ онлайн и при помощи наружной рекламы на электронных билбордах. Голосования на премиях, в частности, голосования за дэсан (от кор. 대상 – главный приз), всегда становятся главным событием для фанатов, сплачивающим сообщество вокруг единой цели.

Другой формат голосования – это голосование на игровых шоу. Это могут быть шоу, где трейни из разных компаний участвуют в соревновании за возможность дебютировать, или же шоу, где уже дебютирующие группы соревнуются между собой. Примером первого являются шоу Boys Planet и Girls Planet от корейского телеканала Mnet. Цель шоу – создание группы из трейни разных компаний, которые в ходе программы создают юниты, исполняя оригинальные композиции или каверы

и танцевальные номера. Голосование на такой программе позволяет объединить фанатов разных исполнителей, так как здесь еще нет разделения по групповому фаворитизму. Фанаты голосуют и продвигают участников, которые нравятся им лично, что стимулирует личное вовлечение в гемификационный процесс.

Схожая ситуация наблюдается на игровых шоу с существующими группами, такими, как Kingdom: Legendary war и Queendom. Такие шоу позволяют группам привлечь новую аудиторию за счет просмотров фанатов других групп и укрепить лояльность своих фанатов. Фанатские голосования позволяют продвинуть группу в рейтинге соревнования и одержать победу. Несмотря на то что сама победа в шоу не дает преимуществ для группы, фанаты все равно стремятся закрепить за своей группой победу путем организации массовых голосований за их ультра⁸.

Последнее время среди фанатов к-поп популярность набирает приложение Bubble – социальная сеть, где фанаты за месячную плату получают возможность получать сообщения от любимого исполнителя⁹. За месячную плату фанат получает подписку на чат с артистом и возможность отправить ограниченное количество сообщений в ответ (рис. 3). Приложение функционирует таким образом, чтобы завлекать фаната в долгосрочное финансовое взаимодействие с компанией. Чем дольше длится подписка – тем больше внутренней валюты получает пользователь. Начиная с трех коротких сообщений, при помощи долгосрочной подписки на приложение фанат сможет постепенно увеличить длину отправляемых в ответ сообщений.

При этом данные очки сгорают, как только фанат отказывается от подписки. В таких условиях фанат постепенно формирует все более сильную эмоциональную привязанность, ведь структура приложения напрямую направлена на ощущение наличия реального общения. Помимо этого, отмены подписки может останавливать и счетчик: приложение отсчитывает очки и публикует персонализированные поздравления каждые 100, 200 и 300 дней, чтобы отметить «годовщину» общения с артистом.

⁸ Ульт [от англ. ult (сокр. От Ultimate) – совершенный] – устоявшееся сленговое название для обозначения самого любимого к-поп исполнителя или группы.

⁹ How K-Pop Apps Create the Illusion of Private Messaging with Celebrities. Nielsen Norman Group. URL: <https://www.nngroup.com/articles/kpop-private-messaging/> (дата обращения: 01.05.2023).

⁷ Камбек (от англ. comeback – возвращение) – продвижение артиста, связанное с релизом нового музыкального произведения или альбома.

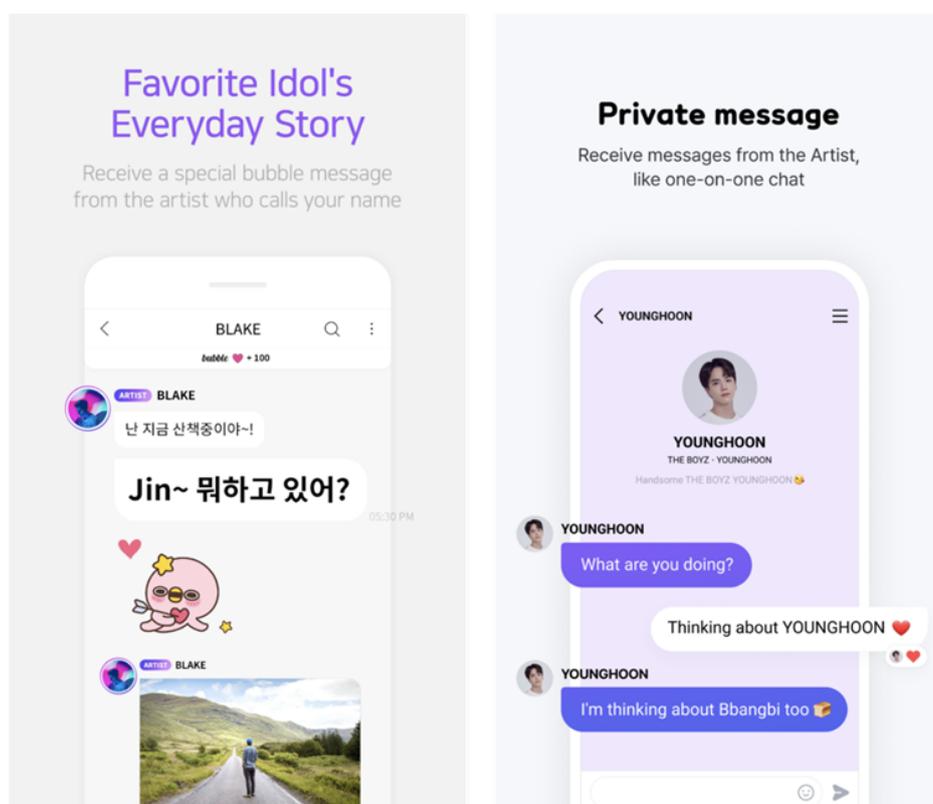


Рис. 3. Bubble

Источник: Google play.

Такие приложения создают ощущения уникальности и персонального взаимодействия с музыкантом, что стимулирует развитие парасоциальных отношений между знаменитостью и фанатами [8].

Эксклюзивные экосистемы:

1. Уникальный вокабуляр.
2. Эксклюзивные материалы из-за кулис профессиональной и личной жизни артистов.
3. Коллекционирование виртуальных и физических товаров.
4. Покупка официального членства в фанатском сообществе.

В к-поп, как и в других субкультурах, существует свой особый сленг, понятный исключительно фанатам. В данной работе ранее уже упоминались различные термины, связанные с деятельностью компании, фанатскими сообществами, группами и индустрией в целом. Особый язык, понятный лишь участникам, позволяет создать ощущение принадлежности, отличить «своих» от «чужих». В основном язык, используемый в сообществе, является прямым продуктом деятельности фанатских сообществ. Такие слова, как «биас», «стафф», «камбек», «ending fairy», «нетизен», «ульт» и т.д. были созданы фанатами для упро-

щения коммуникации с другими фанатами. Эти слова существуют только в рамках сообщества к-поп и не применяются по отношению к схожим сферам. Фанаты к-поп не применяют их для обозначения их отношений с западными артистами и их творчеством. Детальное изучение данных терминов занимает время и силы, что создает большую привязанность отдельно взятого фаната к сообществу в целом.

Важную роль в деятельности фанатов к-поп занимает приобретение товаров: физических и электронных. Такие товары позволяют не только отразить личную поддержку артистам, но и работает как dog whistle для других фанатов, выражая приверженность к сообществу. Компании регулярно выпускают широкий спектр различных товаров: от физических копий музыкальных релизов, карт и фотоальбомов, до плюшевых игрушек, одежды, и, конечно же, лайтстиков. Лайтстик (от англ. lightstick – светящаяся палка) – это ручной фонарик, который позволяет во время концерта отличить фаната определенной группы, что особенно полезно на музыкальных шоу или фестивалях с большим количеством участников. Лайтстики выпускаются официально компаниями и имеют самые разные



Рис. 4. Лайтстики

Источник: Weverse.

формы, ассоциируемые с группами (рис. 4). Например, лайтстик BTS имеет форму бомбы в честь названия фандома¹⁰ ARMY (от англ. — армия), а лайтстик Stray Kids отсылает к названию группы (от англ. stray — бродящий) и имеет форму компаса. Лайтстики в совокупности с устоявшимися фанатскими речовками создают ощущение единения среди фанатской базы. Свет лайтстиков и движение ими символизируют поддержку, выражаемую фанатами по отношению к артистам. При этом отключение лайтстика может выражать неодобрение. Например, в случае неодобрения деятельности группы или артиста фанаты нескольких групп могут договориться отключить свои лайтстики на время выступления. Такое коллективное действие называется «черным океаном», так как выступающие артисты в такой момент видят перед собой тихий темный зал. Данное действие отражает негативную сторону фанатской сплоченности, однако в последнее время используется крайне редко и имеет позицию, скорее всего, выражения солидарности.

К-поп является единственной фанатской субкультурой, членство в которой можно приобрести официально. Членства в фанатском сообществе продаются через магазин Weverse и имеют ряд преимуществ для членов фандома. Обычно приобрести такое членство можно в двух вариантах: физический пак с дополнительными товарами и электронный, который дает только идентифика-

ционный номер фаната. Покупка членства — это не только официальное закрепление фанатской привязанности, но и большое преимущество. Покупка официального членства ARMY, например, дает доступ к уникальному контенту, эксклюзивным товарам и самое главное — ранний доступ к покупке билетов на концерты. Это крайне важно в условиях к-поп, так как билеты на концерты в крупных городах, в частности в Сеуле, распродаются за считанные секунды.

Для создания ощущения привязанности к артисту как к личности, компании выпускают шоу с участием исполнителей. Артисты становятся гостями или ведущими различных развлекательных программ, выпускаемых онлайн. Такие форматы позволяют поближе познакомиться с артистом вне его рабочей деятельности, тем самым, разбивая барьер, который может ощущать фанат во взаимодействии с кумиром. Рассмотрим подробнее шоу, которые выпускает компания JYP для бой группы Stray Kids. Компания выпускает несколько развлекательных форматов: 2 Kids Room — шоу-интервью с двумя участниками группы об их взаимоотношениях, SKZ-TALKER и SKZ-TALKER GO!, демонстрирующие закулисные видеозаписи со съемок и концертной деятельности, SKZ VLOG — шоу, где каждый из участников снимает небольшое видео о своей повседневной жизни, и SKZ CODE — шоу с участниками, включающее в себя игровые эпизоды, путешествия, кулинарное шоу и другие развлекательные форматы. Помимо этого, на официальном канале также публикуются другие форматы, связанные с деятельностью группы: мини-фильмы о создании нового камбека, видео с разбором фанатских речовок, танцевальные практики, реакции на видеоклипы, поздравления на день рождения фандома, а также каверы и сольные проекты. Все эти проекты позволяют создать крепкую эмоциональную связь фанатской базы и участников. В таких условиях личность и социальные характеристики являются одной из важных составляющих общего восприятия артиста, смещая фокус с музыкальной составляющей на личностную.

Методология и анализ исследования

В результате анализа индустрии был выведен следующий ряд гипотез:

1. Маркетинговые тактики играют важную положительную роль в формировании вовлеченности в комьюнити бренда и лояльности бренду.

¹⁰ Фандом (от англ. fandom) — фанатское сообщество.

2. Уровень лояльности бренду напрямую зависит от вовлеченности потребителя в клиентское сообщество.

3. Сформировавшиеся потребительские субкультуры оказывают прямое воздействие на эффективность применяемых маркетинговых тактик.

4. Фанатские сообщества имеют различные по своей структуре связи с брендом, компаниями и субсообществами.

Для того чтобы детально исследовать воздействие маркетинговых тактик на потребительские сообщества, было проведено качественное исследование. В рамках исследования была проведена фокус-группа с участием фанатов к-поп для анализа мотиваций и эмоционального отклика на маркетинговые тактики, индустрию и отношения с компанией и артистами. Сценарий фокус-группы содержал в себе 20 вопросов, разбитых на 5 тематических блоков: общий потребительский опыт, геймификация, отношения фанат-сообщество, отношения фанат-компания, геймификация и эксклюзивные экосистемы. Участники фокус-группы являлись студентами высших учебных заведений в возрасте 18–20 лет и были отобраны по признаку своей вовлеченности в к-поп культуру. Участники исследования являются студентами высших учебных заведений Российской Федерации.

В ходе фокус-группы проводилась аудиозапись, которая в дальнейшем транскрибировалась. В ходе анализа каждого блока были выявлены основные тенденции и паттерны потребительского поведения, которые в дальнейшем были сгруппированы в 4 обособленных направления. При помощи тематического анализа были выявлены общие тренды, различия в ответах респондентов и ключевые слова. Эти элементы вошли в основу итоговых выводов, сделанных по исследованию.

Результаты

1. Структура сообщества и ее элементы.

Существуют общая терминология и структура социального поведения, разделяемая фанатами в рамках комьюнити. Фанатские сообщества в к-поп объединены общей культурой и увлечениями, разделяют общие ритуалы и черты поведения, которые создают ощущение принадлежности. Чаще всего для общения в рамках сообщества используются социальные сети, такие как ВКонтакте, Instagram и Twitter (соцсети признаны экстремистскими в России), YouTube. Основная цель взаимодействия

с другими фанатами — поиск актуальных новостей, информации об артистах и просмотр реакции других членов сообщества на скандалы.

Сообщество фанатов к-поп не гомогенно. Оно подразделяется на различные субгруппы по нескольким категориям: фанаты исполнителей конкретной компании, фанаты конкретной группы и фанаты из разных географических точек. Фанаты конкретной компании предпочитают следить и выступают в качестве поддержки для групп определенной развлекательной компании, например JYP или HYBE LABELS. Фанаты конкретной группы выделяются при помощи специального названия, например ARMY или STAY, имеют фирменный отличительный цвет, символ, слоган и речовки. Названия фанатских сообществ используются не только самими фанатами как инструмент самоопределения, но и компаниями для производства мерчандайза и контента. Наконец, респонденты отметили существующее различие между фанатами в разных точках мира: в России и СНГ, в Корею и США. В частности, были замечены различия в уровне вовлеченности в маркетинговые тактики, а также уровень реакции на события в рамках индустрии и другие особенности поведения. Например, в иностранных сообществах коллекционирование мерчандайза не выделяет фаната в особую категорию, в то время как в русскоязычном фанатском сообществе для такой категории фанатов есть специальный термин — «картонщики».

Большинство респондентов отметили высокий уровень самоорганизации и способность к объединению на основе общих проблем. При этом также было отмечено, что само сообщество имеет внутренний конфликт из-за его разделения на субсообщества, а также из-за неодобрения одними членами сообщества поведения других. В частности, фанаты стремятся дистанцироваться от членов фандома, чье поведение они считают негативным. Одна из респондентов описала это так:

«Если рассматривать к-поп в целом, без разделения на фандомы, если смотреть откуда-то извне, то к-поп сообщество довольно сплоченное. То есть вот эти люди они увлечены одним по факту большим каким-то, какой-то вещью одной большой, ну как-то находят друг друга, общаются между собой. А если рассматривать внутри, то можно сказать, что относительно разобщенное общество. Если изнутри смотреть, то уже тоже упоминали, что есть различные фандомы, есть адекватные, есть неадекватные фанаты, есть люди, у которых разные мнения на тот

или иной счет, есть люди, которые реагируют очень остро на какие-то вещи и так далее».

2. Отношения с компанией.

Узнаваемость развлекательных компаний в к-поп выше, чем в музыкальных индустриях других стран. Респонденты отметили, что могут определить и уточнить, к какой компании относится определенный артист. При этом маркетинговые тактики построения лояльности имеют наблюдаемый эффект только на сам «продукт»: конкретного исполнителя или группу. Тот же самый уровень лояльности не передается на компанию или музыкальный лейбл. Большинство респондентов ответили, что относятся к развлекательным компаниям негативно или с сильным скептицизмом. В основном такое суждение связано с плохим отношением к самим артистам: переработки, отсутствие защиты от скандалов, сильный контроль над личной жизнью.

«Мне кажется, многие фанаты, они не очень хорошо относятся к компаниям, потому что они очень любят айдалов, и им кажется, что компании могут как-то жестоко относиться к айдолам: не защищать их во время конфликтов. Общераспространенная практика, что компания такая “Я великий слепой”. Соответственно, это злит фанатов. Плюс часто обвиняют компании в том, что распределение партий какое-то не такое, что кого-то выделяют больше, кого-то меньше... Часто отношение к компаниям такое себе, но и бывает, когда компания очень хорошо себя ведет, поддерживает артистов, то и отношение к ним отличное».

«...самое ужасное, что они могут сделать — это когда они не дают рест группам, особенно когда один из участников, по нему понятно, что ему уже давно пора, потому что очень сильно болит спина, допустим. JYP вообще не дает рест (отдых — прим. Автора) Stray Kids. У них в июне очередной камбек, хотя они только вот как будто бы закончили что-то делать, а на самом деле не заканчивали. Они не отдыхали вообще последние года два и понятно, что с таким темпом работы артисты могут... ну..., краткосрочная у них будет карьера».

Помимо этого, фанаты также осознают, что компании относятся к ним исключительно как к источнику дохода. Среднестатистический фанат не ощущает, что его вклад в деятельность компании считают важным с ценностной стороны. Говоря о финансовой поддержке деятельности компании, например покупке альбомов или стриминге, фанаты адресуют свою поддержку именно артисту. Такое осознание

пренебрежительного отношения со стороны компании ставит высокую планку ожиданий для всей деятельности компании, в том числе производстве мерчандайза. Проблемы с качеством последнего также подкрепляет недоверие, сформированное у фанатов.

«Я до сих пор занимаюсь коллекционированием альбомов, SM Entertainment, замечательные люди, для NCT, где 23 человека делают 23 версии альбома для того, чтобы срубить больше денег. Ну это ладно, я могу понять экономическую сторону вопроса, и даже, может быть, готова потратить деньги на 23 версии, так как ульчу всю группу. Но когда этот альбом приезжает и разваливается у меня в руках, потому что он плохо склеен... Ну, друзья, ну это, это уже ну что это такое? Причем понятно, сколько у людей денег, ну они просто делают халтурно».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в к-поп лояльность компании и лояльность бренду не синонимичны. Несмотря на то что потребители демонстрируют высокий уровень приверженности и вовлеченности в комьюнити бренда, уровень недоверия к самой компании также высок. Помимо этого, фанатское восприятие отношений фанаты-айдолы-компания сформированы на мнении о компании как о ответственной стороне, имеющей всю силу в динамике, и айдолах как о третьей стороне, не имеющей силы и авторитета в принятии решений. Это объясняет, почему респонденты демонстрируют высокий уровень лояльности бренду при низком уровне лояльности компании.

3. Бренд-комьюнити и его влияние.

Бренд комьюнити играет большую роль в усилении тактик, применяемых компаниями. В частности, он выполняет две важные функции: рекрутинг новых фанатов и мобилизация на выполнение определенных действий. На вопрос о том, как респонденты познакомились с корейской музыкальной индустрией, большинство ответили, что интерес появился благодаря друзьям или знакомым, которые уже являлись фанатами.

«...она пришла ко мне, как раз тогда вышел Shoot Out Монсты (Monsta X — прим. Автора), и она говорит: “Это там произвело вообще фурор жесточайший, давай посмотрим, даже если не понравится — просто интересно, что это”. Я орала: “Нет, никогда, не буду, не надо”. Включает — все, дальше все как в тумане. Я сразу же выучила участников Монсты — это стала моя ульт группа».

Для фанатов участие в фандоме — это способ найти единомышленников, ощутить себя частью чего-то большего. Фанаты осознают свою принадлежность к коллективному действию. В частности, респонденты отмечали, что для них это возможность формирования крепких связей с незнакомыми людьми на базе общего интереса. В особенности это актуально для фанатов, которые относятся к маргинализированным группам или другим социальным категориям, ощущающим свою отстраненность от общества. Респонденты заметили, что маркетинговые тактики в к-поп, такие как построение экосистем, лучше всего работают на людей, которые не имеют сильных социальных связей в реальной жизни, поэтому выстраивают сообщества в интернете или формируют парасоциальные отношения с кумирами. В частности, на выстраивание таких связей оказывает влияние фансервис в форме взаимодействия с фанатами и демонстрации личной жизни артистов в онлайн-шоу. Тактики геймификации, такие, как голосования, укрепляют коллективный соревновательный дух и сплачивают людей в рамках фандома. Респонденты отмечают, что порог понимания фаната в к-поп намного выше, чем в других музыкальных индустриях и само понятие «фанат» предполагает регулярное систематическое участие в корпоративных тактиках построения лояльности.

«Быть среднестатистическим фанатом — это практически невозможно в к-попе, потому что все сделано для того, чтобы ты был частью сообщества. Можно слушать музыку — и все, но чаще всего к-поп как бы предполагает, что помимо того, что ты смотришь клипы, ты еще помогаешь на стриминговых платформах, чтобы продвигать новых артистов. Ты понимаешь, что ты делаешь это совместно с большим количеством людей. Большое количество развлекательных шоу, куча вариантов, как говорили. Все это предполагает, что ты — часть, единица какого-то большого механизма».

Участие в сообществах создает больше уверенности в способности внести значимый вклад в успешность бренда. Такая уверенность проявляется у единичных потребителей в намного меньших масштабах. Особенно такая форма коллективного мышления появляется в периоды сильных потрясений: трагедий в индустрии или в период голосований за крупные премии.

«...когда происходит какая-то проблема или беда, вот как со смертью Мунбина, все объединяются. Вот как, например, фанатка Джонхёна из SHINEE, она пришла к алтарю Мунбина и принесла шоколадки для фанаток, чтобы те, кто пришел голодный, могли хоть как-то перекусить».

4. Тактики построения приверженности бренду.

Общепринятой среди респондентов стала идея о высокой эффективности тактик геймификации и построения экосистем при формировании приверженности бренду. Все респонденты испытали трудности при назывании конкретных тактик геймификации и экосистем, однако успешно назвали их после пояснений модератора. Во многом это связано с низкой осведомленностью о приведенных понятиях, а также высокой степенью интеграции тактик в бренд, что мешает их мгновенному распознаванию. Самыми часто упоминаемыми тактиками стали голосования в приложениях по типу IDOL CHAMP, коллекционирование рандомизированных карт, использование внутренней системы награждения пользователей.

«Мне вот сейчас пришло, что вот в каждом альбоме от разных компаний приходит специальная карточка, которую сканируешь, и у тебя в приложении добавляются все купленные альбомы. И за это тебе зачисляются баллы, за которые ты получаешь скидки. Это хорошая тактика, но возможно только в странах Азии».

«В каком-то приложении для голосований за прохождение получаешь сердечки. То есть смотришь видео — получаешь сердечки, которые меняешь на голоса и в каком-то голосовании можешь отдать их за свою группу».

Среди тактик формирования эксклюзивных экосистем фанаты выделили лайтстики и развлекательные шоу с артистами. В частности, разговор про лайтстики привел к дискуссии и роли организованной фанатской ненависти в сплочении сообществ не только в рамках одного фандома, но в рамках фанатского сообщества в целом.

«Мне кажется, лайтстики очень способствуют построению экосистем, потому что даже на каких-то концертах всегда увидишь, что у EXO-L одни, у ARMY — другие. Ты всегда можешь определить определенную фанбазу по лайтстику. Но, конечно, на общих концертах это идет как бы в общую коммуникацию. Нет такого сильного расслоения, но ты все равно думаешь: “Она, может быть, и под-

держивает ЕХО, но у нее же арми бомбочка». Ну все все понимают».

«Разжигание ненависти тоже помогает сплотиться. Не только в сети Интернет, например, черные океаны, когда все договариваются вокруг определенной группы, выключают лайтстики».

На вопрос о том, на кого корпоративные тактики построения лояльности влияют больше, большинство респондентов ответили, что такие тактики больше ориентированы на фанатов из Азии, но добавили, что последнее время наблюдаемая разница между реакцией азиатских и иностранных фанатов постепенно уменьшается. При этом большая часть фанатов согласны, что корпоративные тактики фокусируются в первую очередь не на привлечении новых фанатов, а на удержании тех, кто уже сформировал некую связь с продуктом. В частности, респонденты связывают данное явление со сложностью в понимании функционала таких тактик.

«Я хотела сказать, что такая стратегия работает только на тех людей, кто уже в фандоме. Как минимум, потому что сложно изначально разобраться, где голосовать, как это делать. Это такая тяжелая история, которой ты увлекаешься только если прям безумно хочешь проголосовать за группу. А это все-таки не сторонний фанат, это фанат уже плотно в фандоме, ощущает себя причастным к какой-то культуре общей вот этого фандома, то есть вместе всем идти голосовать».

При этом респонденты отмечают, что эффективность данных тактик для компании не поддается сомнению, так как компании таким образом вкладываются в увеличение качества фанатской базы, формируя свою аудиторию за счет платежеспособной аудитории с высокой лояльностью. Помимо этого, участие в тактиках укрепляет связь с брендом, которая не дает фанату уйти в случае снижения интереса к продукту. Для фаната, который на протяжении длительного периода вкладывал свои ресурсы в деятельность исполнителя, будет практически невозможно отказаться от дальнейшей активности.

«Мы говорили, что компании вкладываются в фанатов, а фанаты им платят потом. Это исчерпывающий ответ. То есть реально, чем ты больше вложишь уже в приверженных тебе людей, тем больше они будут чувствовать, что их ценят, их любят, учитывают их интересы, тем больше они будут давать тебе. Как раз-таки это положительно сказывается для всех, и для бренда, в частности».

Выводы и ограничения

Потребительские или же фанатские сообщества в к-поп являются значимой рыночной силой, выступая одновременно и субъектом, и объектом маркетинговых процессов, существующих в индустрии. Как и многие другие фанатские субкультуры, фанаты к-поп обладают высокой степенью внутренней сплоченности при своей негомогенности. Высокая степень лояльности потребителей обусловлена особенностью маркетинговых тактик. При этом сами фанаты оказывают внимание на формирование данных тактик, по своей инициативе занимаясь продвижением артистов и компаний при помощи интернет-ресурсов и творческой деятельности. Отношения, сформированные на корейском рынке развлечений, являются взаимовыгодными для артистов и их фанатов. Адвокатство бренда является неотъемлемой частью участия в сообществе и выступает как показатель принадлежности к «реальным» фанатам.

Стоит отметить, что результаты, полученные в ходе исследования, отражают мнения категории студентов высших учебных заведений из крупных городов России. Данные могут различаться с мнениями других возрастных категорий или социальных групп. В частности, мнения представителей фанатских сообществ из России и других стран, например Республики Кореи, могут сильно отличаться из-за социокультурных факторов. При этом исследование отражает общие черты, присущие фанатской субкультуре вне зависимости от страны проживания. В данном случае проявляется явный потенциал для дальнейшего исследования поставленной проблемы. В том числе изучение различия в мнениях в зависимости от страны проживания, возраста и социального статуса.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что фанатские сообщества в к-поп играют ключевую роль в формировании приверженности бренду. Анализируемый в данной статье опыт будет полезен для применения компаниями по всему миру. В особенности опыт креативных индустрий Республики Кореи актуален для России в условиях снижения имиджа страны на международной арене. Развитие культурного экспорта при помощи упомянутых тактик способно стать важным инструментом для формирования положительного бренда государства и развития экономического потенциала индустрии развлечений.

Список источников

1. Фадеева А.В. Кореяская поп-музыка как часть культурного экспорта. Россия – Япония – КНР – Республика Корея: история, теория, практика и современные перспективы культурного сотрудничества. Сборник материалов Международной конференции, Новосибирск, 25–26 сентября 2020 г. Новосибирск: Новосибирская государственная консерватория имени М.И. Глинки; 2020:194–203.
2. Плюхина А.А. Креативная экономика как фактор экономического роста на примере музыкальной индустрии Южной Кореи. Творческая экономика для устойчивого развития. Сборник статей. Москва, 24–25 марта 2022 г. М.: Российский государственный гуманитарный университет; 2022:256–265.
3. Elfving-Hwang J. K-pop idols, artificial beauty and affective fan relationships in South Korea. *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. Glasgow; 2018:190–291. DOI: 10.4324/9781315776774–12
4. Хуссамов Р.Р., Гараева А.Р. Инвестиционный потенциал индустрии развлечений Республики Корея. *Петербургский экономический журнал*. 2021;(1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnyy-potentsial>
5. Гараева А.Р., Хуссамов Р. Продвижение культурных брендов как фактор экономического роста страны: на примере Республики Корея. *Инновационная экономика*. 2021;4(29):25–35.
6. Батырова А.Ф., Аминов И.Р. Применение «мягкой силы» в дипломатической деятельности Республики Корея на примере южнокорейской группы «BTS». *Слово в науке*. 2022;(9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-myagkoy-sily-v-diplomaticheskoy-deyatelnosti-respubliki-koreya-na-primere-yuzhnokoreyskoy-gruppy-bts> (дата обращения: 10.05.2023).
7. Xi Nannan & Hamari Juho. Does gamification affect brand engagement and equity? A study in online brand communities. *Journal of Business Research*. 2020;(109):449–460. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.11.058.
8. Horton D., Wohl R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*. 1956;(19):215–219.

References

1. Fadeeva A.V. Korean pop music as a part of cultural export. Russia – Japan – China – Republic of Korea: History, theory, practice and modern prospects for cultural cooperation. Collection of materials of the International Conference, Novosibirsk, September 25–26, 2020. Novosibirsk: Novosibirsk State Conservatory named after M.I. Glinka; 2020:194–203. (In Russ.).
2. Plyukhina A.A. Creative economy as a factor of economic growth using the example of the South Korean music industry. Creative economy for sustainable development. Collection of articles, Moscow, March 24–25, 2022. Moscow: Russian State University for the Humanities; 2022:256–265. (In Russ.).
3. Elfving-Hwang J. K-pop idols, artificial beauty and affective fan relationships in South Korea. *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. Glasgow, 2018:190–291. DOI: 10.4324/9781315776774–12
4. Khussamov R.R., Garayeva A.R. Investment potential of the entertainment industry of the Republic of Korea. *Peterburgskij ekonomicheskij zhurnal = St. Petersburg Economic Journal*. 2021;(1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnyy-potentsial>. (In Russ.).
5. Garayeva A.R., Khussamov R. Promotion of cultural brands as a factor in the economic growth of the country: The example of the Republic of Korea. *Innovacionnaya ekonomika = Innovative economy*. 2021;4(29):25–35. (In Russ.).
6. Batyrova A.F., Aminov I.R. The use of “soft power” in the diplomatic activities of the Republic of Korea using the example of the South Korean group BTS. *Slovo v nauke = The word in science*. 2022;(9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-myagkoy-sily-v-diplomaticheskoy-deyatelnosti-respubliki-koreya-na-primere-yuzhnokoreyskoy-gruppy-bts> (accessed on 10.05.2023). (In Russ.).
7. Xi Nannan & Hamari Juho. Does gamification affect brand engagement and equity? A study in online brand communities. *Journal of Business Research*. 2020;(109):449–460. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.11.058
8. Horton D., Wohl R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*. 1956;(19):215–219.

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 314.04(045)
© Мастерова С.Н., 2023

Привычки здорового питания как внутренний фактор выбора рациона питания населением России



Светлана Николаевна Мастерова, студентка экономического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
Svetlana N. Masterova, postgraduate student, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0009-0002-9521-9576>
s.masterova@bk.ru

АННОТАЦИЯ

Привычки здорового питания являются важным внутренним фактором, который влияет на выбор рациона питания населением. Люди, которые придерживаются здорового образа жизни и питания, склонны выбирать продукты, богатые питательными веществами и низкокалорийные, а также ограничивать потребление продуктов, содержащих много жиров, сахара и соли. С учетом того, что в настоящее время наблюдается рост заболеваемости хроническими заболеваниями, связанными с неправильным питанием, такими как ожирение, диабет, артериальная гипертензия, сердечно-сосудистые заболевания и др., исследование здорового питания населения становится еще более актуальным. Кроме того, современный образ жизни и изменения в пищевой промышленности привели к увеличению потребления готовой пищи, богатой консервантами, сахаром и жиром, что ухудшает качество питания и здоровье населения. Исследование здорового питания населения помогает выявить проблемы в пищевой культуре и предложить рекомендации для улучшения питания и здоровья населения.

Цель исследования – рассмотреть привычки здорового питания в качестве внутреннего фактора выбора рациона питания населением России. В исследовании поставлена задача: изучить факторы выбора питания и рассмотреть привычки здорового питания в качестве внутреннего фактора выбора рациона питания населением России. В данной работе использовались такие методы исследования, как анализ, синтез и метод сравнения, анализ российской и зарубежной научной литературы.

Привычки здорового питания могут быть сформированы в детстве и поддерживаться на протяжении всей жизни. Они могут быть также влиянием культуры, образа жизни и социального окружения. Например, люди, которые живут в регионах с высоким уровнем здорового питания, склонны выбирать продукты, которые являются частью местной кухни и традиций. Исследование привычек здорового питания населения позволяет выявить тенденции и изменения в потре-

Научный руководитель: **Кучмаева О.В.**, доктор экономических наук, профессор кафедры народонаселения экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, главный научный сотрудник Института демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (ИДИ ФНИСЦ РАН) / Scientific supervisor: **Kuchmaeva O.V.**, Dr. Sci. (Econ.), Professor of the Department of Population, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Chief Researcher of the Institute of Demographic Research of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences (IDI FNSC RAS), Moscow, Russia.

блени продуктов и оценить эффективность программ по пропаганде здорового образа жизни и питания. Оно также помогает разработать рекомендации для улучшения качества питания и здоровья населения.

Ключевые слова: здоровье; питание; социально-демографические факторы; регион; продовольственная грамотность; индекс здорового питания; ЗОЖ; продукты

Для цитирования: Мастерова С. Н. Привычки здорового питания как внутренний фактор выбора рациона питания населением России. *Научные записки молодых исследователей*. 2023;11(5):63–74.

ORIGINAL PAPER

Healthy Eating Habits as an Internal Factor in the Diet Choice in Russia

ABSTRACT

Healthy eating habits are an important internal factor that affects the choice of diet by the population. Health-conscious individuals choose nutrient-rich, low-calorie foods and avoid high-fat, high-sugar, and high-salt foods. Considering the fact that there is currently an increase in the incidence of chronic diseases associated with malnutrition, such as obesity, diabetes, hypertension, cardiovascular diseases, etc., the study of healthy nutrition of the population is becoming even more relevant. In addition, the modern lifestyle and changes in the food industry have led to an increase in eating of prepared foods rich in preservatives, sugar and fat, which worsens the quality of nutrition and the health of the population. The study of healthy nutrition of the population helps to identify problems in food culture and offers recommendations for improving nutrition and health of the population. The study aims to consider healthy eating habits as an internal factor in the choice of diet by the population of Russia. The study aims to study the factors of food choice and consider healthy eating habits as an internal factor in the choice of diet by the population of Russia. This work involved using research methods, such as analysis, synthesis, and comparison. Additionally, the author conducted an analysis of Russian and foreign scientific literature. People can form healthy eating habits in childhood and maintain throughout life. Culture, lifestyle and the social environment can also influence them. For example, people who live in regions with a high level of healthy nutrition choose products that are part of the local cuisine and traditions. By studying how people eat, we can track food trends and assess the success of programs promoting healthy lifestyles. It also helps to develop recommendations for improving the quality of nutrition and public health.

Keywords: health; nutrition; socio-demographic factors; region; food literacy; healthy nutrition index; Healthy lifestyle; products

For citation: Masterova S. N. Healthy eating habits as an internal factor in the diet choice in Russia. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):63–74.

Введение

Важность здоровья для всех стала очевидной, особенно в последние годы, в условиях пандемии COVID-19, которая актуализировала проблемы формирования индивидуального и коллективного иммунитета, внимания к состоянию здоровья представителей различных социально-демографических групп населения. Здоровье — это особое благо, потому что оно позволяет нам быть способными

действовать и быть, жить жизнью, которую мы сами ценим. Актуальность необходимости укрепления общественного здоровья была убедительно продемонстрирована и усилена пандемией.

В настоящее время потребители получают значительное количество информации о здоровом питании и лучше осведомлены о преимуществах здорового питания [1]. Однако, несмотря на многочисленные кампании общественного здравоохранения,

ранения, направленные на улучшение пищевых привычек населения России, последние данные свидетельствуют о том, что качество рациона россиян остается неоптимальным на протяжении последних пяти лет [2]. Потребление фруктов, овощей и цельного зерна по-прежнему ниже рекомендуемого уровня, в то время как продукты с высоким содержанием энергии, жиров, быстрых углеводов и соли/натрия потребляются чрезмерно [3]. В соответствии с рекомендацией финского Национального совета по питанию [4] здоровая диета должна содержать большое количество овощей, бобовых, фруктов и ягод, а также рыбы, орехов, семян и цельнозерновых злаковых продуктов, в то время как потребление мясных продуктов и красного мяса должно быть ограничено.

Целью статьи является выявление и классификация социально-демографических факторов выбора здорового питания населением России.

Теоретической основой для написания данной статьи послужили труды российских и зарубежных исследователей.

Классификация социально-демографических факторов выбора здорового питания позволит определить индикаторы для количественной оценки влияния, сформировать адресные меры социально-демографической политики.

Факторы выбора питания

Хотя люди в целом хотят быть здоровыми, они не всегда выбирают здоровую пищу. Ключевые факторы, определяющие выбор продуктов питания потребителями, могут быть классифицированы как внутренние факторы питания (например, предпочтения потребителя, физиологические потребности, привычки, знания, симпатии, убеждения), и внешние факторы питания (например, физическое окружение потребителя, культура, экономические перемены).

Внутренние факторы возникают в связи с базовыми потребностями и существуют независимо от способа их удовлетворения. Потребитель приходит в супермаркет с определенной целью и информацией относительно продуктов. Данные факторы являются внутренними и не зависят от среды в супермаркете. Среди них можно выделить стиль мышления, знания, мотивацию, пищевую неофобию (страх пробовать новое) и пищевую неофилию (навязчивое стремление попробовать что-то новое). Среди внутренних факторов можно выделить предпочтения

бренда или отдельных продуктов, чувствительность к цене, наличие аллергии на отдельные элементы состава и др. В ходе коммуникаций потребителя с брендом в точке продаж формируются внешние факторы. Внешние факторы включают маркировки, яркость, стиль и цвет упаковки, расположение на полке, количество «фейсингов» (стандартов по выкладке товаров), а также цену. На выбор еды человеком, наравне с предпочтениями и вкусами, влияет доступность и стоимость продуктов, это относится к внешним факторам выбора продуктов питания.

Выбор продуктов питания классифицируют как находящийся под влиянием двух различных внутренних факторов, связанных с потребителями: убеждения человека (например, здоровое = невкусное, полезное = дорогое), привычки питания.

Люди, придерживающиеся убеждения «нездоровое – это вкусно», с меньшей вероятностью потребляют здоровую пищу, поскольку предполагают, что здоровое питание относительно невкусно [5]. Часто существует противоречие между стремлением к краткосрочному вкусу и целью долгосрочного здоровья, и потребители, как правило, разрешают эти конфликты, основываясь на своих непрофессиональных убеждениях о полезности и вкусоности пищи.

Цели здоровья и вкуса часто конфликтуют, и вкус обычно преобладает при принятии решений о еде. Вкус – это наиболее важный атрибут выбора продуктов питания. Люди могут сформировать явное убеждение, что нездоровое – это вкусно, но они также могут одновременно обладать неявной интуицией, ассоциирующей нездоровое и безвкусное питание.

Связь между нездоровым и безвкусным питанием действует на неявном уровне. Однако они обнаружили, что как потребители, которые сообщили, что они считают, что полезность и вкус отрицательно коррелируют, так и потребители, которые не сообщили о таком убеждении, описывают нездоровые продукты так же вкуснее. Связь между нездоровым и безвкусным питанием была измерена на неявном уровне (тест на неявную ассоциацию), например, но в более поздних работах вера в нездоровое = вкусное измерялась на явном уровне (мера, основанная на шкале); например [6].

В дополнение к культурному контексту, уровень образования потребителей и отношение к определенным аспектам потребления продуктов питания

могут влиять на интуицию «нездоровое = вкусное». Например, эмоции признаются важным фактором в пищевом поведении потребителей и выборе продуктов питания. Измерение только сенсорной привлекательности пищевых продуктов часто оказывается недостаточным. Таким образом, анализ эмоций вместе с сенсорной приемлемостью (симпатией) пищевых продуктов, как оказалось, позволяет лучше понять выбор продуктов питания потребителями.

Еда — это эмоционально заряженный стимул, вызывающий как положительные (например, радость), так и отрицательные (например, чувство вины) эмоции. В общем, потребление еды вызывает больше положительных, чем отрицательных эмоций.

В контексте потребления здоровой пищи чувство вины и удовольствие считаются важными эмоциями, поскольку потребители, как правило, имеют противоречивые ценности потребления пищи: гедонистическую ценность удовольствия и утилитарную ценность поддержания здоровья.

Как правило, чувство вины возникает во время неприятного эмоционального состояния, и оно считается негативной и сложной эмоцией, влияющей на пищевое поведение потребителей. Обычно люди ищут чувства, которые приятны и/или вознаграждают, и избегают чувств, которые неприятны и/или неблагоприятны.

Особенно конфликт между удовольствием от еды и достижением целей в области здравоохранения может вызывать несколько явно негативных эмоций, таких как чувство вины. Например, отказ себе во вкусных, но нездоровых продуктах питания может оказывать негативное влияние на здоровье и вызывать чувство вины. Установлено, что воспринимаемая полезность для здоровья уменьшает ожидаемое чувство вины, но эффект зависит от диетических предпочтений потребителя.

Потребители, которые очень сдержанны в отношении своего рациона, более восприимчивы к переживанию негативных эмоций в результате их повышенного состояния возбуждения в присутствии изысканной пищи, что относится к внутренним факторам выбора продуктов питания.

В последние годы число людей с ожирением быстро увеличилось во всем мире из-за того, что пищевые привычки стали сильно уподобляться западу, а нездоровый образ жизни усугубился в результате глобальных пандемий. Ожирение, вызванное энергетическим дисбалансом, возникающим из-за низких энергетических затрат людей по сравнению

с количеством питательных веществ, которые они получают с пищей, еще несколько десятилетий назад не считалось серьезной социальной проблемой; скорее, оно рассматривалось как символ богатства.

Однако серьезные побочные эффекты ожирения, такие как диабет, высокое кровяное давление и гиперлипидемия, в настоящее время совершенно очевидны, что побудило Всемирную организацию здравоохранения определить ожирение как новое инфекционное и потенциально смертельное заболевание в XXI в.

Эксперты предположили, что основными причинами стремительного роста глобального уровня ожирения являются различные социальные и экологические явления, в том числе повсеместное сокращение потребления домашней кухни и увеличение чрезмерного употребления алкоголя и курения. На этом фоне правительства по всему миру начали призывать членов общественности рассмотреть опасности несбалансированного образа жизни, а также важность привычек здорового питания. Борьба с ожирением особенно важна, поскольку ожирение может не только вызывать различные потенциально смертельные заболевания, но и провоцирует психологические проблемы, которые повышают вероятность депрессии и социальной изоляции.

В свете всего этого правительства и образовательные секторы в настоящее время сосредоточены на методах снижения высокого уровня риска ожирения для здоровья населения, а продовольственная грамотность и грамотность по укреплению здоровья были исследованы как возможные решения проблем со здоровьем, с которыми сталкиваются люди в современном обществе.

Рассмотрим продовольственную грамотность, которая относится к основным внутренним факторам выбора питания. Продовольственная грамотность обычно определяется как «способность развивать позитивную взаимосвязь с продуктами питания, а также индивидуальные навыки в области питания и поведения в рамках сложной продовольственной системы», в то время как грамотность в области укрепления здоровья описывается как «способность получать доступ, понимать и применять медицинскую информацию в реальной жизни с целью укрепления своего хорошего здоровья». Поскольку здоровье людей неразрывно связано с продуктами питания, которые они потребляют, люди должны уделять пристальное внимание как своей грамотности

сти в области питания, так и грамотности в области укрепления здоровья в целом.

Ряд недавних исследований показал, что повседневные привычки людей в еде тесно связаны с их грамотностью в области питания и укрепления здоровья, и было предложено использовать эти две формы грамотности для расширения возможностей отдельных лиц, домашних хозяйств, сообществ и даже наций в целях повышения качества питания людей и поддержки их жизнестойкости в течение длительного времени [7]. Поэтому жизненно важно, чтобы люди расширили свое понимание преимущества хорошей еды и практики здорового питания за счет повышения их компетентности в отношении грамотности в области питания и укрепления здоровья. Согласно предыдущим исследованиям наличие достаточной продовольственной грамотности и литературы по укреплению здоровья особенно важно для молодых людей [8].

Поскольку молодость представляет собой переходный период, характеризующийся ростом и изменениями в отношении многих социальных, экологических и психологических аспектов, жизненно важно развивать точное и конструктивное мышление в отношении здорового питания и соответствующих привычек в еде.

Однако молодое поколение в настоящее время, как правило, предпочитает фаст-фуд из-за его удобства и низкой цены, и они часто ведут малоподвижный образ жизни, который способствует увеличению веса из-за недостатка физических упражнений. Кроме того, чрезмерное использование молодыми людьми платформ социальных сетей с провокационной рекламой продуктов питания также способствует чрезмерному потреблению продуктов питания, что может подтолкнуть людей к принятию неправильных привычек питания как части их повседневной жизни.

Важно сосредоточиться на привлечении их интереса к улучшению как их грамотности в области питания, так и грамотности в области укрепления здоровья, потому что чем в большей степени молодые люди овладеют этими двумя видами грамотности, тем более способными они станут противостоять искушению высококалорийной пищи, придерживаться здорового питания и вести сбалансированный образ жизни.

Однако существует недостаток количественных исследований, касающихся продовольственной грамотности и грамотности в области укрепления

здоровья, которые ориентированы на молодежь. В частности, углубленное исследование взаимосвязи между знаниями молодых людей в области питания и укрепления здоровья и их пищевыми привычками в настоящее время отсутствует.

По мере того как современные общества, пищевая среда и продовольственные системы становятся все более сложными, отношения между ними и индивидом усложняются еще больше. В этом контексте концепция «продовольственной грамотности» была введена диетологами и экспертами по продуктам питания для объяснения разнообразных функций и выдающихся ролей, которые пища играет в жизни людей. Поскольку сфера охвата и измерения продовольственной грамотности широка, ее можно интерпретировать по-разному в зависимости от направленности конкретного исследователя и конкретного контекста исследования.

Продовольственную грамотность часто определяют как «набор навыков планирования, управления, выбора, приготовления и ежедневных практических действий, связанных с навигацией по системе питания и ее использованием для обеспечения регулярного приема пищи в соответствии с рекомендациями по питанию», в то время описали ее как «степень, в которой люди обладают способностью приобретать, интерпретировать и понимать информацию о продуктах питания и питательных веществах, необходимую для укрепления здоровья» [9].

Концепцию продовольственной грамотности определяют как «способность принимать устойчивые и осознанные решения по выбору продуктов питания». Поскольку определение и сфера охвата концепции продовольственной грамотности варьируются в зависимости от контекста исследования, существует множество методов, доступных для ее измерения.

Шкала SPFL охватывала восемь областей продовольственной грамотности, а именно: навыки приготовления пищи, устойчивость и сопротивляемость, здоровый стиль закусок, социальное и осознанное питание, изучение этикеток продуктов, ежедневное планирование питания, здоровое бюджетирование и хранение полезных продуктов.

Грамотность в области здравоохранения, которая представляет собой отправную точку для грамотности в области укрепления здоровья, как правило, фокусируется на использовании информации, связанной со здоровьем, в личном контексте. Грамотность основана на компетенциях, связанных со здоровьем,

и это позволяет людям повышать свои знания, позитивные установки и модели поведения в отношении здорового питания и хорошего самочувствия.

Для воплощения концепции укрепления здоровья были разработаны различные субшкалы, которые в настоящее время широко используются для измерения способности людей получать доступ, понимать и обрабатывать информацию, касающуюся укрепления здоровья. Согласно результатам предыдущих исследований уровень грамотности человека в области укрепления здоровья варьируется в зависимости от его возраста, пола, уровня образования и семейного происхождения.

Как правило, молодые люди с высоким социально-экономическим статусом демонстрируют более высокий уровень грамотности в области укрепления здоровья по сравнению с другими группами.

Пища является важным фактором укрепления здоровья индивидов в процессе физического развития и умственного роста. Поскольку пища влияет на повседневное качество жизни человека и может изменить его общую жизненную траекторию, тщательное приготовление пищи, выбор и практика здорового питания имеют значение. Более того, еда служит выражением ценностей, культур, социальных отношений и самоопределения людей, что означает, что у людей есть шанс подтвердить свою культурную идентичность, человеческое достоинство и контроль над своим жизненным курсом через их позитивные установки и модели поведения в отношении здорового питания.

Очевидно, что пища играет решающую роль в повседневной жизни людей и здоровые пищевые привычки особенно важны в отношении улучшения их качества жизни.

Таким образом, автор данной статьи придерживается разделения факторов, определяющих выбор продуктов питания потребителями, на внутренние факторы питания (предпочтения потребителя, физиологические потребности, привычки, знания, симпатии, убеждения, продовольственная грамотность), и внешние факторы питания (физическое окружение потребителя, культура, экономические переменные). Рассмотрим некоторые факторы более подробно.

Привычки здорового питания как внутренний фактор выбора питания

Рассмотрим привычки здорового питания как важнейший внутренний фактор выбора питания. При-

вычки здорового питания, определяемые как употребление разнообразных продуктов, которые дают людям важные питательные вещества и энергию, и регулярное питание с правильным количеством пищи для поддержания хорошего здоровья обычно оцениваются с помощью нескольких стандартов измерения, таких как уровень сбалансированного питания, контроль порций, отказ от употребления обработанных пищевых продуктов и регулярное питание.

Пищевые привычки зависят от многих факторов, включая культурные традиции, доступность продуктов, личные предпочтения, образ жизни и знания о здоровом питании. Например, в некоторых культурах мясо является основным продуктом питания, в то время как в других культурах овощи и рис являются основными продуктами. Доступность продуктов также может играть роль в пищевых привычках, так как люди часто едят то, что доступно и удобно. Личные предпочтения также могут влиять на пищевые привычки, например, некоторые люди могут предпочитать сладкую или соленую пищу. Образ жизни, включая уровень активности и время, которое человек проводит на приготовление еды, также может влиять на пищевые привычки. Наконец, знания о здоровом питании могут помочь людям сделать более информированный выбор в пользу здоровой пищи.

Пищевые привычки также могут различаться в зависимости от гендерных факторов. Например, исследования показывают, что женщины чаще выбирают здоровую пищу, чем мужчины. Это может быть связано с тем, что женщины более склонны к следованию диетам и заботятся о своем здоровье. Однако некоторые мужчины также могут следить за своим питанием, особенно если они занимаются спортом или фитнесом.

Кроме того, гендерные нормы и ожидания также могут влиять на пищевые привычки. Например, мужчины могут чувствовать давление на употребление большого количества мяса или других белковых продуктов, чтобы поддерживать свою мужскую силу и выносливость. С другой стороны, женщины могут чувствовать давление на употребление более легких продуктов или следование диетам для поддержания своей фигуры.

Также важно учитывать, что пищевые привычки могут отличаться в зависимости от культурных различий и социально-экономического статуса. Например, люди с низким доходом могут чаще употреблять нездоровую пищу из-за ее доступности

и низкой стоимости. Это может приводить к проблемам с здоровьем, таким как ожирение и диабет.

В целом, пищевые привычки зависят от многих факторов, включая гендерные различия, культурные традиции, доступность продуктов, личные предпочтения, образ жизни и знания о здоровом питании. Понимание этих факторов может помочь людям сделать более информированный выбор в пользу здоровой пищи.

По данным исследований, более половины населения России (около 60%) не следуют рекомендациям по здоровому питанию. В среднем россияне употребляют около 80 г сахара в день, что вдвое превышает рекомендуемую норму. Также потребление соли в России выше, чем в других странах мира — около 10 г в день, в то время как рекомендуемая норма составляет не более 5 г в день. Однако за последние годы наблюдается улучшение пищевых привычек населения, в том числе благодаря проводимым государственным программам и информационным кампаниям¹.

Согласно данным Росстата в 2019 г. средний уровень потребления продуктов питания на душу населения составил:

- мясо и мясные продукты — 67,6 кг в год;
- рыба и морепродукты — 21,5 кг в год;
- молоко и молочные продукты — 200,2 кг в год;
- яйца — 230 штук в год;
- овощи — 117,5 кг в год;
- фрукты и ягоды — 49,4 кг в год;
- хлеб и хлебобулочные изделия — 133,6 кг в год².

Статистика рационального питания позволяет определить, достаточно ли граждане употребляют пищевых продуктов. Нормы питания в России закреплены приказом Минздрава от 19.08.2016 № 614.

Статистика питания в России позволяет сравнить показатели фактического потребления основных продуктов с рекомендуемыми нормами.

Также было выявлено, что средний уровень потребления сахара на душу населения в день состав-

ляет 79 г, а соли — 10,4 г в день. При этом потребление овощей и фруктов ниже рекомендуемого уровня (см. таблицу).

Хотя во многих предыдущих исследованиях настоятельно подчеркивалось, что сбалансированность, качество и своевременность пищевых привычек определяют благополучие человека и весь жизненный путь в целом, повседневные пищевые привычки людей в настоящее время, особенно молодого поколения, значительно ухудшаются из-за различных экологических и практических причин.

Во-первых, поскольку современная пищевая промышленность и технологии быстро развивались, люди начинают отдавать предпочтение широкому ассортименту обработанных пищевых продуктов из-за доступной цены и доступности в готовом виде.

Более того, в результате нехватки времени в социальной среде люди становятся все более зависимыми от питания вне дома и перекусов, которые предполагают высокое потребление калорий, но лишь ограниченное питание. Нездоровый образ жизни, характеризующийся недостаточным сном, чрезмерным употреблением алкоголя и/или высоким уровнем стресса, также нарушает секрецию гормонов, которые контролируют аппетит и провоцируют компульсивное переизбытие.

Выявленные мировые закономерности подтверждаются также и в России. Как и во многих других странах, плохие пищевые привычки молодых россиян определяются как серьезная современная социальная проблема. Если эта ухудшающаяся тенденция в отношении роста уровня ожирения и распространения нездоровых привычек питания сохранится, то это приведет к значительным и потенциально смертельным проблемам со здоровьем для отдельных лиц, а также к серьезным социальным проблемам для нации в целом. Таким образом, молодые люди должны признать важность добровольного улучшения своих собственных привычек в еде, в то время как директивным органам на национальном уровне необходимо осуществлять эффективные меры по поддержке принятия привычек здорового питания и здорового образа жизни среди широкой общественности. Ожидается, что грамотность в области питания и укрепления здоровья повысит понимание людьми важности привычек здорового питания в их жизни.

Любой индекс качества питания (ИКП) основывается на рекомендациях специалистов по здоровому

¹ Опросник по здоровому образу жизни и личному контролю (HLPCQ): новый инструмент для оценки саморазвития с помощью совокупности повседневных действий, 2014. URL: <https://bmcpublihealth.biomedcentral.com> (дата обращения: 09.03.2023).

² Исследование отношения к здоровому питанию среди населения России Москва, 2022. URL: https://здоровоепитание.рф/upload/uf/004/Исследование_Ромир_2022.pdf?ysclid=li36j2j6ar1123748 (дата обращения: 09.04.2023).

Статистика питания россиян

Наименование продуктов	Нормативы, кг в год на человека	Среднедушевое потребление продуктов кг в год
Молоко и молокопродукты	325	241
Овощи и бахчевые	140	107
Фрукты свежие	100	59
Хлебные продукты	96	117
Картофель	90	96
Мясопродукты	73	75
Сахар	24	39
Рыбопродукты	22	–
Масло растительное	12	13,9
Яйца (штук)	260	279

Источник: Всемирная организация здравоохранения. Здоровая диета. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet> (дата обращения: 23.01.2023).

питанию среднестатистического человека, которые основаны на факторах выбора питания населения.

Для интегральной оценки рациона питания существуют инструменты, называемые индексами качества питания (ИКП). ИКП представляют собой меру здорового питания и известны под различными названиями: индексы качества (рациона) питания (ИКП; Diet Quality Index, DQI), индексы здорового питания (ИЗП; Healthy Eating Index, HEI) и др. [10].

Впервые конструкция ИЗП HEI-1995 была опубликована в США в 1995 г. Версии HEI-2010 и HEI-2015 являются эволюцией основной версии 2005 г., и включают новые компоненты-индикаторы [11].

Наблюдается интерес к разработке ИЗП в Австралии, Малайзии, Китае, Новой Зеландии, России и в других странах [12]. Эти индексы также основаны на рекомендациях по питанию для американцев и состоят из 8 компонентов, включая общий жир, НЖК, белок, холестерин, Na, кальций (Ca), фрукты и овощи, зерновые и бобовые. В индекс включены, кроме продуктов, индикаторы-нутриенты – белок и кальций.

В Российской Федерации наиболее часто для оценки питания населения на уровне региона и страны используются данные исследования бюджетов домашних хозяйств. Выборочное обследование бюджетов домашних хозяйств является методом государственного статистического наблюдения за уровнем жизни населения. ФСГС

Российской Федерации определяет среднедушевое потребление основных продуктов питания путем деления общего объема потребленных продуктов питания на число лиц, фактически присутствующих в домашнем хозяйстве. Общий объем потребления продуктов питания исчисляется как сумма количества продуктов, приобретенных домохозяйствами для личного потребления в учетный период [13].

Знания о продуктах питания воспринимаются как мощный актив, который может помочь людям сделать разумный выбор продуктов питания. Более конкретно, если люди хорошо информированы о различных вопросах, связанных с продуктами питания, таких как информация об основных питательных веществах, происхождении продуктов питания и сезонности, а также учет продовольственных ресурсов и составление бюджета, то существует более высокая вероятность того, что они проявят интерес к здоровому питанию, включающему широкий ассортимент продуктов питания.

В России важным государственным шагом к комплексному решению вопросов обеспечения населения продуктами питания стала разработка Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации. Согласно Доктрине основными составляющими продовольственной безопасности РФ являются: продовольственная независимость (способность обеспечить население сельскохозяйственной, рыбной и иной продукцией из водных био-

ресурсов и продовольствием на основе собственных сельскохозяйственных ресурсов и производства); физическая и экономическая доступность пищевых продуктов населению в объемах и ассортименте не меньше рациональных норм потребления; соответствие продуктов, требованиям (безопасности и качества).

Уникальность методики исследования состоит в применении не только опросных методов, но и аналитики покупательской способности и потребительского поведения населения на основании изучения чеков как по количественным, так и по качественным метрикам. По результатам опроса были сформированы ЗОЖ-группы, исходя из отношения респондентов к здоровому питанию и стилю жизни.

Методология исследования основана на специальном опроснике «Здоровый образ жизни и личный контроль (HLPCQ)», инструменте оценки саморазвития через совокупность ежедневных действий, опубликованном в международном научном издании BMC Public Health [14].

Опрошенных людей разделили на следующие группы:

- ЗОЖ-адепты – те, кто абсолютно привержен здоровому образу жизни;
- ЗОЖ-последователи – те, кто также старается соблюдать здоровый образ жизни во всех сферах;
- ЗОЖ-стремящиеся – те, кто находится на пути полного перехода к активному образу жизни, правильному питанию, здоровому сну, отказу от вредных привычек и другим ключевым параметрам здорового образа жизни;
- ЗОЖ-инертные – те, кто пока нейтрально относятся к здоровым повседневным привычкам [15].

Рацион питания – это совокупность продуктов, которые человек употребляет в течение дня или недели для поддержания здоровья и нормального функционирования организма. Он должен быть сбалансированным и включать все необходимые питательные вещества: белки, жиры, углеводы, витамины и минералы.

Рацион питания может различаться в зависимости от возраста, пола, физической активности и здоровья человека. Например, для детей и подростков рацион должен быть более питательным и содержать больше белка, железа и кальция, чем для взрослых. Для людей с ожирением или диабетом рацион должен быть более ограниченным в калориях и содержать меньше углеводов [16].

Хороший рацион питания должен включать большое количество свежих фруктов и овощей, цельнозерновых продуктов, белковых источников (мясо, рыба, яйца, бобовые), а также здоровых жиров (орехи, семена, рыбий жир). Также следует избегать излишнего потребления соли, сахара и насыщенных жиров.

Как уже упоминалось, рацион питания может различаться в зависимости от возраста, пола, физической активности и здоровья человека. Давайте рассмотрим каждый из этих факторов подробнее:

- Возраст: дети и подростки нуждаются в большем количестве питательных веществ, таких как белок, железо и кальций, для роста и развития. У взрослых людей рацион должен быть сбалансированным и содержать достаточное количество всех необходимых питательных веществ. У пожилых людей может быть необходимо увеличить потребление кальция и витамина D для поддержания здоровья костей.

- Пол: мужчины обычно имеют большую мышечную массу и более высокую физическую активность, поэтому их рацион должен содержать больше белка и калорий, чем у женщин. Женщины, особенно в период беременности или кормления грудью, нуждаются в большем количестве железа и кальция.

- Физическая активность: люди, занимающиеся спортом или имеющие высокий уровень физической активности, нуждаются в большем количестве калорий и белка, чтобы поддерживать мышечную массу и восстанавливаться после тренировок.

- Здоровье: люди с определенными заболеваниями, такими как ожирение, диабет или высокое кровяное давление, должны следить за потреблением калорий, углеводов и жиров. В таких случаях может потребоваться более ограниченный рацион питания [17].

В целом, рацион питания должен быть индивидуальным и соответствовать потребностям каждого человека. Лучше всего обратиться к специалисту по питанию для составления индивидуального рациона питания, основанного на ваших потребностях и целях.

В связи с продолжающейся глобализацией и, как следствие, перемещением товаров по всему миру, а также прогнозируемыми изменениями климата и их влиянием на безопасность пищевых продуктов необходима выработка единых международных подходов к решению вопроса обеспечения без-

опасности пищевой продукции, а также создание единой системы по предупреждению чрезвычайных ситуаций, связанных с безопасностью пищевой продукции.

Таким образом, автор данной статьи считает, что главным фактором выбора здорового питания является привычка здорового питания. Тот, кто абсолютно привержен здоровому образу жизни, приходя в магазин, с большей вероятностью будет отдавать предпочтение продуктам здорового питания.

Выводы

Знания о продуктах питания представляют собой основополагающий компонент продовольственной грамотности, и эти аспекты улучшают практику здорового питания людей, пробуждая интерес к здоровой пищевой среде. Высокий уровень знаний о продуктах питания позволяет людям принимать разумные решения относительно выбора продуктов питания и сокращать свои расходы на питание за счет надежного составления бюджета и планирования. Кроме того, люди, которые проявляют хороший уровень аналитических способностей, когда дело доходит до этикеток продуктов питания и информации о питании, принимают рациональные решения с точки зрения выбора продуктов питания и предпочитают покупать питательные продукты. Можно отметить положительную взаимосвязь между знаниями населения о продуктах питания и устойчивыми привычками в еде. Знания молодых людей о еде и диетическом питании положительно связаны с их привычками здорового питания.

В данной работе были выделены такие социально-демографические факторы, определяющие выбор продуктов питания потребителями, как: внутренние факторы питания и внешние факторы питания. Внутренние факторы возникают в связи с базовыми потребностями и существуют независимо от способа их удовлетворения. Потребитель приходит в супермаркет с определенной целью и информацией относительно продуктов. Данные

факторы являются внутренними и не зависят от среды в супермаркете. Среди внутренних факторов можно выделить предпочтения бренда или отдельных продуктов, чувствительность к цене, наличие аллергии на отдельные элементы состава и др. В ходе коммуникаций потребителя с брендом в точке продаж формируются внешние факторы. Внешние факторы включают маркировки, яркость, стиль и цвет упаковки, расположение на полке. На выбор еды человеком, наравне с предпочтениями и вкусами, влияют доступность и стоимость продуктов, это относится к внешним факторам выбора продуктов питания.

Автор данной статьи согласен с тем, что выбор рациона питания в значительной мере зависит от возраста и уровня образования, а также личных привычек и убеждений. Главным фактором выбора здорового питания является привычка здорового питания. Тот, кто абсолютно привержен здоровому образу жизни, приходя в магазин, с большей вероятностью будет отдавать предпочтение продуктам здорового питания.

В Российской Федерации наиболее часто для оценки питания населения на уровне региона и страны используются данные исследования бюджетов домашних хозяйств.

Россия располагает данными для анализа факторов и рациона питания. ФСГС Российской Федерации определяет среднедушевое потребление основных продуктов питания путем деления общего объема потребленных продуктов питания на число лиц, фактически присутствующих в домашнем хозяйстве. Общий объем потребления продуктов питания исчисляется как сумма количества продуктов, приобретенных домохозяйствами для личного потребления в учетный период.

Таким образом, автор данной статьи считает, что поскольку здоровье людей неразрывно связано с продуктами питания, которые они потребляют, люди должны уделять пристальное внимание как своей грамотности в области питания, так и грамотности в области укрепления здоровья в целом.

Список источников

1. Имамура Ф., Миша Р., Хатибзаде С., Фахими С., Ши П., Паулз Дж., Мозаффариан Д. Качество питания мужчин и женщин в 187 странах в 1990 и 2010 годах: систематическая оценка. Ланцетный шарик. *Здоровье*. 2015;(3): e132–e142.
2. Бедар А., Ламарш П.-О., Грегуар Л.-М., Трюдель-Ги К., Прованше, В., Дерош С., Лемье С. Может ли удовольствие от еды быть рычагом здорового питания? Систематический обзор удовольствия от еды и его связей с диетическим поведением и здоровьем. *PLoS ONE*. 2020;(15):e0244292.

3. Каартинен Н., Тапанайнен Х., Рейнивуо Х., Виртанен С., Али-Коверо К., Валста Л. Элинтаарвиккейден кулутус [Потребление пищи]. В области питания в Финляндии – Национальный обзор. FinDiet 2017. Валста Л., Каартинен Н., Тапанайнен Х., Мяннисте С., Саксыярви К., ред. Финский институт здравоохранения и социального обеспечения (ТНЛ). THL Raportti 12/2018. PunaMusta Oy: Хельсинки, Финляндия; 2018:49–58.
4. Хелакорпи С., Уутела А., Пуска П. Поведение в отношении здоровья и связанные с ним тенденции. В проекте «Северная Карелия: От Северной Карелии к национальным действиям»; Пуска П., Вартяйнен Э., Лаатикайнен Т., Юсилаhti П., Паавола М., ред. Национальный институт здравоохранения и социального обеспечения (ТНЛ) в сотрудничестве с Фондом проекта «Северная Карелия». Хельсинки: Типография Хельсинкского университета; 2009:85–101.
5. Пьетинен П., Валста Л., Патури М. Изменения в рационе питания. В проекте «Северная Карелия: От Северной Карелии к национальным действиям»; Пуска П., Вартяйнен Э., Лаатикайнен Т., Юсилаhti П., Паавола М., ред.; Национальный институт здравоохранения и социального обеспечения (ТНЛ) в сотрудничестве с Фондом проекта «Северная Карелия». Хельсинки: Типография Хельсинкского университета; 2009:103–108.
6. Валста Л., Тапанайнен Х., Каартинен Н., Рейнивуо Х., Аалто С., Али-Коверо К., Маннисте С. Потребление питательных веществ с пищей и из источников питательных веществ. В области питания в Финляндии – Национальный обзор FinDiet 2017; Валста Л., Каартинен Н., Тапанайнен Х., Мяннисте С., Саксыярви К., ред. Финский институт здравоохранения и социального обеспечения (ТНЛ). THL Raportti 12/2018. PunaMusta Oy: Хельсинки; 2018:59–134.
7. Чен П.-Дж., Антонелли М. Концептуальные модели выбора продуктов питания: влиятельные факторы, связанные с продуктами питания, индивидуальными различиями и обществом (обзор). *Продукты питания*. 2020;(9):1898.
8. Гаукенс К., Клессе А.К. Внутренние и внешние силы, которые препятствуют (против 1) Здоровое питание: обзор и перспективы в рамках психологии потребителя. *Карр. Мнение. Психолог*. 2022;(46):101328.
9. Брайерс Б., Хах Ю.Э., Чан Э., Мукхопадхьяй А. Убеждение в том, что нездоровое-вкусное связано с ИМТ из-за снижения потребления овощей: Межнациональный и медиационный анализ. *Annetum*. 2020;(150):104639.
10. Май Р., Хоффман С. Как бороться с нездоровой = вкусной интуицией: влияющая роль сознания здоровья. *J. Public Policy Mark*. 2015;(34):63–83.
11. Баумайстер Р.Ф., Стиллвелл А.М., Хизертон Т.Ф. Чувство вины: межличностный подход. *Психолог. Булл*. 1994;(115):243–267.
12. Хур Дж., Чан С. Ожидаемое чувство вины и удовольствия в контексте потребления здоровой пищи. *Инт. Дж. Хоспис. Управление*. 2015;(48):113–123.
13. Ю Х., Чемберс Э., Коппел К. Исследование концепции вины, связанной с едой. Дж. Сенсей. Стад. 2021;(36): e12622.
14. Элдер Р.С., Мор Г.С. Чувство вины: как воображаемая вина снижает потребительское удовольствие. *Annetum*. 2020;(150):104641.
15. Мартинчик А.Н., Батуринов А.К., Михайлов Н.А., Кешабянц Э.Э., Камбаров А.О. Разработка и оценка достоверности базового индекса здорового питания населения России. *Вопросы питания*. 2019;88(6):34–44.
16. Мартинчик А.Н. Индексы качества питания как инструмент интегральной оценки рациона питания. *Вопросы питания*. 2019;88(3):5–12.
17. Мажаева Т.В., Вараксин А.Н. Анализ национальных показателей здорового питания. *Профилактическая медицина*. 2019;22(4):2035–2042.

References

1. Imamura F., Micha R., Khatibzadeh S., Fahimi S., Shi P., Powles J., Mozaffarian D. Dietary quality among men and women in 187 countries in 1990 and 2010: A systematic assessment. *Lancet Glob. Health*. 2015;(3):e132–e142.
2. Bédard A., Lamarche P.-O., Grégoire L.-M., Trudel-Guy C., Provencher V., Desroches S., Lemieux S. Can eating pleasure be a lever for healthy eating? A systematic scoping review of eating pleasure and its links with dietary behaviors and health. *PLoS ONE*. 2020;(15): e0244292.
3. Kaartinen N., Tapanainen H., Reinivuo H., Virtanen S., Ali-Kovero K., Valsta L. Elintarvikkeiden kulutus [Food Consumption]. In Nutrition in Finland – The National FinDiet 2017 Survey; Valsta L., Kaartinen N., Tapanainen H.,

- Männistö S., Sääksjärvi K., eds.; Finnish Institute for Health and Welfare (THL), THL Raportti 12/2018; PunaMusta Oy: Helsinki, Finland; 2018:49–58.
4. Helakorpi S., Uutela A., Puska P. Health behaviour and related trends. In *The North Karelia Project: From North Karelia to National Action*; Puska P., Vartiainen E., Laatikainen T., Jousilahti P., Paavola M., eds.; National Institute for Health and Welfare (THL), in Collaboration with the North Karelia Project Foundation; Helsinki University Printing House: Helsinki, Finland; 2009:85–101. (In Russ.).
 5. Pietinen P., Valsta L., Paturi M. Dietary changes. In *The North Karelia Project: From North Karelia to National Action*; Puska P., Vartiainen E., Laatikainen T., Jousilahti P., Paavola M., eds.; National Institute for Health and Welfare (THL), in Collaboration with the North Karelia Project Foundation; Helsinki University Printing House: Helsinki, Finland; 2009:103–108. (In Russ.).
 6. Valsta L., Tapanainen H., Kaartinen N., Reinivuo H., Aalto S., Ali-Kovero K., Männistö S. Ravintoaineiden saanti ruoasta ja ravintoaineiden lähteet [Nutrient intake from food and nutrient sources]. In *Nutrition in Finland – The National FinDiet 2017 Survey*; Valsta L., Kaartinen N., Tapanainen H., Männistö S., Sääksjärvi K., eds.; Finnish Institute for Health and Welfare (THL), THL Raportti 12/2018; PunaMusta Oy: Helsinki, Finland; 2018:59–134.
 7. Chen P.-J., Antonelli M. Conceptual Models of Food Choice: Influential Factors Related to Foods, Individual Differences, and Society (Review). *Foods*. 2020;(9):1898.
 8. Goukens C., Klesse A.K. Internal and external forces that prevent (vs. Facilitate) healthy eating: Review and outlook within consumer psychology. *Current Opinion in Psychology*. 2022;(46):101328.
 9. Briers B., Huh Y.E., Chan E., Mukhopadhyay A. The unhealthy = tasty belief is associated with BMI through reduced consumption of vegetables: A cross-national and mediational analysis. *Appetite*. 2020;(150):104639.
 10. Mai R., Hoffmann S. How to combat the Unhealthy = Tasty Intuition: The influencing role of health consciousness. *J. Public Policy Mark.* 2015;(34):63–83.
 11. Baumeister R.F., Stillwell A.M., Heatherton T.F. Guilt: An Interpersonal Approach. *Psychol. Bull.* 1994;(115):243–267.
 12. Hur J., Jang S. Anticipated guilt and pleasure in a healthy food consumption context. *Int. J. Hosp. Manag.* 2015;(48):113–123.
 13. Yu H., Chambers E., Koppel K. Exploration of the food-related guilt concept. *J. Sens. Stud.* 2021;(36): e12622.
 14. Elder R.S.; Mohr G.S. Guilty displeasures: How imagined guilt dampens consumer enjoyment. *Appetite*. 2020;(150):104641.
 15. Martinchik A.N., Baturin A.K., Mikhailov N.A., Keshabyants E.E., Kambarov A.O. Development and evaluation of the reliability of the basic index of healthy nutrition of the Russian population. *Voprosy pitaniya = Issues of nutrition*. 2019;88(6):34–44. (In Russ.).
 16. Martinchik A.N. Nutrition quality indices as a tool for integral assessment of the diet. *Voprosy pitaniya = Issues of nutrition*. 2019;88(3):5–12. (In Russ.).
 17. Mazhaeva T.V., Varaksin A.N. Analysis of national indicators of healthy nutrition. *Profilakticheskaya medicina = Preventive medicine*. 2019;22(4):2035–2042. (In Russ.).

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 338(045)
© Василенко И.А., 2023

Формирование стратегии развития предприятия



Ирина Андреевна Василенко, студентка факультета экономики и права, Сочинский государственный университет Сочи, Россия
Irina A. Vasilenko, student, Faculty of Economics and Law, Sochi State University, Sochi, Russia
iravas988@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

В настоящее время в условиях высоких темпов изменения внешних экономических и политических обстоятельств, а также как следствие некой неопределенности и возможности возникновения кризисов актуальной проблемой является формирование стратегии развития предприятий. Ключевую роль в решении стратегических задач играет стратегическое планирование: создание стратегического плана подразумевает под собой четкую программу действий в тех или иных обстоятельствах. В данной статье изучены существующие стратегии развития предприятий, рассматривается классификация фирм по типу стратегического поведения в экономике. В век цифровизации всего общества неизбежным является внедрение инновационных и цифровых технологий, поэтому для компаний есть необходимость в разработке инновационной стратегии развития. Анализ этапов формирования стратегии развития фирмы позволяет грамотно и рационально создать программу функционирования предприятия и в условиях кризиса.

Ключевые слова: стратегия развития предприятия; виды стратегий; формирование стратегии развития; типы предприятий; этапы разработки стратегии; инновационная стратегия; антикризисная стратегия; выбор стратегии

Для цитирования: Василенко И.А. Формирование стратегии развития предприятия. *Научные записки молодых исследователей*. 2023;11(5):75–84.

ORIGINAL PAPER

Formation of an Enterprise Development Strategy

ABSTRACT

Given the current uncertainties and potential crises, the focus is on forming a strategy for enterprise development. Strategic planning plays a key role in solving strategic problems. The forming of a strategic plan implies a clear program of action in certain circumstances. The paper analyzes strategies for enterprise development and classifies firms based on their strategic behavior in the economy. In today's digital age, companies must develop an innovative strategy to incorporate new technologies. Analyzing the stages of a company's development strategy helps create a program for a crisis-stricken enterprise.

Keywords: *enterprise development strategy; types of strategies; formation of a development strategy; types of enterprises; stages of strategy development; innovation strategy; anti-crisis strategy; strategy choice*

For citation: Vasilenko I. A. Formation of an enterprise development strategy. *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei = Scientific notes of young researchers*. 2023;11(5):75–84.

Введение

Для каждого предприятия стратегия развития определяется на основе оценки существующих результатов деятельности компании и подразумевает под собой своего рода комплекс действий, направленных на достижение поставленных целей. Формирование стратегии развития предприятия играет важную роль в адаптации бизнеса к постоянно меняющейся экономической и политической обстановке в стране.

Стратегия развития компании должна учитывать все ее особенности: жизненный цикл предприятия (начало деятельности, становление и рост, зрелость), активность заполнения сегмента рынка, спад и вытеснение конкурентами. Поэтому на каждом этапе стратегия развития регламентирует индивидуальные подходы и методики. В этом и заключается научная новизна исследования: в выявлении особенностей всех этапов разработки стратегий развития предприятий в современных условиях.

Системный характер стратегической деятельности фирмы позволяет достигать максимальной эффективности функционирования предприятия, а оптимальная стратегия его развития является одним из способов повышения конкурентоспособности и достижения желаемой цели. Именно этим и объясняется актуальность темы исследования.

Виды стратегии развития предприятия

Современные стратегии развития бизнеса можно разделить на три основных типа [1, с. 120]:

- Базовая стратегия – описание общего направления развития деятельности предприятия. Здесь отражается, как следует управлять бизнесом, чтобы поддерживать сбалансированный набор товаров и услуг. Это самый сложный уровень принятия решений, так как от них зависит деятельность всего предприятия и его перспективы. Именно на этом этапе согласовывается

организационная стратегия, связанная с продуктом.

- Конкурентная стратегия (деловая, бизнес-стратегия) – предназначена для получения преимуществ перед конкурентами в сознании потребителей. Она является дополнением к базовой стратегии, позволяет определить сильные стороны продукта компании и оценить, как они повлияют на рентабельность фирмы. Цель разработки стратегии развития предприятия в данном случае – выявление конкурентного преимущества предприятия.

Стратегия развития компании должна учитывать все ее особенности: жизненный цикл предприятия (начало деятельности, становление и рост, зрелость), активность заполнения сегмента рынка, спад и вытеснение конкурентами.

- Функциональная стратегия – план для каждого из отделов компании. Совокупная реализация таких схем приводит к достижению желаемого результата.

Для успешного развития среднего бизнеса необходимо придерживаться специализации определенной ниши. При этом общая стратегия развития предприятия зависит от таких показателей, как темпы роста рыночной ниши и самой компании. В таком случае рассматриваются следующие типы [2, с. 223]:

1. Стратегия сохранения. Направлена на сохранение существующего положения дел. Иногда компания не имеет финансовых возможностей для расширения или это вовсе не является целесообразным, поэтому важно учитывать, что

Таблица

Предприятия по типу стратегического конкурентного инновационного поведения

Показатель	Виоленты	Пациенты	Эксплеренты	Коммутанты
Уровень конкуренции	Высокий	Низкий	Средний	Средний
Новизна отрасли	Новые, зрелые	Зрелые	Новые	Новые, зрелые
Какие потребности обслуживает	Массовые, стандартные	Массовые, но нестандартные	Инновационные	Локальные
Профиль производства	Массовое	Специализированное	Экспериментальное	Универсальное мелкое
Размер компании	Крупные	Крупные, средние и мелкие	Средние и мелкие	Мелкие
Устойчивость компании	Высокая	Высокая	Низкая	Низкая
Расходы на НИОКР	Высокие	Средние	Высокие	Отсутствуют
Факторы силы в конкурентной борьбе, преимущества	Высокая производительность	Приспособленность к особому рынку	Опережение в нововведениях	Гибкость
Динамизм развития	Высокий	Средний	Высокий	Низкий
Издержки	Низкие	Средние	Низкие	Низкие
Качество продукции	Среднее	Высокое	Среднее	Среднее
Ассортимент	Средний	Узкий	Отсутствует	Узкий
Тип НИОКР	Улучшающий	Приспособительный	Прорывной	Отсутствует
Сбытовая сеть	Собственная или контролируемая	Собственная или контролируемая	Отсутствует	Отсутствует
Реклама	Массовая	Специализированная	Отсутствует	Отсутствует

Источник: Стратегии развития предприятия. Генеральный директор. Персональный журнал руководителя. URL: <https://www.gd.ru/articles/9584-strategiya-razvitiya> (дата обращения: 28.05.2023).

показатели эффективности предприятия могут снизиться из-за изменения потребительских предпочтений или усиления конкуренции.

2. Стратегия поиска «захватчика». Актуально для компаний, не располагающих достаточными финансовыми ресурсами для поддержания своих позиций на рынке. В этом случае единственно правильное решение – найти крупный бизнес, который захочет частично выкупить активы организации. При этом она сохраняет автономию

своих подразделений и имеет возможность продолжать свою деятельность за счет привлечения средств покупателей. Компании могут даже менять владельцев, сохраняя при этом профессиональную деятельность и управленческий персонал.

3. Стратегия лидерства в нише. Имеет смысл в двух ситуациях: если предприятие растет так быстро, что может стать монополистом на рынке и нейтрализовать конкурентов и если организа-

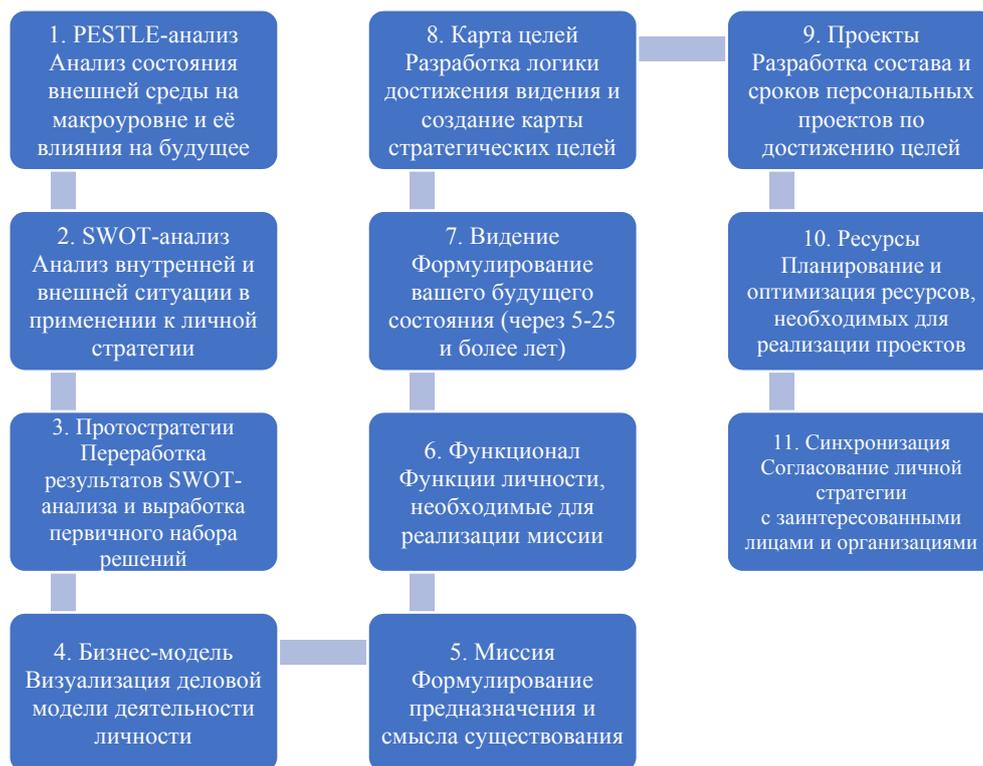


Рис. 1. Этапы разработки стратегии развития

Источник: Инновации в управлении. Стратегия развития предприятия: 9 компонентов эффективности. URL: <https://strategium.space/lesson/strategiya-razvitiya-sostoit/> (дата обращения: 29.05.2023).

ция располагает финансовыми ресурсами для того, чтобы активно расти и развиваться.

4. Стратегия выхода за рамки ниши. Эта стратегия будет иметь желаемый эффект только в том случае, если компания готова выйти за свои первоначальные рамки. Компания, ставшая лидером рынка в своей нише, может попытаться завоевать другие сферы бизнеса. Следует помнить, что организациям придется столкнуться с жесткой конкуренцией со стороны тех предприятий, которые уже развивают эти направления. Следовательно, необходимо иметь достаточные ресурсы, чтобы новая стратегия принесла дивиденды.

Стратегии также могут рассматриваться в зависимости от типа стратегического конкурентного поведения фирм: виоленты (львы, слоны, бегемоты); пациенты (лисы); эксплеренты (ласточки); коммутанты (мыши) (см. таблицу).

В основу представленной выше классификации положен биологический подход конкурентного поведения, предложенный российским ученым Л. Г. Раменским. Согласно этому подходу стратегическое поведение можно подразделить на четыре вида [3, с. 340]:

- виолентное, характерно для крупных компаний, занимающихся массовым производством, выходящих на массовый рынок с новой собственной или приобретенной продукцией, опережающих конкурентов за счет массового производства и эффекта масштаба;
- пациентное, заключается в приспособлении к узким сегментам широкого рынка за счет эксклюзивного выпуска новых или модернизированных продуктов с уникальными характеристиками;
- эксплерентное, которое означает вступление в рынок с радикально новым (инновационным) продуктом и захватом части рынка;
- коммутантное, состоит в адаптации к условиям спроса местного рынка; заполнении ниши рынка, по тем или иным причинам не занятого «виолентами» и «пациентами»; освоении новых продуктов и услуг после появления новых технологий и их продвижение максимально широкому потребительскому классу.

Необходимо учитывать, что стратегии развития предприятия должны состоять из сочетания нескольких типов. Им необходимо тесно взаимодействовать друг с другом и стремиться

к достижению общих результатов. А также все сотрудники в компании должны понимать, как компания позиционирует себя и чего она хочет достичь. Только действуя в таком русле, возможен успех для предприятия.

Разработка стратегии развития предприятия

Для обеспечения высокого качества стратегии в ее разработке необходимо придерживаться определенных этапов. Конечно, у компаний различных сегментов рынка разные требования к стратегиям развития, однако существует определенная универсальная структура, придерживаясь которой фирмы смогут сформировать для себя стратегию развития (рис. 1).

1. Разработка стратегии начинается с того, что необходимо оценить состояние внешней среды на макроуровне и проанализировать влияние отдельных факторов этой среды на будущее компании. Суть PESTLE-анализа состоит в том, что изучается множество факторов: политические, социальные, экономические, технологические и другие. А также оцениваются тенденции их изменения и степень влияния этих изменений на будущее организации.

2. SWOT-анализ – наиболее известный метод стратегического анализа, позволяющий определить внутренние сильные и слабые стороны деятельности фирмы, а также возможности и угрозы внешней среды.

3. Протостратегии – обобщенные результаты проведенного расширенного SWOT-анализа. На данном этапе вырабатываются так называемые прообразы стратегических решений, прототипы, выявляются конкретные решения тех или иных проблем, что требует подхода, ориентированного на конкретный бизнес.

4. Обычно компании редко перестраивают свои бизнес-модели, зачастую их это заставляет делать постоянно меняющийся рынок. Этот этап разработки стратегии подразумевает под собой анализ старой бизнес-модели и поиск новых бизнес-моделей, ведь экономика не стоит на месте: она развивается вместе с научно-техническим прогрессом, расширяются возможности, меняются предпочтения потребителей.

5. После того как определена целевая бизнес-модель, оценены возможности и угрозы, необходимо определить миссию организации,

т.е. каково ее предназначение, цель существования. Предприятия не могут существовать сами по себе, они вливаются в другие социальные системы, общественные отношения и извлекают из этого прибыль в рамках определенной бизнес-модели. Поэтому миссия для организации является неким связующим звеном с внешней средой. Она задает роль организации в этой внешней среде и в мире.

Необходимо учитывать, что стратегии развития предприятия должны состоять из сочетания нескольких типов. Им необходимо тесно взаимодействовать друг с другом и стремиться к достижению общих результатов.

6. Конкретизировав миссию организации, нужно понять какие действия предпринимать на регулярной основе для реализации своих целей, какие функции, т.е. какой должен быть функционал. А функционал довольно обширное понятие для предприятия, поэтому его необходимо структурировать, обычно это происходит через модели бизнес-процессов.

7. Этап видения подразумевает под собой представление конкретного состояния (целевого) через конкретный промежуток времени. То есть, например, какой представляется положение компании в регионе или в стране через 5–10 лет, фактически это состояние предприятия в будущем.

8. Карта целей является средством, позволяющим создать взаимосвязанную, сбалансированную и логически обоснованную стратегию. Здесь разрабатываются детали, за счет которых будет достигаться желаемое состояние фирмы в будущем. Достигая маленьких целей, компании смогут выйти на главную цель и реализацию видения стратегического развития.

9. На этом этапе происходит непосредственно разработка способов достижения целей (это могут быть стратегические проекты, программы, инициативы). Главное, чтобы все способы были

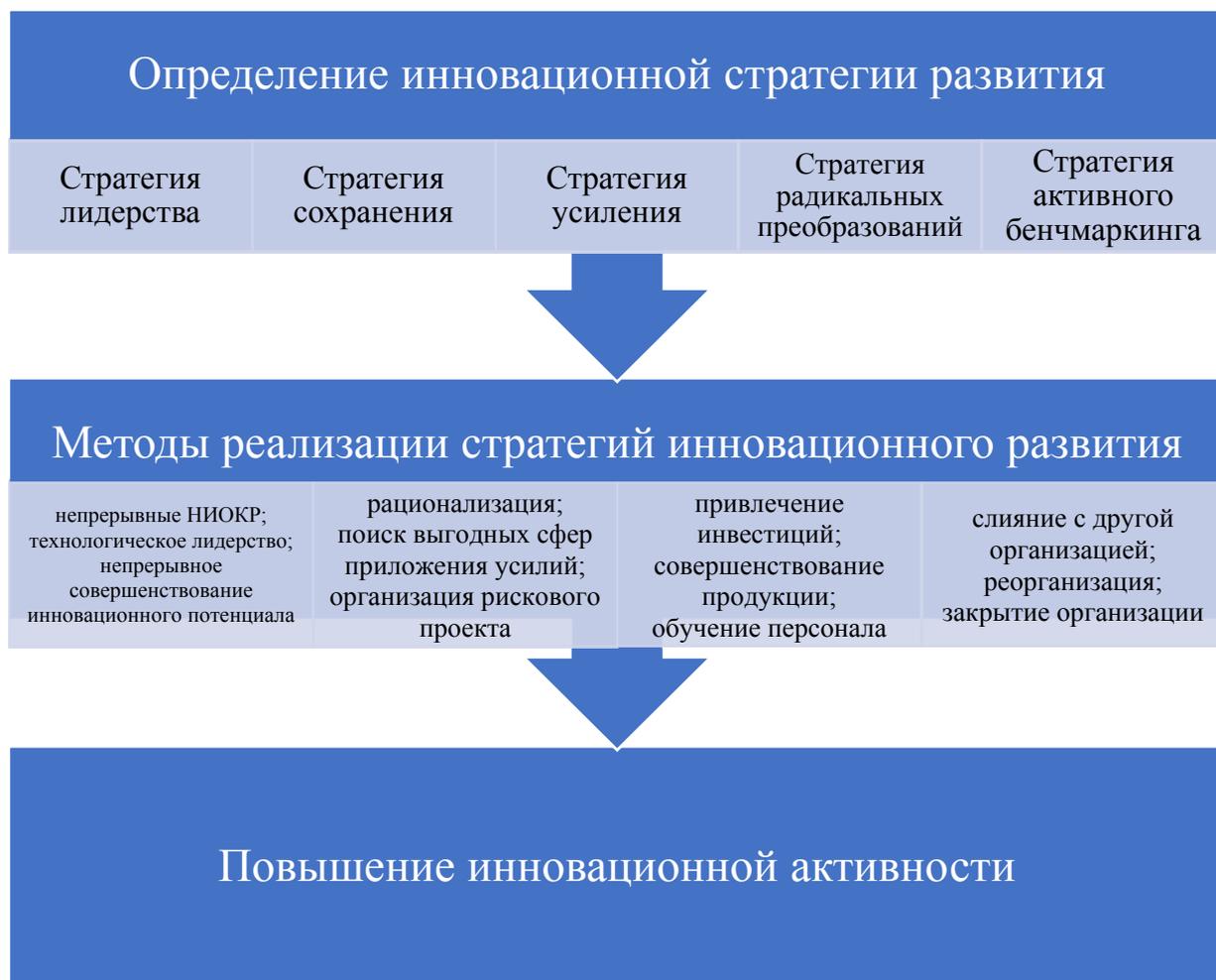


Рис. 2. Инновационные стратегии предприятия

Источник: [5, с. 120].

направлены на достижение стратегических целей, реализацию видения и миссии предприятия.

10. Следует учесть, что ресурсы – это не только финансы, люди, материалы, а более широкое понятие для разработки стратегии развития компании. Ресурсы – это еще и знания, компетенции, отношения с контрагентами, динамические способности. Недостаток ресурсов может повлиять на реализацию стратегии, а значит, необходимо заблаговременно создавать и развивать их для обеспечения достижения стратегических целей.

11. Синхронизация – это процесс согласования и утверждения разработанных стратегий развития. На данном этапе предприятия транслируют разработанную стратегию в нижестоящие или смежные подразделения, особенно если планируется использование и «чужих» ресурсов. При наличии замечаний или расхождений в планах возможны корректировки стратегии.

Таким образом, разработка стратегии развития предприятия является трудоемким процессом и требует к себе большого внимания и детального изучения.

Тем не менее стоит отметить, что при внедрении стратегии развития предприятиям необходимо представленный процесс разработки стратегии лучше адаптировать под конкретные условия компании.

Инновационная стратегия развития предприятия

В условиях жесткой конкуренции все предприятия вынуждены идти в ногу со временем и создавать инновационные стратегии. Для достижения этой цели используются организационные ресурсы и новейшие разработки по конкретным направлениям.

Инновационная стратегия – это двигатель будущего развития компании, характеризую-

щийся новизной и высоким качеством производственной деятельности [4, с. 2].

Инновационная стратегия подчинена общей стратегии предприятия. Она устанавливает инновационные цели, варианты способов их достижения и источники их финансирования.

Необходимость для компаний в формировании инновационной стратегии развития обуславливается комплексным инновационным преобразованием во всех сферах жизнедеятельности общества.

При формировании инновационной стратегии необходимо учитывать цели предприятия, масштабы и характер деятельности, жизненный цикл инноваций, уровень инновационного развития самого предприятия, а также его научно-техническую политику.

Существует несколько вариантов инновационных стратегий развития предприятия (рис. 2).

Стратегия лидерства наиболее актуальна при высоком уровне инновационного развития, поскольку организация может проводить интенсивные НИОКР, поддерживать и укреплять технологическое лидерство, так как обладает достаточными финансовыми, человеческими, техническими и другими видами ресурсов. Кроме того, благоприятный инновационный климат в будущем поможет компании сохранить свое технологическое лидерство и постоянно повышать уровень инновационного потенциала.

При выборе стратегии лидерства необходимо и целесообразно для бизнеса использовать свои финансовые возможности для обучения сотрудников и приобретения новых основных средств.

Стратегии сохранения соответствует средний уровень инновационного развития. При реализации стратегии сохранения следует применять различные меры для поддержания высокого уровня инновационного потенциала и улучшения среднего уровня. Эта версия стратегии направлена на реализацию таких мер, как рационализация, поиск более выгодных областей для прикладных усилий. Это позволит организации избежать возможных угроз со стороны внешней среды и сохранить инновационный потенциал на прежнем уровне.

Стратегия усиления соответствует кризисному уровню инновационного развития компании, наиболее опасному для фирмы. В данном случае, если предприятию не удастся повлиять на

инновационный потенциал для его усиления в ближайшее время, может возникнуть ситуация, когда организация выйдет на низкий уровень инновационного развития, что требует коренной трансформации. При стратегии усиления компаниям необходимо укрепить свой инновационный потенциал в благоприятной среде. Финансовая часть инновационного потенциала может быть увеличена за счет привлечения дополнительных инвестиций, которые в условиях благоприятного климата остаются доступными. Кроме того, следует совершенствовать ценовую политику, совершенствовать используемые технологии, повышать качество продукции.

Стратегия радикальных преобразований характеризуются низким уровнем инновационного потенциала и низкими (или средними) показателями инновационной среды. В такой стратегии бизнес должен приложить огромные усилия, чтобы добиться положительных изменений, которые обеспечат непрерывную работу. Крайним средством этой стратегии является закрытие организации.

Стратегия активного бенчмаркинга предполагает, что организация, изучив опыт конкурирующих отраслей, выявляет наиболее жизнеспособные проекты и адаптирует их к собственным условиям производства. Примером может служить активное заимствование различных методов интернет-маркетинга для увеличения продаж. Многие отечественные компании в настоящее время перенимают эту инновационную стратегию. Практика показала, что этот вид инновационной стратегии является наиболее успешной реализацией и приносит ощутимый экономический эффект.

Таким образом для успешного достижения целей предприятия необходимо делать выбор в пользу той стратегии, которая более подходит для использования ресурсов в конкретной ситуации.

Определение инновационной стратегии развития и выбор методов ее реализации для компании будет одним из пунктов повышения ее инновационной активности. А в век цифровизации практически всех сфер общества данная тенденция является особо актуальной.

Принятие специального комплекса мер по использованию инновационного потенциала может обеспечить предприятиям долгосрочные



Рис. 3. Стадии выбора антикризисной стратегии фирмы

Источник: [7, с. 1].

стабильные рынки сбыта и поспособствует наиболее эффективному управлению развитием компании.

Приемлемость любой стратегии выражается эффективностью деятельности фирмы, что проявляется в величине прибыли, продаж и рентабельности. Стратегия инновационного развития организации должна устанавливать наилучшую последовательность действий в общей сфере, устанавливать новую систему управления, обновлять производство и т.д., а также контролировать и корректировать выполнение запланированных мероприятий на постоянной основе.

Антикризисная стратегия развития предприятия

В современных условиях экономической и политической нестабильности предприятиям следует обратить внимание на формирование антикризисных стратегий развития.

Антикризисная стратегия представляет собой программный документ, в котором определены цели, ресурсы, а также технология решения задач по выводу организации из кризиса.

Антикризисные стратегии бывают следующих видов [6, с. 204]:

1. Восстановительная – своевременное обнаружение и устранение источников конкуренции и финансовых недостатков предприятия.

2. Стратегия активного приспособления – в ее основе лежит создание нового уникального товара или вытеснение конкурентов с аналогичными товарами.

3. Стратегия консервативного поведения – означает поддерживать и развивать позиции на рынке за счет обновления ассортимента продукции и технологии производства.

На формирование антикризисной стратегии влияет наступающий или наступивший кризис, особенности законодательства, внутренняя и внешняя среда, отражающаяся на деятельности конкретной организации.

Для правильного выбора антикризисной стратегии необходимо следовать определенным этапам (рис. 3).

При корректном выборе стратегии развития в кризисный период для предприятия необходимо произвести глубокий анализ деятельности фирмы и всесторонне изучить пути решения проблем. От того, насколько четко будет проведена оценка и правильно выбрана стратегия, будет зависеть дальнейшее развитие фирмы.

Антикризисные стратегии могут включать несколько направлений: снижение затрат, ликвидация определенных отделов, сокращение производства, привлечение дополнительных ресурсов и т.д. В любом случае этот комплекс мер даст положительный результат только при условии правильной реализации выбранной антикризисной стратегии.

Реализация антикризисной стратегии проходит в несколько стадий. В первую очередь утверждается определенная стратегия и согласовывается с целями компании. Далее происходит информирование персонала и подготовка к эффективной реализации антикризисной стратегии. Следующим этапом будет обеспечение необходимого уровня денежных средств для реализации выбранной стратегии. И последний этап — это приведение всех процессов организации на уровень в соответствии с назначенной стратегией.

Важно в ходе реализации антикризисной стратегии обеспечить постоянный контроль, так как могут возникнуть некоторые препятствия, которые необходимо будет оперативно решить, например нехватка ресурсов или сложности с персоналом.

Антикризисная стратегия — это программа, требующая обширного анализа и проработки. Антикризисные стратегии позволяют подготовиться к кризисным ситуациям, распознать природу слабых сигналов развития кризиса, уменьшить количество тактических ошибок, уверенно решать проблемы, которые могут привести к будущими последствиями, разрабатывать и использовать эффективные методы управления,

находить положительные моменты в сложных кризисных ситуациях.

Выводы

В современном обществе для любого предприятия необходимым является формирование стратегии развития. Данная программа должна включать в себя текущую задачу фирмы (направление новой политики); следующую задачу (применение инновационных технологий или антикризисных мер для эффективной деятельности компании на рынке); будущую задачу (увеличение технологического уровня производства продукта, переход на новый уровень производства).

Конечно, фирмы подбирают стратегию под свои существующие положения и обстоятельства, однако следует учесть, что на деле организация может использовать несколько разных стратегий развития одновременно, особенно, если это многоотраслевая компания. Или же имеет место быть последовательное применение разных стратегий, так как современный рынок не создает условий для выбора одной стратегии: общество не стоит на месте, а развивается, и, как следствие, меняются условия функционирования предприятий.

Стратегический план поможет установить четкие цели, которые проиллюстрируют, как компания будет достигать своей миссии и видения в течение ближайших лет. Именно поэтому для любого предприятия важна грамотно составленная стратегия развития, в том числе если это касается инновационной или антикризисной стратегии.

Список источников

1. Абрамов В.С., Абрамов С.В. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание. Абрамов В.С. ред. М.: Издательство Юрайт; 2021. 270 с. URL: <https://urait.ru/bcode/520203> (дата обращения: 28.05.2023).
2. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений. М.: ИНФРА-М; 2019. 320 с.
3. Попов С.А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение — цели — изменения. М.: Издательство Юрайт; 2021. 447 с.
4. Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. Глава 6. Инновационная стратегия. Виды инновационных стратегий. URL: <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=3771#:~:text=%D0%98%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F%20%2D%20%D1%8D%D1%82%D0%BE%20%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE%20%D0%B8%D0%B7,%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B>

0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F (дата обращения: 29.05.2023).

5. Соклакова И.В., Санталова М.С., Борщева А.В. и др. Стратегический менеджмент: российский и зарубежный опыт. Монография. 2-е изд. М.: Дашков и К; 2021. 246 с.
6. Троенко В.О. Разработка стратегии развития организации. *Молодой ученый*. 2019;41(279):204–207.
7. Андреев Е.Е. Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. Формирование антикризисной стратегии предприятия (организации). URL: <http://www.jurnal.org/articles/2016/ekon108.html> (дата обращения: 29.05.2023).

References

1. Abramov V.S., Abramov S.V. Strategic management in 2 hours. Part 1. Essence and content. Abramov V.S. ed. Moscow: Yurayt Publishing House; 2021. 270 p. URL: <https://urait.ru/bcode/520203> (accessed on 28.05.2023). (In Russ.).
2. Markova V.D., Kuznetsova S.A. Strategic management: Theory, concepts, decision-making tools. Moscow: INFRA-M; 2019. 320 p. (In Russ.).
3. Popov S.A. Current strategic management. Vision – goals – changes. Moscow: Yurayt Publishing House; 2021. 447 p. (In Russ.).
4. Agarkov S.A., Kuznetsova E.S., Gryaznova M.O. Innovation management and state innovation policy. Chapter 6. Innovation strategy. Types of innovative strategies. URL: <https://inlnk.ru/NDgXZn> (accessed on 29.05.2023). (In Russ.).
5. Soklakova I.V., Santalova M.S., Borscheva A.V. et al. Strategic management: Russian and foreign experience. Monograph. 2nd ed. Moscow: Dashkov and K; 2021. 246 p. (In Russ.).
6. Troenko V.O. Development of an organization growth strategy. *Molodoj uchenyj = Young scientist*. 2019;41(279):204–207. (In Russ.).
7. Andreev E.E. Journal of scientific publications of graduate and doctoral students. Formation of an anti-crisis strategy for a company. URL: <http://www.jurnal.org/articles/2016/ekon108.html> (accessed on 29.05.2023). (In Russ.).