

**Журнал Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием.** 2024, выпуск №1  
*Journal Marketing MBA. Marketing management firms.* 2024, Issue №1

ISSN 2078-6921

Эл. № ФС77-46167

**Маркетинг MBA**  
**Маркетинговое управление предприятием**

Journal Marketing management firms  
Marketing MBA



Том 15, 2024 выпуск №1  
Volume 15, 2024 Issue №1



Журнал Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием  
Journal Marketing MBA. Marketing management firms

2024, выпуск № 1  
2024, Issue № 1



**Маркетинг MBA**  
**Маркетинговое управление предприятием**

Journal Marketing management firms  
Marketing MBA

**Главный редактор:**

Сидорчук Роман Ровальдович, доктор экономических наук  
Editor Sidorchuk Roman Roaldovich, Doctor of Economics (marketing), Ph.D.

**Ответственный редактор:** Алексей Самойлов

Liability editor: Alexei Samoilov

Адрес: 129018, Россия, г. Москва, Складочная ул. д.1, стр. 18, оф.317  
Address: 129018, Moscow, Russia, Skladochnaya Street, d.1, str. 18, of. 317  
Электронный адрес: [info@marketing-mba.ru](mailto:info@marketing-mba.ru)  
E-mail: [info@marketing-mba.ru](mailto:info@marketing-mba.ru)  
Учредитель и издатель: Сидорчук Р.Р. и RSonsult ©  
Founder and publisher: Sidorchuk R.R. & RSonsult ©  
Он-лайн Научный журнал: [www.marketing-mba.ru](http://www.marketing-mba.ru)  
ON-line Scientific Journal: [www.marketing-mba.ru](http://www.marketing-mba.ru)

Copyright © On-line Journal Marketing management firms,  
Marketing MBA. 2010. All Rights Reserved.

Том 15, 2024 выпуск № 1  
Volume 15, 2024 Issue № 1

Начиная с 2014 г. нумерация томов идет по годам. В 2014 г. Том № 5

## Содержание

### *Content*

- Воронин Всеволод Алексеевич** 5  
*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии СПбГУ,*  
**Истоки проблем экономического развития мексикки: институты и производство**  
*Voronin Vsevolod Alekseevich Faculty of Political Science, 2<sup>nd</sup> year master's student St. Petersburg State University*  
**The origins of mexico's economic development problems: institutions and production**
- Дымов Николай Константинович** 18  
*студент 2 курса бакалавриата, Институт Экономики и Управления, РГПУ им. А.И. Герцена,*  
**Lean production как основа цифровизации в управлении городом: пример Санкт-Петербурга**  
*Dymov Nikolai Konstantinovich*  
*Institute of Economics and Management, 2nd year undergraduate student, RSPU them. A.I. Herzen*  
**Lean production as the basis of digitalization in city management: the example of St. Petersburg**
- Зинченко Мария Владимировна** 30  
*Институт экономики и управления, ассистент кафедры экономической теории и экономического образования, РГПУ им. А.И. Герцена,*  
**Рациональность как главный тренд современного потребительского поведения**  
*Zinchenko Mariya Vladimirovna*  
*Assistant of the Department of Economic Theory and Economic Education, Herzen State Pedagogical University of Russia, Institute of Economics and Management*  
**Rationality as the main trend of modern consumer behavior**
- Магеррамов Иса Илхамович** 41  
*студент 2 курса магистратуры экономического факультета СПбГУ,*  
**Региональные аспекты политики импортозамещения (на примере Санкт-Петербурга)**  
*Magerramov Isa Ilkhamovich, 2nd year master's student, St. Petersburg State University, faculty of economics*  
**Regional aspects of import substitution policy (based on the example of St. Petersburg).**
- Осипов Павел Николаевич** 53  
*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии СПбГУ,*  
**Макогон Ярослав Александрович**  
*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии, СПбГУ*  
**Игнатова Анна Михайловна**  
*Кандидат политических наук, ЧОУ ВО Санкт-Петербургский институт экономики и управления,*  
**Государственная политика в сфере образования в Российской Федерации**  
*Osipov Pavel Nikolayevich*  
*Student 2 year education, political science facility St. Petersburg State University,*  
**Макогон Ярослав Александрович**  
*Student 2 year education, political science facility St. Petersburg State University,*  
**Игнатова Анна**  
*Candidate of Political Sciences, St. Petersburg State University of Economy and Management*  
**State policy in the field of education in the Russian Federation**
- Пантелейкин Илья Витальевич** 75  
*студент 2 курса бакалавриата Высшей РГПУ им Герцена, Институт экономики и управления,*

**Общественные пространства: ревитализация устаревших построек или улучшение качества городской среды Санкт-Петербурга**

**Panteleykin Ilya Vitalievich**

*2nd year undergraduate student, The Herzen State Pedagogical University of Russia, Institute of economics and management,*

**Public spaces: revitalizing outdated buildings or improving the quality of the urban environment of St. Petersburg**

**Петрушина Александра Владимировна**

**86**

*студентка 2 курса бакалавриата СПбГУ, Факультет политологии*

**Российский рынок одежды: уход иностранных брендов и импортозамещение**

**Petrushina Alexandra Vladimirovna**

*2nd year undergraduate student, St. Petersburg State University, Faculty of Political Science*

**The Russian clothing market: the departure of foreign brands and import substitution**

**Рейн Вероника Владиславовна,**

*журналист, Ленинградская областная телекомпания.*

**100**

**Последствия «Зеленой сделки» и санкционной политики для экономики ЕС: падение эффективности и массовые протесты аграриев**

**Rein Veronika,**

*Journalist Leningrad Regional Television Company, ,*

**The consequences of the "Green deal" and sanctions policy for the EU economy: a drop in efficiency and mass protests by farmers**

**Чжоу Юйхань,**

**117**

*студент 2 курса магистратуры, экономический ф-т, СПбГУ*

**Социальная политика в новой экономике: особенности и проблемы**

**Zhou Yuhan,**

*2nd year Master's student St. Petersburg State University, Faculty of Economics*

**Social policy in the new economy: features and problems**

**Лукина Анастасия Владимировна**

*доктор экономических наук, профессор, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова*

**131**

**Костылев Виктор Владимирович,**

*магистрант, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова*

**Тренды современного маркетинга в сфере индустрии моды**

**Lukina Anastasia Vladimirovna,**

*Doctor of Economics, Professor, Plekhanov Russian University of Economics,*

**Kostylev Viktor Vladimirovich,**

*Master's student, Plekhanov Russian University of Economics*

**Trends in modern marketing in the fashion industry**

**Ненашева Ксения Евгеньевна,**

**144**

*Студентка Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета*

**Сегментация российских потребителей китайской бытовой техники по воспринимаемому качеству**

**Kseniia Nenasheva**

*Student of Graduate School of Management*

*Saint Petersburg State University*

**Segmentation of russian consumers of chinese household appliances by perceived quality**



**Воронин Всеволод Алексеевич**

Студент 2 курса бакалавриата факультета политологии

*СПбГУ,*

[\*sevvy@inbox.ru\*](mailto:sevvy@inbox.ru)

## **ИСТОКИ ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МЕКСИКИ: ИНСТИТУТЫ И ПРОИЗВОДСТВО**

### **Аннотация**

В статье рассматривается экономическое развитие Мексики с позиций двух основных подходов в международной политической экономии – мир-системного и неоинституционального. Производится анализ истории государства с точки зрения структуры производства и развития основных экономических и правовых институтов. Выявляются ключевые проблемы, сопровождающие изучаемую страну на протяжении её эволюции в XVI-XX веках. Посредством синтеза ключевых положений используемых методологий делается комплексный вывод о причинах сравнительной производственной отсталости Мексики.

**Ключевые слова:** Мексика, экономическое развитие, институты, колониализм, реформы.

**RePEc:** F63, O54.

**УДК:** 339.9, 338.22.

***Voronin Vsevolod Alekseevich***

*Faculty of Political Science, 2<sup>nd</sup> year master's student*

*St. Petersburg State University*

[\*sevvy@inbox.ru\*](mailto:sevvy@inbox.ru)

## **THE ORIGINS OF MEXICO'S ECONOMIC DEVELOPMENT PROBLEMS: INSTITUTIONS AND PRODUCTION**

### **Abstract**

The article examines the economic development of Mexico from the standpoint of two main approaches in international political economy – the world-systemic and neo-institutional. The analysis of the history of the state is carried out from the point of view of the structure of production and the development of the main economic and legal institutions. The key problems accompanying the studied country during its evolution in the XVI-XX centuries are revealed. By synthesizing the key provisions of the methodologies used, a comprehensive conclusion is drawn about the causes of Mexico's comparative industrial backwardness.

**Keywords:** Mexico, economic development, institutions, colonialism, reforms

RePEc: F63, O54

УДК 339.9, 338.22

УДК: 339.9, 338.22

**Воронин Всеволод Алексеевич**

Студент 2 курса бакалавриата факультета политологии

СПбГУ,

[sevvy@inbox.ru](mailto:sevvy@inbox.ru)

## **ИСТОКИ ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МЕКСИКИ: ИНСТИТУТЫ И ПРОИЗВОДСТВО**

*Voronin Vsevolod Alekseevich*

*Faculty of Political Science, 2<sup>nd</sup> year master's student*

*St. Petersburg State University*

[sevvy@inbox.ru](mailto:sevvy@inbox.ru)

## **THE ORIGINS OF MEXICO'S ECONOMIC DEVELOPMENT PROBLEMS: INSTITUTIONS AND PRODUCTION**

**Введение.** В отличие от своих соседей, Мексика является страной с относительно невысоким уровнем жизни. ВВП на душу населения – 9926 долларов, коэффициент ИЧР – 0.76 [12]. Данные показатели немного выше общемировых, однако в сравнении США и Канадой – достаточно низкие. В чём причина такой разницы? Чем больше времени проходит со времён прошедшей колониальной зависимости этих стран, тем более актуальным становится данный вопрос. Увеличивающийся экономический разрыв между “Севером” и “Югом” может впоследствии стать причиной нежелательного для всех политического кризиса. Так, нелегальная миграция из Мексики в США (как следствие социально-экономического неравенства государств) уже стала причиной конфликта федеральных властей штатов и правительства Техаса. Для решения подобных проблем необходима реализация

антикризисной политики и выработка целостной стратегии роста на основе развитой промышленной политики. [8; 9] В научном сообществе существует два основных подхода к рассмотрению процессов экономического развития – неомарксистский и неоинституциональный. Оба подхода признаются большим количеством учёных. Наша исследовательская задача состоит в разумном синтезе этих двух научных направлений для выявления причин экономической отсталости Мексики.

**Методология исследования.** Неомарксистская политэкономия, представленная мир-системным анализом, видит причину бедности стран в навязанной им технологической отсталости. Наиболее продвинутые и эффективные производственные ресурсы контролируются государствами центра [3]. Основа их экономики – высокотехнологичное производство. Производимая в данных странах продукция высоко ценится на рынке, поэтому доход от её продажи лежит в основе благосостояния центра. Периферия, напротив, выполняет функцию поставщика дешёвых ресурсов, является источником недорогой рабочей силы для развитых государств. Выгодное положение центр сохраняет за счёт различных механизмов управления и контроля – военной силы, идейного влияния [1], юридических норм (например, системы патентов [3]) и т.д. Поэтому достижение высокого уровня жизни для периферии и полупериферии значительно затруднено. Добавим также, что мир-системный анализ, в свою очередь, имеет истоки в теории зависимости, которая говорит о том, что зависимость периферии от центра – результат колониальной политики европейских держав [1].

Политическая экономия неоинституционализма делает акцент на системе сложившихся в обществе институтах как важном условии или движущей силе экономического процветания. Так называемый институционализм рационального выбора утверждает, что институты складываются как нормы, освобождающие экономических акторов от дополнительных ресурсных затрат [5]. Выступая гарантией честного сотрудничества, они снижают трансакционные издержки. Исторический институционализм

противопоставляет эффективные (инклюзивные) институты и неэффективные (экстрактивные). Выбор институтов определяет дальнейший путь развития страны (path dependency) [2]. Так, при инклюзивных институтах граждане имеют возможность участвовать в управлении государством, имеют свободу действий, а их собственность защищена законом. В таких условиях у акторов есть стимулы и возможности работать на свое благо, а также на благо экономики своей страны. Экстрактивные же институты характерны тем, что они обеспечивают нахождение у власти небольшой социальной группы. Работа же всего общества направлена на её обогащение. Соответственно, стимулы и возможности при такой системе отсутствуют, что и лежит в основе бедности отсталых стран.

Несмотря на споры представителей мир-системного анализа и неоинституционализма, два направления не всегда друг другу противоречат. Зачастую в технологически отсталых странах элита, контролирующая институты, является компрадорской. Крупным собственникам гораздо выгоднее продавать ресурсы с низкой добавленной стоимостью, нежели развивать высокотехнологичное производство в своей стране, которое с высокой вероятностью не окупится. А для контроля над сырьевыми ресурсами им выгодна экстрактивность институтов. В данной работе необходимо показать связь двух факторов – технологического и институционального, в контексте истории экономического развития Мексики.

***Экономические проблемы Мексики: историческая перспектива.*** Как и все колонии, Новая Испания в XVI – XVIII веках была, в первую очередь, источником сырья. Основным фактором производства в испанской Мексике на протяжении нескольких веков оставалась земля. Основу экономики испанских владений в Северной Америке составляли сельское хозяйство, скотоводство и добыча полезных ископаемых, в основном, дорогих металлов (которые перевозились в метрополию) [10]. Местное население не имело собственности и работало на землях колонизаторов. Контроль и организация рабочей силы осуществлялись при поддержке губернатора с помощью

специального института – энкомьенды (работа на энкомендеро и уплата оброка). Система социальных отношений между аборигенами и испанцами постепенно превратилось в крепостное право.

Для сравнения, в британских колониях физической работой занимались сами колонисты, многим земля давалась в собственность. Поток капиталов из-за океана способствовал появлению и развитию мануфактур и промышленности. Развитие рыночных механизмов и погоня за прибылью создавали стимулы для поселенцев английских колоний, под влиянием которых производство с использованием новых технологий быстро расширялось.

В испанских же колониях энкомендеро, де-факто – феодал, постоянно получал гарантированный объем благ в натуральном выражении, поэтому не зависел от конкуренции с другими такими же экономическими агентами. Его благосостоянию мало что угрожало, поэтому мотивации развивать свое производство интенсивным путем у него, как в теории, так и на практике, было мало. Тем более, никаких стимулов не получал обычный крестьянин, ведь произведённый им прибавочный продукт полностью изымался представителем местного правящего класса. Была высока и налоговая нагрузка на фирмы, занимавшиеся торговлей. Так, десятину со всех доходов забирала Римская католическая Церковь. Сложившаяся нормативная система также препятствовала буржуазному развитию – отсутствовали достаточные гарантии прав собственности, а все недра были объявлены собственностью испанской короны. Это ставило королевских высоких чиновников, находящихся в колонии, в заведомо выигрышное положение. Поэтому большую роль социальной системе Новой Испании играло кумовство. Используя престиж семьи или родственные связи, представители высшего класса уклонялись от налогов, получали субсидии и кредиты, защищали права собственности на землю. Высок был уровень коррупции. Это отрицательно влияло на конкуренцию среди тех немногих капиталистических промышленных предприятий, которые всё же существовали в Мексике.

В целом, в период испанского владычества в XVI – XVIII веках в Мексике не были сформированы эффективные рыночные и правовые институты, а следовательно, не было основы для внедрения в производство высоких технологий и повышения производительности труда. Ведь, во-первых, при устойчивых прогрессивных институтах издержки, которые несут производители, гораздо меньше, чем при неустойчивых и регрессивных. Соответственно, класс мексиканских собственников, неся большие издержки, имел меньше возможностей внедрять в производство инновации, так как последние являются следствием значительных финансовых затрат. Говоря проще, деньги чаще уходили на взятки. Во-вторых, слабая гарантия прав собственности повлекла за собой наличие дополнительных имущественных рисков, которые несли мелкие и средние собственники, массово появившиеся в начале XIX века. Это послужило ещё одним препятствием для технологического развития страны.

Также в 20-х годах XIX века Мексика получает независимость и в 1824 году принимает либеральную конституцию по образцу США. Однако это не исправило положения. Сами по себе законы не сработали, ведь на протяжении нескольких веков в колонии Испанской империи укреплялись неформальные экстрактивные институты, «правила игры», такие, как коррупция, кумовство и т.д. Местная элита, получив независимость от метрополии, приобрела большую самостоятельность при принятии решений, однако для большинства населения ситуация не поменялась, так как формальные институты правового характера и народного представительства остались слабы. Социально-экономическая база, как институциональная, так и технологическая осталась прежней. Важно также ответить, что на протяжении всего XIX века Мексика была государством с низким уровнем политической стабильности – между 1824 и 1867 там сменилось 52 президента, причём большинство из них пришли к власти неконституционным путём [2]. Такая нестабильность также отрицательно отражалась на экономической устойчивости, а следовательно, и на внедрении

в производство технологий, которые позволили бы собственникам максимизировать прибыль. А с 1876 года до революции 1911 года Мексика и вовсе находилась под властью диктатора.

Вот что писал о Мексике XIX-го века историк Джон Коутсворт: «Успех или неудача в экономической деятельности всегда зависели от отношений между производителем и политическими властями — местными чиновниками, чтобы улаживать текущие дела, и центральным правительством, чтобы обеспечить благоприятное для себя толкование закона или, если потребуется, защиту от местных чиновников. Небольшие предприятия, исключенные из системы корпоративных привилегий и политического покровительства, были вынуждены постоянно существовать в полуподпольном состоянии, всегда на грани закона, всегда по милости мелких чиновников — никогда не чувствуя себя в безопасности от произвола, никогда не будучи защищенными от тех, кто сильнее» [5].

К началу XX века, когда монополии западных стран активно делят мир на свои зоны влияния, как пишет В.И. Ленин в своей знаменитой работе «Империализм как высшая стадия капитализма» [4], Мексика представляет собой промышленно неразвитую, экспортоориентированную страну с автократической политической системой и слабыми буржуазно-рыночными институтами. А учитывая, что почти вся периферия к тому моменту уже была подчинена империалистическим государствам, вероятность для стран второго эшелона совершить экономический рывок и войти в число развитых значительно уменьшилась. Во время Второй мировой войны Мексика проводит экономические реформы [10]. Благодаря государственному вмешательству уровень жизни населения значительно вырос, однако в то время такая тенденция наблюдалась и во многих других странах Латинской Америки, Африки и Азии, но в один ряд со странами центра они так и не встали.

Сегодня Мексика является среднеразвитым государством. С одной стороны, страна производит машины, компьютеры, медицинское оборудование и т.д.

Доля высокотехнологичной продукции составляет около  $\frac{2}{3}$  от общего экспорта [13]. С другой стороны, такими передовыми производствами внутри страны владеет не сама Мексика, а государства центра, преимущественно, США [14]. Более того, 70% мексиканских товаров покупают тоже Штаты [13]. Мексиканцы являются дешёвой рабочей силой, которая создаёт блага для внутреннего рынка своих северных соседей. Средняя зарплата в стране – 620 долларов в месяц (против 4500 долларов в США).

Произвол местных элит так и не позволили создать эффективную свободную от кумовства и коррупции экономику [6]. Вместо этого в стране де-факто идёт война между правительством и наркокартелями, которые стали порождением неэффективной политики соответствующих институтов. Такая институциональная и следующая за ней технологическая отсталость берут начало из XVI века, когда испанские колонизаторы, движимые желанием извлечения дешёвых ресурсов и незаинтересованные в развитии самого региона, установили на захваченной территории свои эксплуататорские порядки.

**Заключение.** Изучение и анализ данной проблемы позволяют сделать следующий вывод: экономическая отсталость Мексики – наглядный пример действия эффекта колеи (path dependency). Экстрактивные политические и экономические институты, сложившиеся в государстве, могли способствовать лишь экстенсивному развитию. Но внедрению в производство технологий и научных новшеств (то есть, развитию интенсивному), напротив, требуются институты, способные защитить производителя и дать ему стимулы для внедрения технологий в производство. В современных экономиках эту роль выполняет государство, функционирующее на принципах законности, равноправия и централизма. На данный момент Мексика достаточно далека от работы этих принципов.

Такое положение не является приговором, однако вносит значительные сложности в институциональную модернизацию Мексики. Известный политолог Самюэль Хантингтон писал, что создать институты «с нуля»

гораздо проще, чем трансформировать закостенелые прежние [7]. Например, институты США были сформированы тогда, когда появилось само американское государство. Но когда страна живет в условиях коррупции и кумовства долгое время, успешная трансформация институтов включает в себя не только реформы юридического характера, но также социальные, культурные и даже психологические изменения самого населения. В этом случае стране предстоит коренным образом поменять многие «правила игры» - как формальные, так и неформальные. На данный момент, в мексиканском обществе не наблюдается даже предпосылок к таким изменениям. [11]

Таким образом, в глобальном смысле бедность Мексики обусловлена не случайностью или географическим фактором, а историческими условиями, то есть, установлением на территории Новой Испании специфических неэффективных форм функционирования общества. Навязанные метрополией нежизнеспособные в дальнейшей перспективе институты стали препятствием как общественному, так и техническому развитию страны.

### **Библиография**

1. Амин С. Вирус либерализма: перманентная война и американизация мира. – М.: Европа, 2007. – 162 с.
2. Аджемоглу Д., Робинсон Дж. А. Почему одни страны богатые, а другие бедные. – М.: Изд-во АСТ, 2023. – 672 с.
3. Валлерстайн И. Миросистемный анализ: Введение. – 3-е изд. – М.: ЛЕНАНД, 2020. – 304 с.
4. Ленин В.И. Империализм как высшая стадия капитализма: История. – М.: Эксмо, 2020. – 160 с.
5. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги “Начала”, 1997. – 180 с.

6. Трухачёв В.В. О проблеме коррупции в Мексике в свете предстоящих выборов // Этносоциум и межнациональная культура. – 2012. – № 6 (48). – С. 152-155.
7. Хантингтон С.Ф. Политический порядок в меняющихся обществах. – М: Прогресс-Традиция, 2004. – 480 с.
8. Aliaskarova Zh., Pashkus V., Blagikh, I. Proactive Industrial Policy as the Main Strategy for Improving Russia's Competitiveness in the Context of Global Economic Processes //SHS Web of Conferences. – 2020. – Vol. 74. – P. 06002. EDN: JCNBUY
9. Anti-Crisis Industrial Policy of The Russian Regions During the COVID-19 Pandemic / Koshkin A., Rakhman Khashimi M., Sharagina A., Fedorov A., Yakovleva E., Popov D. // Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism (SCTCMG 2022). Proceedings of the International Conference. – European Publisher Ltd, 2022. – Pp. 386-397.
10. Carlos Moreno-Brid J., Ros J. Development and Growth in the Mexican Economy: An Historical Perspective. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 278 p. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195371161.001.1> (дата обращения: 27.10.2023)
11. Morris S.D. Controlling Society/ Controlling The State: Crime and Corruption With a Focus on Mexico // Tractus Aevorum: The Evolution of Socio-Cultural and Political Spaces. – 2015. – Vol. 2, Iss. 2. – Pp. 149-177.
12. HDI by Country 2023 [Электронный ресурс] / Wisevoter – URL: <https://wisevoter.com/country-rankings/hdi-by-country/#mexico> (дата обращения: 27.10.2023)
13. Mexico Exports, Imports and Trade Partners [Эл. Ресурс] / ОЕС – URL: <https://oec.world/en/profile/country/mex> (дата обращения: 27.10.2023)

**14. What US Companies Manufacture in Mexico? Top 5 Buisnesses**  
[Электронный ресурс] / Tijuana EDC – URL: <https://tijuanaedc.org/what-us-companies-manufacture-in-mexico-top-5-businesses/> (дата обращения: 27.10.2023)

## **References**

Amin S. (2007) *The virus of liberalism: Permanent War and the Americanization of the World.* – Moscow: Europe. – 162 p.

Acemoglu D. and Robinson J. A. (2023) *Why some countries are rich and others are poor.* Moscow: AST Publishing House. – 672 p.

Wallerstein I. (2020) *World system analysis: Introduction.* – 3rd ed. – Moscow: LENAND. – 304 p.

Lenin V. (2020) *Imperialism as the highest stage of capitalism: History.* – Moscow: Eksmo. – 160 p.

North D. (1997) *Institutions, institutional changes and the functioning of the economy.* – Moscow: Foundation of the Economic book “Beginnings”. – 180 p.

Trukhachev V.V. (2012) *On the problem of corruption in Mexico in the light of the upcoming elections // Ethnosocium and interethnic culture.* – No. 6 (48). – pp. 152-155.

Huntington, S.P. (2004) *Political order in changing Societies / Samuel Huntington;* translated from the English by V.R. Rokityansky. – Moscow: Progress-Tradition. – 480 p.

Aliaskarova Zh., Pashkus V., Blagikh, I. (2020) *Proactive Industrial Policy as the Main Strategy for Improving Russia's Competitiveness in the Context of Global Economic Processes //SHS Web of Conferences.* – Vol. 74. – P. 06002. EDN: JCNBUY

Anti-Crisis Industrial Policy of The Russian Regions During the COVID-19 Pandemic (2022) / Koshkin A., Rakhman Khashimi M., Sharagina A., Fedorov A., Yakovleva E., Popov D. // Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism (SCTCMG 2022). Proceedings of the International Conference. European Publisher Ltd. – Pp. 386-397.

Carlos Moreno-Brid J., Ros J. (2009) Development and Growth in the Mexican Economy: An Historical Perspective. – Oxford: Oxford University Press. – 278 p. .  
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195371161.001.1> (date of request:27.10.2023)

Morris S.D. (2015) Controlling Society/ Controlling The State: Crime and Corruption With a Focus on Mexico // Tractus Aevorum: The Evolution of Socio-Cultural and Political Spaces. – Vol. 2, Iss. 2. – Pp. 149-177.

HDI by Country 2023 [Electronic resource] / Wisevoter – URL: <https://wisevoter.com/country-rankings/hdi-by-country/#mexico> (date of request: 27.10.2023)

Mexico Exports, Imports and Trade Partners [Electronic resource] / OEC – URL: <https://oec.world/en/profile/country/mex> (date of request: 27.10.2023)

What US Companies Manufacture in Mexico? Top 5 Buisnesses [Electronic resource] / Tijuana EDC – URL: <https://tijuanaedc.org/what-us-companies-manufacture-in-mexico-top-5-businesses/> (date of request: 27.10.2023)

*Дымов Николай Константинович*

*студент 2 курса бакалавриата, Институт Экономики и Управления,*

*РГПУ им. А.И. Герцена,*

*[kola23428@gmail.com](mailto:kola23428@gmail.com)*

## **LEAN PRODUCTION КАК ОСНОВА ЦИФРОВИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ГОРОДОМ: ПРИМЕР САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

### **Аннотация**

В статье рассматриваются цифровая трансформация и цифровизация в управлении городом на примерах конкретных программ и проектов, а также приводятся данные показателей IQ городов. На основании результатов исследования автором делается вывод, что цифровизация общественного сектора в России, а также реализуемые в рамках этих направлений проекты и программы являются ключевыми факторами высоких показателей индекса.

**Ключевые слова:** цифровизация, государственное управление, Lean production, бережливое управление, управление городом.

**RePEc:** M38, L38

**УДК** 338.23, 321.01.

*Dymov Nikolai Konstantinovich*

*Institute of Economics and Management, 2nd year undergraduate student,*

*RSPU them. A.I. Herzen*

*[kola23428@gmail.com](mailto:kola23428@gmail.com)*

## **LEAN PRODUCTION AS THE BASIS OF DIGITALIZATION IN CITY MANAGEMENT: THE EXAMPLE OF ST. PETERSBURG**

### **Abstract**

In the article discusses digital transformation and digitalization in city management using examples of specific programs and projects, as well as data on IQ indicators of cities. Based on the results of the study, the author concludes that the digitalization of the public sector in Russia, as well as projects and programs implemented within these areas, are key factors in the high index indicators.

**Keywords:** : digitalization, public administration, Lean production, lean management, city management.

**RePEc:** M38, L38

**УДК** 338.23, 321.01

УДК 338.23, 321.01

*Дымов Николай Константинович*

*студент 2 курса бакалавриата,*

*РГПУ им. А.И. Герцена, Институт Экономики и Управления,*

*[kola23428@gmail.com](mailto:kola23428@gmail.com)*

## **LEAN PRODUCTION КАК ОСНОВА ЦИФРОВИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ГОРОДОМ: ПРИМЕР САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

*Dymov Nikolai Konstantinovich*

*Institute of Economics and Management, 2nd year undergraduate student,*

*RSPU them. A.I. Herzen*

*[kola23428@gmail.com](mailto:kola23428@gmail.com)*

## **LEAN PRODUCTION AS THE BASIS OF DIGITALIZATION IN CITY MANAGEMENT: THE EXAMPLE OF ST. PETERSBURG**

Сегодня термин «цифровизация» в научной среде толкуют двояко. Это обуславливается наличием «внутренней» и «внешней» составляющей этого явления. Первое можно охарактеризовать как интенсивное оформление любой информации в формат цифровой, что, как правило, преследует цель экономии тех или иных ресурсов, а также поиск новых возможных решений. Второе же можно понимать как повсеместное внедрение в социально-экономическую сферу цифровых технологий, т.е. превращение в цифровой формат технологий производящих, распространяющих, обменивающихся и обрабатывающих информацию [10].

Учёные и эксперты в области цифровизации выделяют многие положительные аспекты явления «цифровизация». В более положительном ключе толкуется преобразование определённых частей социально-

экономической жизни общества из области частных преобразований общественных отношений во всеобъемлющий процесс непрерывного мирового экономически-эффективного устойчивого развития, результатом чего, как показывает практика, становится рост производственных показателей и показателей качества жизни [7, с. 70]. Как это было отмечено, современное мировое общество уже в значительной степени цифровизировано, и этот процесс продолжается и будет продолжаться в будущем. Основываясь на исследованиях учёных и оценках экспертов, можно сказать, что цифровизация является неотъемлемой частью развития экономики и общества и способствует их прогрессу и улучшению, а так же повышает конкурентоспособность территории на глобальном рынке. [Кошкин]

***Цифровая трансформация и концепция «Умного города».*** Исходя из содержания программы цифровой трансформации Минэкономразвития России на 2023 год и плановый период 2024-2025 годов «целью цифровой трансформации отраслей экономики, соцсферы и госуправления Санкт-Петербурга является достижение высокой степени «цифровой зрелости» основных отраслей экономики, соцсферы и госуправления, создание условий для повышения эффективности всех видов социально-экономической деятельности Санкт-Петербурга...» [8]. Вышеописанное подразумевает как сокращение различных издержек госуправления и издержек при совместной работе государства и частного сектора, так и увеличение довольства самих граждан уровнем оказываемых им услуг, что также касается и цифровых услуг. Также берётся во внимание тенденция на уход от т.н. «теневой экономики» и увеличение поступающих доходов, сопровождаемое уменьшением бюрократического бремени для предпринимателей с точки зрения проверок и наблюдения за бизнесом, а также - ростом показателей безопасности и прочности IT-инфраструктуры, путём полной суверенизации компьютерных ПО и ИКТ-оснащения. Это возможно благодаря созданию крупных региональных цифровых серверов для разработки устойчивой и

подвижной цифровой городской экосистемы для граждан, бизнеса и государства, основываясь на повсеместной имплементации релевантных цифровых технологий и решений, в частности - цифровизации на принципах Lean Production.

Стратегия выделяет следующие основные направления: «Образование и наука», «Здравоохранение», «Развитие городской среды» «Транспорт и логистика», «Государственное управление», «Социальная сфера», «Туризм», «Культура», «Строительство», «Промышленность», «Физическая культура и спорт». Рассмотрение некоторых проектов цифровой трансформации Санкт-Петербурга будет представлено ниже.

В 2018 году Минстроем РФ был запущен проект «Умный Город» в условиях реализации нацпроекта «Жильё и городская среда» и нацпрограммы «Цифровая экономика». За счёт масштабного введения новаторских инженерных разработок и лидирующих цифровых решений в инфраструктуру города и коммунальную среду планируется достижение приоритетных целей проекта: рост конкурентоспособности городов России, формирование комфортной и безопасной среды для населения, а также повышение эффективности городских хозяйственных систем и систем управления последними [6]. Главенствующий индикатор проекта заключается в достижении порога медианного значения индекса IQ в 30% и достижение более 60-ти % граждан - участников городского управления.

Техника обработки и систематизации данных для расчёта индекса стандартизирована для актуального «Умного Города». «Концепция «умного города» представляет собой общемировой тренд, который в свою очередь предполагает внедрение инновационных технологий в единую систему городского управления.» [5, с. 133] По этому можно грамотно оценить эффективность цифровой трансформации городов РФ и выделить привлекательные для дальнейшего развития городов направления. Проект умного города помогает поддержать необходимые для развития городов технические и практические решения, для того, чтобы можно было улучшить

городскую инфраструктуру и обеспечить комфортными условиями граждан.

Конечные значения индекса цифровизации городского хозяйства «IQ городов» как итог 2022 года [3] показали, что в среднем города набрали 55 баллов (при максимальных 120-ти). Такие показатели превосходят на 4,5% результаты предыдущего года и на более чем 35% результаты базового 2018 года. Одну из главных позиций в стратегии развития строительной отрасли и ЖКХ, которую утвердило Правительство РФ до 2030 года, находится цифровая трансформация.

Как это неоднократно отмечают эксперты в области цифровизации, чтобы реализовать все планы в области цифровизации и не только, необходима серьёзная вовлеченность работников и слаженная работа начальства в сфере государственной и муниципальной власти, а также предпринимателей и некоммерческих организаций, и, конечно, систему необходимо постоянно улучшать, таким образом можно значительно экономить ресурсы, а также чётко их планировать и ставить выполнимые и реалистичные задачи, исполнение которых можно будет без проблем отслеживать. Расчёт вышеупомянутого индекса релевантен для порядка 200 городов-участников проекта Министерства Строительства РФ. На данный момент индекс рассчитывается в четырёх категориях: «Крупнейшие города», «Крупные города», «Большие города», «Административные центры».

Крупнейшие города*	Крупные города*	Большие города*	Административные центры
Москва - 117,16	Тюмень – 100,75	Ханты-Мансийск – 91,61	Саров – 87,7
Санкт-Петербург - 98,13	Рязань – 87,76	Реутов – 85,34	Железноводск – 79,54
Нижний Новгород - 88,26	Сургут – 86,25	Королёв – 83,86	Наро-Фоминск – 76,21
Уфа - 86,7	Химки – 83,98	Орехово-Зуево – 82,76	Кыштым - 72,81
Казань – 85	Кострома – 78,68	Ноябрьск – 82,01	Дубна – 72,48
Красноярск - 75,97	Череповец – 76,98	Нижнекамск – 81,55	Кольцово – 72,72
Волгоград - 72,95	Белгород – 75,93	Одинцово – 81,53	Нытва – 69,8
Челябинск - 70,97	Хабаровск – 73,92	Раменское – 79,73	Ивантеевка – 69,21
Воронеж - 70,57	Новоросийск – 71,48	Жуковский – 79,35	Сатка – 69,13
Пермь - 67,71	Мурманск – 70,24	Красногорск – 79,12	Ялта – 68

Табл. 1 - IQ городов России на 2022 год (\*ед.изм. - баллы). Составлено автором по материалам отчёта Минстроя РФ

Образец индекса IQ городов за 2022 год можно увидеть в Табл.1, откуда можно заключить, что в категории «Крупнейшие города» лидерами стали Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Казань, Уфа. В категории «Крупные города» — Тюмень, Рязань, Сургут, Химки. В категории «Большие города» — Ханты-Мансийск, Реутов, Королёв, Орехово-Зуево, Ноябрьск. И в категории «Административные центры» — Саров, Железноводск, Наро-Фоминск, Кыштым, Дубна.

На протяжении всего существования проекта «Умный Город» Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции по показателям «IQ городов».

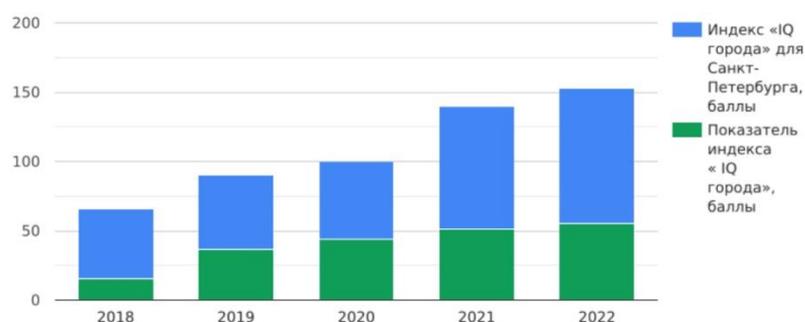


Рис. 1 - динамика среднего показателя индекса IQ города по России и по Санкт-Петербургу. Составлено автором по материалам отчётов Минстроя РФ

На рис. 1 можно увидеть тенденцию изменения средних значений этого индекса на протяжении всего его существования для городов России и для Санкт-Петербурга. Исходя из приведённых данных и вышеизложенной программы цифровой трансформации можно сделать вывод, что цифровая трансформация и цифровизация социальных процессов и процессов государственного управления в России, а также реализуемые в рамках этих направлений проекты и программы являются ключевыми факторами высоких показателей индекса.

***Lean production в управлении городом.*** Что же из себя представляет Lean production в государственном управлении и в управлении городом? В-первых, термин Lean Production означает «бережливое производство».

Происхождение этого термина берёт начало из отчётов американских автомобилестроительных компаний, которые, поражённые успехом японских конкурентов пытались выявить феномен этого успеха, в конце 80-ых годов прошлого столетия. [9] Суть успеха японских компаний заключалась в тех самых бережливых принципах, которые повсеместно и успешно применялись в менеджменте на производстве автомобилей марки Тойота [4, с. 98]. Последующее развитие концепции lean production обнаружило себя не только в системах контроля качества на производстве, но и общественном секторе экономики – в сферах ЖКХ и услуг, в системе здравоохранения, а также непосредственно в государственном управлении.

Рассматривая эту концепцию через призму госслужбы, следует отметить такое свойство как клиентоцентричность этого явления, что требует от государственного служащего полной концентрации внимания на клиента, ведь клиент в таком случае выступает коррелятом ценности получаемых услуг.

Рассмотрим, как это было предложено выше последние инициативы и проекты в Санкт-Петербурге, в общественном секторе и в управлении городом, в рамках цифровизации на принципах lean production. Отметим, что новые проекты не только повышают конкурентный статус города и демонстрируют его культурную идентичность, но и позволяют вписать новые подотрасли и рынки в реализующуюся промышленную политику. [2]

Усовершенствование городской экосистемы, элементами которой являются мобильные приложения, цифровые платформы и боты в мессенджерах и соцсетях, в 2022 году, произошло по причине создания перечня полезных сервисов Санкт-Петербурга для граждан и туристов, что открыло доступ всем желающим к 234 сервисам города. Благодаря чему, на данный момент в городскую экосистему интегрировано порядка 1,5 млн. пользователей.

К тому же здесь можно отметить учреждение новых направлений в сфере туризма. Функционирующая посредством туристической ГИС-турреестр (государственная информационная система) петербургская туристическая

платформа будет усовершенствована внедрением обширных справочных материалов по городу (достопримечательности, персоналии, места, интересные факты и т.д.), что позволит формировать оригинальные туристические маршруты.

В соответствии с концепцией к концу 2023 года в сфере петербургского транспорта проведено полное оснащение общественного транспорта системами видеонаблюдения и бесконтактной оплаты. А трамваи, во избежание дорожно-транспортных происшествий оборудованы активно-помогающей водителю системой.

Также нельзя обойти стороной систему здравоохранения. Здесь ключевые проекты основываются на включении ИИ в процесс принятия решений медицинским персоналом. На конец настоящего года 10% мед.организаций получают доступ к системам принятия решений.

Таким образом практика бережливого производства, основанная на, казалось бы, очевидных и простых принципах, перерастает в успешное и, как это было продемонстрировано выше, результативное управление, не только в бизнесе, но и в государственном управлении и управлении городом.

## **Библиография**

1. Кошкин А.В. Политика правительства Санкт-Петербурга в сфере развития новой экономики // Арт-рынок в Новой экономике: границы, инвестирование, управление. – СПб.: КультИнформПресс, 2019. – С. 37-41.
2. Культурная идентичность городов: концептуальные подходы, бренды и глобальная конкурентоспособность / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус, Ю.М.Мальцева, Д.А.Куликова // Проблемы современной экономики. - 2022. - № 4 (84). - С. 156-160. EDN: QATTRF
15. Отчёт Минстроя РФ «Результаты оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства РФ (iq городов) по итогам 2022 г.» – [Электронный документ]  
<https://minstroyrf.gov.ru/upload/iblock/672/REZULTATY-OTSENKI-KHODA-I-EFFEKTIVNOSTI.pdf> (дата обращения: 27.05.2024)

3. Пашкус В.Ю. Японский менеджмент в XXI веке: анализ и проблемы адаптации // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2014. – Т. 5, Вып. 2. – С. 96-113.
4. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю., Зинченко М.В. Эффективное позиционирование и развитие российских регионов в соответствии с концепцией «Умного города» // Проблемы современной экономики. 2024. Вып. 1. С. 133-136.
5. Проект Цифровизации городского хозяйства «Умный город» //Официальный сайт Минстрой РФ – [Электронный ресурс]: <https://minstroyrf.gov.ru/trades/gorodskaya-sreda/proekt-tsifrovizatsii-gorodskogo-khozyaystva-umnyu-gorod/> (дата обращения: 27.05.2024)
6. Скворцова Е.Е. Взаимосвязь цифровизации и качества жизни: измерение и интерпретация // Народонаселение. – 2021. – Т. 24, № 2. – С. 66-75;
7. Стратегия в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления Санкт-Петербурга. СПб., 2022 // Официальный сайт Комитета по информатизации и связи. [Электронный ресурс]: <https://kis.gov.spb.ru/media/content/docs/5915>(дата обращения: 27.05.2024)
8. Womack J., Jones D., Roos D. The Machine that Change the World: The Story of Lean Production – Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry. – New York: Free Press Publishing, 2007. – 396 с.
9. Katz R. The Transomalive Economic Impact of Digital Technology // Официальный сайт Комиссии Организации Объединенных Наций по науке технике.[Электронный ресурс]: [https://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09\\_Katz\\_en.pdf](https://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09_Katz_en.pdf)(дата обращения: 27.05.2024)

## References

Koshkin A.V. (2019) The policy of the government of St. Petersburg in the field of development of the new economy // Art market in the New economy: borders, investment, management. – St. Petersburg: Kultinformpress. – pp. 37-41.

Cultural identity of cities: conceptual approaches, brands and global competitiveness (2022) / N.A.Pashkus, V.Y.Pashkus, Y.M.Maltseva, D.A.Kulikova // Problems of modern economics. – № 4 (84). – Pp. 156-160. EDN: QATTRF

Report of the Ministry of Construction of the Russian Federation "Results of the assessment of the progress and effectiveness of the digital transformation of the urban economy of the Russian Federation (iq of cities) by the end of 2022" – [Electronic document] <https://minstroyrf.gov.ru/upload/iblock/672/REZULTATY-OTSENKI-KHODA-I-EFFEKTIVNOSTI.pdf>; (Date of request: 27.05.2024)

Pashkus V.Yu. (2014) Japanese management in the XXI century: analysis and problems of adaptation // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. – Vol. 5, Iss. 2. – pp. 96-113.

Pashkus N.A., Pashkus V.Yu., Zinchenko M.V. (2024) Effective positioning and development of Russian regions in accordance with the concept of a "Smart city" // Problems of modern economics. – Iss. 1. – pp. 133-136.

The Smart City Urban Digitalization Project //Official website of the Ministry of Construction of the Russian Federation – [Electronic resource]: <https://minstroyrf.gov.ru/trades/gorodskaya-sreda/proekt-tsifrovizatsii-gorodskogo-khozyaystva-umnyy-gorod/> (Date of request: 27.05.2024)

Skvortsova E.E. (2021) The relationship between digitalization and quality of life: measurement and interpretation // Population. – Vol. 24, No. 2. – C. 66-75;

Strategy in the field of digital transformation of the sectors of the economy, social sphere and public administration of St. Petersburg. St. Petersburg, 2022 // Official website of the Committee on Informatization and Communications. [Electronic resource]: <https://kis.gov.spb.ru/media/content/docs/5915> (Date of request: 27.05.2024)

Womack J., Jones D., Roos D. (2007) The Machine that Change the World: The Story of Lean Production – Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry. – New York: Free Press Publishing. – 396 p.

Katz R. The Transomalive Economic Impact of Digital Technology // Official website of the United Nations Commission on Science and Technology. – [Electronic resource]: [https://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09\\_Katz\\_en.pdf](https://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09_Katz_en.pdf) (Date of request: 27.05.2024)

**Зинченко Мария Владимировна**

*Институт экономики и управления, ассистент кафедры экономической  
теории и экономического образования, РГПУ им. А.И. Герцена,  
zinchenko-2002-mariya@mail.ru*

## **РАЦИОНАЛЬНОСТЬ КАК ГЛАВНЫЙ ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ**

### **Аннотация**

В статье рассмотрена тенденция к рациональности в поведении потребителей на фоне происходящих событий на мировой арене (финансовые кризисы, пандемия, санкционная война), которые повлияли на жизнь простого человека как экономического субъекта. Проанализированы причины появления данной тенденции в поведении потребителя, а также выявлены основные тренды в современном потребительском поведении.

**Ключевые слова:** потребительские предпочтения, тенденции, рациональность, потребительские приоритеты.

RePEc: M31, D01

УДК 366.1

**Zinchenko Mariya Vladimirovna,**

*Assistant of the Department of Economic Theory and Economic Education,  
Herzen State Pedagogical University of Russia, Institute of Economics and*

*Management,*

[zinchenko-2002-mariya@mail.ru](mailto:zinchenko-2002-mariya@mail.ru)

## **RATIONALITY AS THE MAIN TREND OF MODERN CONSUMER BEHAVIOR**

### **Abstract**

The article is devoted to the issue of assessing customer satisfaction of a freight forwarding company. The main methods of satisfaction assessment are considered. The results of the customer satisfaction survey using the CSI and NPS index are reflected. Recommendations for improving the quality of service are given.

**Keywords:** consumer preferences, trends, rationality, consumer priorities.

RePEc: M31, D01

УДК 366.1

УДК 366.1

**Зинченко Мария Владимировна**

*Институт экономики и управления, ассистент кафедры экономической  
теории и экономического образования, РГПУ им. А.И. Герцена,  
[zinchenko-2002-mariya@mail.ru](mailto:zinchenko-2002-mariya@mail.ru)*

## **РАЦИОНАЛЬНОСТЬ КАК ГЛАВНЫЙ ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ**

**Zinchenko Mariya Vladimirovna,**

*Assistant of the Department of Economic Theory and Economic Education,  
Herzen State Pedagogical University of Russia, Institute of Economics and  
Management,  
[zinchenko-2002-mariya@mail.ru](mailto:zinchenko-2002-mariya@mail.ru)*

## **RATIONALITY AS THE MAIN TREND OF MODERN CONSUMER BEHAVIOR**

На сегодняшний день одним из ключевых направлений в системе потребления стало изучение рационального поведения потребителя. Рациональное поведение потребителя представляет собой поиск оптимального способа удовлетворения своих потребностей при одновременной экономии финансовых средств.

Формирование представлений о рациональности потребительского выбора и поступков происходило посредством анализа различных экономических школ, а также множества психологических и социологических исследований.

В процессе изучения проблемы потребительского поведения, было разработано большое количество разнообразных концепций с помощью, которых можно оценить степень рациональности потребительского выбора.

Так, например, ключевой концепцией рационального поведения считается неоклассическая концепция, предложенная в 1944 году М. Дженсенем и У. Меклингом, основной идеей которой является тот факт, что в процессе выбора потребитель проявляет такие качества, как активность, изобретательность, проводит оценку и в конечном итоге стремится к максимизации полезности [1].

***Рационализация потребителя как следствие глобальных вызовов.*** На протяжении длительного периода времени, многие ученые задавались вопросом «Как же сделать потребителя более рациональным?» Однако шло время, а потребитель все не становился рациональнее. Своеобразным «жареным петухом, клюнувшим потребителя» стали произошедшие за последние 5 лет различные финансовые кризисы, пандемия COVID-19, санкционная война [5], а также новые подходы к маркетингу в цифровой среде и созданные на их основе эффективные стратегии продвижения товаров и услуг [8; 2], формирование потребителя «нового типа» [9] привели к тому, что рациональность в поведении потребителя стала более выраженной.

Так, согласно исследованию Consumer Insights Pulse Survey в марте 2021 года, было установлено, что пандемия COVID-19, привела к глобальному изменению поведения потребителей, и впоследствии им пришлось кардинально менять свои привычки и формировать новые [10].

За период ковида появилось 5 новых трендов в потреблении, а именно:

1. потребители стали активно использовать цифровые технологии в повседневной жизни;
2. стали более осознанно относиться к своему здоровью;
3. произошел переход к более рациональному потреблению;
4. покупатели стали больше заботиться об экологичности товаров;
5. стали более чувствительны к ценам

Однако, в 2023 году, когда пандемия отступила, а на первый план вышло противостояние с Глобальным Западом на фоне введения жесточайших санкций (на день написания статьи их число превысило 16200),

потребительское поведение снова претерпело изменение, что повлекло за собой, появление следующих трендов [11; 14]:

### 1. Настороженность потребителей

Согласно исследованиям, проведенным Group4Media Accelerate, основными эмоциями россиян по итогам 2022 года являются настороженность (40%) и надежда (39%). Результаты исследований также подтверждаются и значением индекса потребительских настроений (см. рисунок 1), который по состоянию на ноябрь 2022 года составлял 95 пунктов [13].

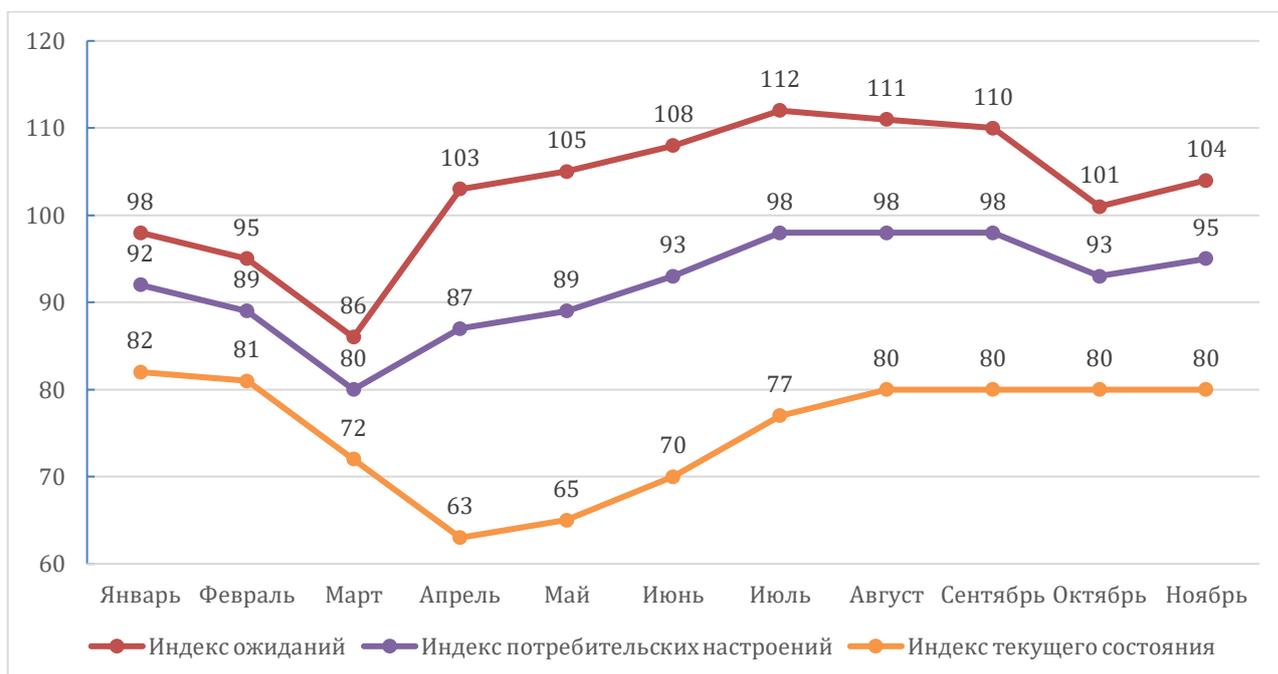


Рисунок 1 – Ключевые показатели потребительских настроений [13]

2. Продолжился переход к более взвешенному и рациональному поведению (см. Рис. 2 – потребитель мог выбрать более одной альтернативы).



Рисунок 2 – Основные стратегии экономии потребителей [11]

По данным NielsenIQ, переход к рациональному потреблению формирует новые стратегии совершения покупок, а именно [12]:

- большая часть потребителей (61%) стали выбирать магазины с более низкими ценами;
- почти половина потребителей (41%) стали активнее искать товары по различным скидкам и акциям;
- более четверти населения (37%) приобретают только необходимые товары.

3. Экономия в категориях товаров, связанных с ушедшими брендами и поиск альтернатив – более 60% (в 2022 – 64%) потребителей готовы переходить на новые бренды.

Уход знаменитых иностранных брендов привел к тому, что: потребителям привыкшим использовать определенные продукты резко пришлось искать им замену или аналог, что происходило на многих рынках, в том числе тех, которых как будто навечно закреплены за иностранными компаниями (например, это – косметический рынок). [5] Таким образом, можно смело утверждать, что российский потребитель открыт к изучению и тестированию нового продукта, но с высокой долей осторожности и

рациональным подходом. Это в свою очередь требует не только новых инструментов маркетинга [6] и, по сути, новых стратегических возможностей [7], но и новых форм государственной поддержки [3].

**Заключение.** Подводя итог, можно сделать вывод, что тренды, сформированные несколько лет назад, и сегодня имеют актуальность, однако появляются, благодаря коренным изменениям в экономике России и новые. На сегодняшний день, мы видим, что для российских потребителей на первое место выходит рациональность выбора, также растет онлайн-шопинг, а уход известных брендов побудил россиян рассматривать в качестве аналогов отечественную продукцию.

### **Библиография**

1. Кольцова А. А., Старобинская Н. М. Рациональность в цифровом потреблении // Управление бизнесом в цифровой экономике. Сборник тезисов выступлений Четвертой международной конференции. – СПб.: СПбГУ, 2021. – С. 143-149. – [Электронный документ]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47168868> (дата обращения 18.03.2023)
2. Котлер Ф., Каргаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете. – М.: Бомбора, 2019. – 219 с.
3. Кошкин А.В. Политика правительства Санкт-Петербурга в сфере развития новой экономики // Арт-рынок в Новой экономике: границы, инвестирование, управление. – СПб.: КультИнформПресс, 2019. – С. 37-41.
4. Пашкус Н.А. Применение специального распределения "Дельта квадрат" при оценке финансовых рисков, ассоциируемых с проектом // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. – 1999. – Вып. 2. - С. 49-54. EDN: QXEQMT
5. Петрушина А.В., Пашкус В.Ю. Импортзамещение на примере российского косметического рынка // Известия МААО. – 2023. – Вып. 69. – С.221-227.

6. Праведникова В.Ю. Маркетинг в период импортозамещения // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2023. – Т. 13, № 3. – С. 89-98
7. Савельев И. Проактивность vs Реактивность: рассуждая о сущности антикризисного // Современные стратегии и цифровые трансформации устойчивого развития общества, образования и науки. Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Махачкала: Изд-во Алеф, 2023. – С. 358-363.
8. Сидорчук Р.Р. Нужна ли целостная концепция маркетинга в цифровой среде или только цифровая трансформация? // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 82-96.
9. Сутягина Д.Р., Зинченко М.В., Азаркевич Я.С. Психологические аспекты поведения потребителей: почему иррациональное поведение преобладает над рациональным? // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2023. – Т. 14, № 2. – С. 73-84.
10. Глобальный обзор потребительского импульса (2021) // PricewaterhouseCoopers (PwC) – [Электронный документ]. URL: <https://www.pwc.ie/industries/retail-consumer/insights/global-consumer-insights-pulse-survey.html> (дата обращения: 16.03.2023)
11. Итоги года: как изменились тренды потребительского поведения. (2022) – [Электронный документ]. URL: <https://adpass.ru/itogi-goda-kak-izmenilis-trendy-potrebitelskogo-povedeniya/> (дата обращения: 18.03.2023)
12. Долгосрочного планирования больше не существует. (2022) – [Электронный документ]. URL: [https://adindex.ru/assets/specprojects/content\\_presentation/2022\\_12/308911\\_presentation.pdf](https://adindex.ru/assets/specprojects/content_presentation/2022_12/308911_presentation.pdf) (дата обращения: 18.03.2023)
13. Измерение инфляционных ожиданий и потребительских настроений на основе опросов населения (2022) // Банк России. – [Электронный ресурс]. URL: [cbr.ru/Collection/Collection/File/43544/inFOM\\_22-12.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43544/inFOM_22-12.pdf) (дата обращения: 18.03.2023)

14. Пять трендов потребительского поведения в 2023 году: что учесть бизнесу (2023) – [Электронный документ]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/6437c2be9a7947664c7c3819> (дата обращения: 18.03.2023)

## References

Koltsova A. A., Starobinskaya N. M. (2021) Rationality in digital consumption // Business management in the digital economy. Collection of abstracts of the Fourth International Conference. – St. Petersburg: St. Petersburg State University. – pp. 143-149. – [Electronic document]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47168868> (accessed 03/18/2023)

Kotler F., Kartajaya H., Setiawan A. (2019) Marketing 4.0: a turn from traditional to digital: technologies of promotion on the Internet. – Moscow: Bombora. – 219 p.

Koshkin A.V. (2019) The policy of the government of St. Petersburg in the field of development of the new economy // Art market in the New economy: borders, investment, management. – St. Petersburg: Kultinformpress. – pp. 37-41.

Pashkus N.A. (1999) The use of a special Delta Square distribution in assessing the financial risks associated with the project // Bulletin of St. Petersburg University. Ser. 5: Economics. – Iss. 2. – pp. 49-54. EDN: QXEQMT

Petrushina A.V., Pashkus V.Yu. (2023) Import substitution on the example of the Russian cosmetic market // Izvestiya MAAO. – Iss. 69. – pp.221-227.

Pravodnikova V.Yu. (2023) Marketing in the period of import substitution // MBA marketing. Marketing management of the enterprise. – Vol. 13, No. 3. – pp. 89-98

Saveliev I. (2023) Proactivity vs Reactivity: reasoning about the essence of anti-crisis // Modern strategies and digital transformations of sustainable development of society, education and science. collection of materials of the V International

Scientific and Practical Conference. – Makhachkala: Alef Publishing House. - pp. 358-363.

Sidorchuk R.R. (2021) Is there a need for a holistic concept of marketing in the digital environment or only digital transformation? // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. – Vol. 12, No. 1. – pp. 82-96.

Sutyagina D.R., Zinchenko M.V., Azarkevich Ya.S. (2023) Psychological aspects of consumer behavior: why does irrational behavior prevail over rational? // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. – Vol. 14, No. 2. – pp. 73-84.

Global Consumer Impulse Review (2021) // PricewaterhouseCoopers (PwC) – [Electronic document]. URL: <https://www.pwc.ie/industries/retail-consumer/insights/global-consumer-insights-pulse-survey.html> (date of application: 03/16/2023)

Results of the year: how consumer behavior trends have changed. (2022) – [Electronic document]. URL: <https://adpass.ru/itogi-goda-kak-izmenilis-trendy-potrebitelskogo-povedeniya/> (date of access: 03/18/2023)

Long-term planning no longer exists. (2022) – [Electronic document]. URL: [https://adindex.ru/assets/specprojects/content\\_presentation/2022\\_12/308911\\_presentation.pdf](https://adindex.ru/assets/specprojects/content_presentation/2022_12/308911_presentation.pdf) (accessed: 03/18/2023)

Measuring inflation expectations and consumer sentiment based on population surveys (2022) // Bank of Russia. – [Electronic resource]. URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43544/inFOM\\_22-12.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43544/inFOM_22-12.pdf) (accessed: 03/18/2023)

Five trends in consumer behavior in 2023: what to consider for business (2023) – [Electronic document]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/6437c2be9a7947664c7c3819> (accessed: 05/27.2024)

**Магеррамов Иса Илхамович,**

*студент 2 курса магистратуры экономического факультета*

*СПбГУ,*

*[3a77@mail.ru](mailto:3a77@mail.ru)*

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)**

### **Аннотация**

В статье рассматривается возможность с помощью импортозамещения (и импортоопережения) компенсировать некоторые региональные диспропорции в экономике Санкт-Петербурга. В работе был осуществлен анализ реализации политики импортозамещения на уровне одного из субъектов Российской Федерации – Санкт-Петербург. Приведена нормативная база, определяющая основные положения реализации импортозамещающей политики в Санкт-Петербурге, а также рассмотрены показатели и статистические данные, которые позволяют дать оценку эффективности реализации политики импортозамещения на региональном уровне.

**Ключевые слова:** промышленность, политика импортозамещения, региональное развитие, импорт.

**RePEc:** E65

**УДК** 338.22

**Magerramov Isa Ilkhamovich,**

*2nd year master's student,*

St. Petersburg State University, faculty of economics

[3a77@mail.ru](mailto:3a77@mail.ru)

## **REGIONAL ASPECTS OF IMPORT SUBSTITUTION POLICY (BASED ON THE EXAMPLE OF ST. PETERSBURG)**

### **Abstract**

The article considers the possibility of using import substitution (and import saving) to compensate for some regional imbalances in the economy of St. Petersburg. The paper analyzed the implementation of the import substitution policy at the level of one of the subjects of the Russian Federation – St. Petersburg. The regulatory framework defining the main provisions of the implementation of import substitution policy in St. Petersburg is presented, as well as indicators and statistical data that allow assessing the effectiveness of the implementation of import substitution policy at the regional level are considered.

**Keywords:** industry, import substitution policy, regional development, import.

**RePEc:** E65

**УДК** 338.22

УДК: 338.22

**Магеррамов Иса Илхамович,**

*студент 2 курса магистратуры экономического факультета*

*СПбГУ,*

*[3a77@mail.ru](mailto:3a77@mail.ru)*

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)**

**Magerramov Isa Ikhamovich,**

*2nd year master's student,*

*St. Petersburg State University, faculty of economics*

*[3a77@mail.ru](mailto:3a77@mail.ru)*

## **REGIONAL ASPECTS OF IMPORT SUBSTITUTION POLICY (BASED ON THE EXAMPLE OF ST. PETERSBURG)**

Сегодня одна из основных тенденций развития экономики России – импортозамещение. Отметим, что «само по себе импортозамещение экономических проблем не решает, а лишь подчеркивает проблемы, связанные с политикой протекционизма». [9] Поэтому, ключевым фактором для эффективного импортозамещения служит возможность решения ряда экономических проблем, важнейшей из которых является проблема регионального неравенства, ибо социально-экономическое неравенство существует не только во всем мире между странами, но также и внутри стран по регионам. Необходимо отметить, что региональное развитие осуществляется на основе государственной региональной политики, которая предполагает сокращение региональной дифференциации путем поддержки социально-экономической деятельности в регионах. В то же время дисбаланс регионов, определяемый природно-климатическими условиями, географическим положением, инфраструктурными различиями неизбежен.

Проблемы реализации экономической политики усугубляются и сложностью моделирования будущей ситуации и сложностью критериев эффективности государственной политики развития регионов, санкциями, логистическими проблемами и сложностью внешнеэкономической деятельности и т.д. [3; 7; 8] Результатом неэффективной государственной региональной политики является недоиспользование социально-экономического потенциала каждого региона, и увеличение количества регионов-реципиентов, зависимых от выплат федерального бюджета. [2] Возможность компенсировать эти пробелы возникает сейчас, при активном использовании политики импортозамещения (и даже – импортоопережения). [6] Итак, рассмотрим, как политика импортозамещения реализуется в одном из мощных промышленных регионов России – Санкт-Петербурге.

***Реализация политики импортозамещения в Санкт-Петербурге.*** В качестве реализации цели «Региональное развитие» действующим документом на территории Российской Федерации является указ Президента Российской Федерации от 16 января 2017 г. №13 «Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года».

Правительством Санкт-Петербурга выделяются следующие действующие документы, в которых импортозамещение рассматривается как одно из условия повышения научно-технического, инновационного и социально-экономического развития данного региона:

- Закон Санкт-Петербурга от 22.12.2005 № 728-99 «О Генеральном плане Санкт-Петербурга».
- Закон Санкт-Петербурга от 08.06.2009 N 221-47 «Об основах промышленной политики Санкт-Петербурга»;
- Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2035 года, которая была принята 19 декабря 2018 года;

- Стратегия экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года, которая была принята 13 мая 2014 года;
- План мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года;
- «Промышленная политики Санкт-Петербурга до 2025 года»

На территории Санкт-Петербурга реализация политики импортозамещения началась после создания в городе «Центра импортозамещения и локализации Санкт-Петербурга» в 2015 году, основной задачей которого являлось создание пространства для ведения диалога между представителями власти и бизнеса, а также привлечение дополнительных предприятий в процесс импортозамещения. Однако функционирование центра прекратилось во втором полугодии 2019 года в связи со ставкой городских властей на экспорт [15]. Хотя, для замены импорта собственным производством в Санкт-Петербурге созданы необходимые условия: действуют инновационно-промышленные парки и технологические парки, существует особая экономическая зона по разработке и производству высокотехнологичной продукции, а также промышленные зоны. Существуют площадки, идеально подходящие для таких производств (а некоторые производства уже запущены). Заметим, что преуспеть в новых условиях глобальных санкций необходимо использовать не стандартную, а проактивную промышленную политику, основанную на прорывном позиционировании. [5; 4] «Изменение направление российской промышленной политики в сторону экспортной ориентации и проактивной направленности в последние годы шло достаточно хорошо.» [1] Отметим, что для активной реализации политики импортозамещения и импортоопережения в Санкт-Петербурге созданы все условия.

Рассмотрим подробно концепцию «Промышленная политика Санкт-Петербурга до 2025 года». Ключевая особенность данного документа состоит в том, что он направлен на выявление целевых отраслей промышленности Санкт-Петербурга (радиоэлектроника, транспортное машиностроение (в том

числе судостроение), энергетическое машиностроение, фармацевтическая промышленность, автомобильная и пищевая промышленности), которые подразделяются на базовые (доля занятых в которых является существенной для сохранения социальной стабильности в городе) и динамично разбивающиеся (доля инвестиций в которые является существенной для сохранения совокупного объема инвестиций в промышленность Санкт-Петербурга, а также объемов выручки и налоговых поступлений в городской бюджет от промышленных предприятий) [10].

Согласно данной концепции развитие целевых отраслей достигается путем повышения инвестиционной активности региона и предполагает использование определенного инструментария, который позволит достичь увеличения объема инвестиций: применение одного из инструментов промышленной политики ФРП РФ, а именно специальных инвестиционных контрактов (СПИК); региональные инвестиционные проекты; льготные займы Фонда развития промышленности Санкт-Петербурга (ФРП СПб), весь комплекс налогового стимулирования (от сниженной ставки по УСН и НПО для предприятий отдельных отраслей, до 0 ставок по НДС для гостинично-туристического бизнеса и по НПО для IT-компаний). Также в этом документе перечислены инструменты для развития этих целевых отраслей, были выделены стратегически важные направления для развития промышленности на территории Санкт-Петербурга, а также перечислены те угрозы и вызовы, которые присущи исследуемому региону в текущих условиях развития российской экономики.

Говоря о стратегически важных направлениях, то остановимся на подготовке кадров для новой промышленности. Недавно, а именно 27.03.2023 председатель комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга Кирилл Соловейчик заявил о создании проекта «Петербург заводской», которая предполагает переподготовку населения по соответствующим специальностям для дальнейшего трудоустройства на предприятиях [12].

На основе данных Росстата рассмотрим объемы промышленного производства Санкт-Петербурга по видам экономической деятельности (по ОКВЭД) с 2019-2022 гг. (см. таблицу 1)

Таблица 1.

**Индексы промышленного производства в Санкт-Петербурге по видам экономической деятельности (по ОКВЭД) с 2019-2022 гг.**

Вид экономической деятельности	в % к соответствующему периоду предыдущего года			
	2019	2020	2021	2022
Всего	104,8	98,2	107,5	103,9
Обрабатывающие производства:	105,4	99,2	106,4	105,1
пищевых продуктов	100,5	104,6	106,4	123,1
текстильных изделий	101,1	74,7	132,5	142,1
химических веществ и химических продуктов	98,6	118	97	81,3
лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях	106,3	113,9	100,5	117,3
компьютеров, электронных и оптических изделий	96,1	95,7	109,9	97,7
электрического оборудования	134,9	83,0	96,4	92,5
машин и оборудования, не включенных в другие группировки	102,6	93,7	111	99,7
автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	101,2	88,6	102,5	9,8
прочих транспортных средств и оборудования	118,4	111,7	99,8	116,0

Источник: составлено автором на основе [11]

В целом, данные таблицы 2 свидетельствуют о волатильности значений, в течение рассматриваемого периода. Индекс промышленного производства Санкт-Петербурга постоянно колеблется и в 2022 году составляет 103,9, что на 3,6% меньше относительно значения в 2021 году. В 2022 году наблюдается резкое сокращение производства автотранспортных средств,

прицепов и полуприцепов на 92,7% к предыдущему году. Положительная динамика в течение рассматриваемого периода наблюдается только по производству пищевых продуктов и относительно 2021 года рост составляет на 16,7% в 2022 году. В целом, увеличение производства в 2022 году относительно 2021 года наблюдается по следующим видам производства: текстиль (на 9,6%); лекарственные средства (на 16,8%) и прочих транспортных средств и оборудования (на 16,2%).

Рассмотрим один из показателей, который позволяет дать оценку эффективности реализации политики импортозамещения в исследуемом регионе, а именно коэффициент импортозависимости. По данным Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭИ) НИУ ВШЭ на 21.03.2023 Санкт-Петербург по данному коэффициенту регион имеет значение 4,1% и не входит в перечень наиболее импортозависимых регионов [14]. В другом исследовании (ИСИЭИ) НИУ ВШЭ, а именно в Рейтинге инновационного развития субъектов Российской Федерации, который был опубликован в 2021, Санкт-Петербург по индексу научно-технического потенциала занял 4 место. По данному индексу, как отмечают, эксперты у большинства субъектов РФ наблюдается постепенное наращивание научно-технического потенциала, в то время как в Санкт-Петербурге наблюдается отрицательная динамика, и величина отдельных показателей снизилась по сравнению с 2020 годом. По индексу «Качество инновационной политики» Санкт-Петербург занимает 10 место, уступив свое место Томской области. Однако по ряду позиций, которые в себя включает данный индекс Санкт-Петербург находится в невыгодном положении: по субиндексу «нормативная правовая база инновационной политик» – 50 место; по субиндексу «бюджетные затраты на науку и инновации» – 32 место [13].

**Заключение.** В заключение проводимого исследования необходимо отметить, что государственная промышленная политика в текущих условиях развития российской экономики уделяет особое значение импортозамещению и импортоопережению. В Санкт-Петербурге существует

необходимая нормативная база, созданная в целях усиления потенциала и конкурентоспособности промышленного комплекса Санкт-Петербурга, а также существуют необходимые условия для реализации крупных бизнес-проектов по разработке и производству высокотехнологичной продукции, на территории Санкт-Петербурга. По некоторым показателям наблюдается отрицательная динамика, однако они могут быть нивелированы путем эффективной политики на региональном уровне при поддержке Правительства РФ, которая позволит исправить региональные диспропорции и вывести экономику города на новый уровень.

### **Библиография**

1. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю.. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 2 (74). – С. 73-77.
2. Антикризисная промышленная политика субъектов Российской Федерации в период пандемии COVID-19 / А.В.Кошкин, М.Ю.Щеглов, Г.А.Бит-Зая, А.С.Калиниченко, Д.М. Михалева // Финансы и управление. 2024. № 1. С. 12-38. DOI: 10.25136/2409-7802.2024.1.69641 EDN: GZQLQG
3. Пашкус Н.А. Методы принятия решений в условиях неопределенности при исследовании задач управления//Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. -1998. -№ 1. -С. 108-113. EDN: STZJJJ
4. Петрушина А.В., Пашкус В.Ю. Импортозамещение на примере российского косметического рынка // Известия МААО. – 2023. – Вып. 69. – С.221-227.
5. Савельев И. Проактивность vs Реактивность: рассуждая о сущности антикризисного // Современные стратегии и цифровые трансформации устойчивого развития общества, образования и науки. Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Махачкала: Изд-во Алеф, 2023. – С. 358-363.

6. Сутягина Д.Р., Зинченко М.В., Пашкус В.Ю. Импортозамещение и импортоопережение как «факторы успеха» агропромышленного комплекса России// Известия МААО. – 2023. – Вып. 69. – С.232-237.
7. Хайруллова А.В. Проблемы логистики в ЭПОХУ COVID-19 и санкций // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2023. – Т. 14, № 2. – С. 85-98.
8. Щеглов М.Ю. Внешнеэкономические шоки: подходы и типологии // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2023. – Т. 14, № 2. – С. 99-119.
9. Aliaskarova Zh., Pashkus V. Blagikh I. Proactive industrial policy as the main strategy for improving Russia's competitiveness in the context of global economic processes // SHS Web of Conferences. – 2020. – Vol. 74. – P. 06002.
10. Промышленная политика Санкт-Петербурга на период до 2025 года // cipit.gov.spb.ru. – 2023. – [Электронный документ]. URL: [https://cipit.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2021/09/15/Prompolitika\\_2025.pdf](https://cipit.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2021/09/15/Prompolitika_2025.pdf) (дата обращения: 28.03.2023)
11. Промышленное производство // rosstat.gov.ru. – 2023. – [Электронный ресурс]. URL: [https://rosstat.gov.ru/enterprise\\_industrial](https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial) (дата обращения: 28.03.2023)
12. Промышленность – это больше не слесарь в фуфайке. Откуда на петербургские предприятия придут 15 тысяч рабочих за год. – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fontanka.ru/2023/03/27/72166046/> (дата обращения: 28.03.2023)
13. Рейтинг инновационного развития субъектов РФ // hse.ru. – 2023. – [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/news/821904285.html> (дата обращения: 28.03.2023)
14. Рейтинг регионов России по импортозависимости их специализаций. – Текст электронный // hse.ru. – 2021. – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/primarydata/rir> (дата обращения: 28.03.2023)

15. СМОЛЬНЫЙ объяснил, почему закрывается Центр импортозамещения. – Текст электронный // asninfo.ru. – 2019. – [Электронный документ]. URL: <https://clck.ru/33u7Aj> (дата обращения: 28.03.2023)

## References

Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V.Yu. Industrial policy: conceptualization and modernization in a crisis // Problems of modern economy. – 2020. – № 2 (74). – Pp. 73-77.

Anti-crisis industrial policy of the subjects of the Russian Federation during the COVID-19 pandemic (2024) / A.V.Koshkin, M.Y.Shcheglov, G.A.Bitzaya, A.S.Kalinichenko, D.M. Mikhaleva // Finance and Management. – No. 1. – pp. 12-38. DOI: 10.25136/2409-7802.2024.1.69641

Pashkus N.A. (1999) The use of a special Delta Square distribution in assessing the financial risks associated with the project // Bulletin of St. Petersburg University. Ser. 5: Economics. – Iss. 2. – pp. 49-54. EDN: QXEQMT

Saveliev I. (2023) Proactivity vs Reactivity: reasoning about the essence of anti-crisis // Modern strategies and digital transformations of sustainable development of society, education and science. Collection of materials of the V International Scientific and Practical Conference. – Makhachkala: Alef Publishing House. – pp. 358-363.

Sutyagina D.R., Zinchenko M.V., Pashkus V.Yu. (2023) Import substitution and import conservation as "success factors" of the agro-industrial complex of Russia// Izvestiya MAAO. – Issue 69. – pp.232-237.

Khairullova A.V. (2023) Logistics Problems in the Era of COVID-19 and Sanctions // Marketing MBA. Marketing Management of Firms. Vol. 14, Iss. 2. pp. 85-98.

Shcheglov M.Y. (2023) Foreign Economic Shocks: Approaches and Typologies // Marketing MBA. Marketing Management of Firms. Vol. 14, Iss. 2. pp. 99-119.

Aliaskarova Zh., Pashkus V., Blagikh I. (2020) Proactive industrial policy as the main strategy for improving Russia's competitiveness in the context of global economic processes // SHS Web of Conferences. – Vol. 74. – P. 06002.

Industrial policy of St. Petersburg for the period up to 2025 (2023) // cipit.gov.spb.ru. – 2023 . – [Electronic document]. URL: [https://cipit.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles / 2021/09/15/Prompolitika\\_2025.pdf](https://cipit.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2021/09/15/Prompolitika_2025.pdf) (accessed: 03/28/2023)

Industrial production (2023) // rosstat.gov.ru. – [Electronic resource]. URL: [https://rosstat.gov.ru/enterprise\\_industrial](https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial) (date of application: 03/28/2023)

Industry is no longer a locksmith in a sweatshirt. From where 15 thousand workers will come to St. Petersburg enterprises per year (2023) – [Electronic resource]. URL: <https://www.fontanka.ru/2023/03/27/72166046> / (date of request: 03/28/2023)

Rating of innovative development of the subjects of the Russian Federation (2023) // hse.ru. – [Electronic resource]. URL: <https://issek.hse.ru/news/821904285.html> (date of application: 03/28/2023)

Rating of Russian regions by import dependence of their specializations (2021) – Electronic text // hse.ru . – 2021. – [Electronic resource]. URL: <https://www.hse.ru/primarydata/rir> (date of application: 03/28/2023)

Smolny explained why the Import Substitution Center is closing (2019) – Electronic text // asinfo.ru. – [Electronic document]. URL: <https://clck.ru/33u7Aj> (date of application: 03/28/2023)

**Осипов Павел Николаевич**

*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии,*

*СПБГУ,*

[\*St108790@student.spbu.ru\*](mailto:St108790@student.spbu.ru)

**Макогон Ярослав Александрович**

*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии,*

*СПБГУ,*

[\*st107328@student.spbu.ru\*](mailto:st107328@student.spbu.ru)

**Игнатова Анна Михайловна**

*Кандидат политических наук,*

*ЧОУ ВО Санкт-Петербургский институт экономики и управления,*

[\*vassina@mail.ru\*](mailto:vassina@mail.ru), [\*a.ignatova1476@gmail.com\*](mailto:a.ignatova1476@gmail.com)

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

### **Аннотация**

В работе рассматривается история формирования в Российской Федерации собственной системы образования с момента распада СССР и до наших дней. На основании результатов исследования предстоит сделать вывод относительно характера качественных преобразований в образовательной сфере Российской Федерации за последние 30 лет..

**Ключевые слова:** цифровизация образования, национальный проект «Образование», образовательные стандарты, реформа высшего образования 2013 года, федеральные университеты, доступность образования

**.RePEc:** I21, H52

**УДК** 338.22

**Osipov Pavel Nikolayevich**

*Student 2 year education,*

*St. Petersburg State University, political science faculty*

[St108790@student.spbu.ru](mailto:St108790@student.spbu.ru)

**Makogon Yaroslav Aleksandrovich**

*Student 2 year education,*

*St. Petersburg State University, political science faculty*

[st107328@student.spbu.ru](mailto:st107328@student.spbu.ru)

**Ignatova Anna**

*Candidate of Political Sciences,*

*St. Petersburg State University of Economy and Management*

[vassina@mail.ru](mailto:vassina@mail.ru), [a.ignatova1476@gmail.com](mailto:a.ignatova1476@gmail.com)

## **STATE POLICY IN THE FIELD OF EDUCATION IN THE RUSSIAN FEDERATION**

### **Abstract**

The paper examines the history of the formation of the Russian Federation's own education system from the moment of the collapse of the USSR to the present day. Based on the results of the study, it is necessary to draw a conclusion about the nature of qualitative transformations in the educational sphere of the Russian Federation over the past 30 years.

**Keywords:** digitalization of education, national project "Education", educational standards, reform of higher education in 2013, federal universities, accessibility of education

**RePEc:** I21, H52

**УДК** 338.22

УДК: 338.22

**Осипов Павел Николаевич**

*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии,  
СПБГУ,  
[St108790@student.spbu.ru](mailto:St108790@student.spbu.ru)*

**Макогон Ярослав Александрович**

*студент 2 курса бакалавриата факультета политологии,  
СПБГУ,  
[st107328@student.spbu.ru](mailto:st107328@student.spbu.ru)*

**Игнатова Анна Михайловна**

*Кандидат политических наук,  
ЧОУ ВО Санкт-Петербургский институт экономики и управления,  
[vassina@mail.ru](mailto:vassina@mail.ru), [a.ignatova1476@gmail.com](mailto:a.ignatova1476@gmail.com)*

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Osipov Pavel Nikolayevich**

*Student 2 year education, political science facility  
St. Petersburg State University,  
[St108790@student.spbu.ru](mailto:St108790@student.spbu.ru)*

**Makogon Yaroslav Aleksandrovich**

*Student 2 year education, political science facility  
St. Petersburg State University,  
[st107328@student.spbu.ru](mailto:st107328@student.spbu.ru)*

**Ignatova Anna**

*Candidate of Political Sciences,  
St. Petersburg State University of Economy and Management  
[vassina@mail.ru](mailto:vassina@mail.ru), [a.ignatova1476@gmail.com](mailto:a.ignatova1476@gmail.com)*

## STATE POLICY IN THE FIELD OF EDUCATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Сейчас Россия стоит перед важным вызовом – необходимо развивать свою образовательную систему и делать ее более конкурентоспособной в глобальном контексте, с одной стороны, и при этом не потерять ее национальную специфику и заставить служить собственным интересам – с другой.

В свете современных тенденций мирового развития, основанных на инновациях и новых технологиях, важно создать собственную образовательную систему, которая будет соответствовать потребностям национальной экономики и общества.

Ведь одним из ключевых факторов современного развития России, особенно в контексте современной промышленной политики в эпоху санкций и вызванного ими импортоопережения является подготовка квалифицированных специалистов, обладающих не только теоретическими знаниями, но и практическим опытом и навыками. [6; 8]

Целью же нашего исследования является рассмотрение опыта развития собственной образовательной системы в России и оценка его эффективности в контексте вызовов современности.

***Развитие российского образования после распада СССР.*** В 1990-х годах Россия столкнулась с рядом сложных вызовов, связанных с перестройкой экономики и политической системы. Один из ключевых моментов в этом периоде стала приватизация и децентрализация образовательной системы.

Процесс приватизации и децентрализации начался в 1991 году с принятия Закона "Об образовании", который расширил возможности создания частных школ и ВУЗов. [14] В результате этого, к концу 1990-х годов, число частных школ выросло в 25 раз, а частных ВУЗов - в 10 раз

Частные школы и ВУЗы в России, как правило, были созданы на базе государственных учреждений, которые были приватизированы или переданы в аренду. Некоторые из них были созданы с нуля, благодаря инвестициям частных предпринимателей [18].

Одним из первых примеров частных школ, созданных в России, была "Английская грамматическая школа" в Санкт-Петербурге, которая начала работать в 1993 году. Эта школа предоставляла образование по британской программе, а ее выпускники имели возможность поступать в лучшие британские университеты.

В 1990-х годах также появилось множество частных ВУЗов в России,

например, «Высшая школа экономики» в Москве, «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» в Москве и «Российский государственный университет туризма и сервиса» в Санкт-Петербурге.

Частные школы и ВУЗы в России, как правило, имеют более гибкие программы обучения и меньший размер классов, что может оказать положительное влияние на качество образования. Однако, из-за высокой стоимости обучения, частные учреждения в основном привлекают более состоятельные слои населения.

Несмотря на ряд преимуществ, существование частных школ и ВУЗов в России также вызывает некоторые проблемы, включая возможные различия в качестве образования между государственными и частными учреждениями, а также неравномерное распределение образовательных ресурсов между регионами страны.

Однако, несмотря на рост количества частных учреждений, государственные школы и ВУЗы оставались основным источником образования для большинства российских студентов. Кроме того, децентрализация образовательной системы привела к неравномерному распределению образовательных ресурсов между различными регионами страны, что создало проблемы доступности и качества образования.

Несмотря на это, приватизация и децентрализация образовательной системы имели и положительные результаты. Они позволили развиваться новым формам образования, способствовали конкуренции между учреждениями и повысили качество образования в целом.

Приватизация и децентрализация образовательной системы в 90-х годах XX века имели как положительные, так и отрицательные последствия. Однако, опыт создания ВУЗов на частной основе послужил отправной точкой к процессу конкуренции за абитуриентов между заведениями высшего образования, что положительно сказалось на динамике развития как образовательных программ, так и создании комфортной среды для универсантов.

После того, как образовательная система пришла в себя после разрухи 90х годов, предстояло ответить на ещё один вызов – модернизация образовательной системы и повышение ее конкурентоспособности, появления новых цифровых образовательных инструментов, и необходимость их внедрения в образование. Модернизация российского образования тесно связана с включением России «18-19 сентября 2003 года на Берлинской конференции министров, отвечающих за высшее образование в странах-участницах Болонского процесса, министр образования Российской Федерации В.М. Филиппов и ректор СПбГУ Л.А. Вербицкая подписали Болонскую декларацию, что предопределило приоритеты образовательной политики России на 20 лет». [9]

В России этот процесс начавшейся в конце 90х - начале 2000-х годов, однако столкнулся с рядом вызовов. В 2004 году был создан Федеральный портал «Российское образование», на котором размещена информация о текущей ситуации в образовании и реализуемых проектах. В том же году введены электронные журналы, и в 2005 году была запущена программа «Интернет в каждую школу», целью которой было обеспечить доступ к Интернету во всех образовательных учреждениях России [3].

В 2006 году был запущен Приоритетный национальный проект «Образование», который способствовал повышению конкурентоспособности российских школ. В рамках этого проекта шло поощрение инноваций в школах и ВУЗах, развитие образовательных программ, поощрение лучших школьных учителей («ежегодно с 2006 по 2009 г. 10 тысяч лучших учителей получали 100 тыс. рублей, а с 2010 года 1 тысяча лучших учителей по 200 тыс. рублей»), победителей конкурсов и олимпиад и т.д. Данный проект привел к резкому повышению конкурентоспособности российской систем образования и создал огромный задел для ее дальнейшего совершенствования. [11]

В 2007 году был принят Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», который предусматривал создание единого образовательного

пространства и введение новых государственных образовательных стандартов для всех уровней обучения. Поэтому, с 2009 года началось активное внедрение новых программ на основе образовательных стандартов III поколения. «В конкурентных условиях успех вуза зависит от его позиционирования на рынке образовательных услуг и тех ожиданий, которые потребители связывают с этим вузом и его образовательными программами».

[10]

Закон об образовании стал основой для создания Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС 3+), который был утвержден в 2013 году, направленное не только на формирование у студентов необходимых компетенций, в том числе, соответствующего государственному классификатору профессий. Этот стандарт был приурочен к активным реформам сферы образования, изменяющим саму структуру учебных заведений в Российской Федерации, конкурентоспособность образовательных учреждений начала опираться на образовательные рейтинги.

***Реформа российского образования 2013 года.*** С 2013 года Российское образование начало новый этап модернизации и цифровизации. В этот период были запущены несколько программ, направленных на развитие технологий и внедрение их в образовательный процесс.

«Модернизация системы высшего профессионального образования связана с двумя основными стратегическими направлениями:

- Обеспечение роста качества образовательной деятельности и соответствия ее результатов современным требованиям рынка труда при сохранении, как минимум, существующего уровня доступности высшего образования для различных социальных групп населения;
- Создание эффективных условий для обеспечения финансовой самостоятельности, развития инновационного потенциала и совершенствования организационно–управленческих механизмов функционирования вузов.» [11]

В 2013 году была запущена программа «Электронное образование», целью

которой было создание электронных образовательных ресурсов для учителей и учащихся. В рамках этой программы были созданы электронные учебники и платформы для онлайн-обучения. [4]

В 2015 году была запущена программа «Современная школа», которая направлена на модернизацию школьного образования. В рамках этой программы были оснащены компьютерами и интерактивным оборудованием более 20 000 школ в России.

В 2018 году была запущена программа **«Цифровая образовательная среда»**, целью которой является создание цифровых образовательных ресурсов и платформ для онлайн-обучения [17]. В рамках этой программы были созданы такие платформы, как «Образовательный портал России», «Личный кабинет ученика» и другие.

С 2019 года были запущены проекты по созданию образовательных стандартов, в соответствии с которыми были модернизированы образовательные программы на всех уровнях образования. Также была проведена модернизация системы оценки знаний учащихся.

Однако в России также произошли определенные отклонения от западных методик цифровизации и модернизации образования. В 2015 году был принят закон, запрещающий использование учебников, созданных с помощью фонда Сороса, что вызвало определенную критику и довольно бурное обсуждение в обществе.

В целом, процесс модернизации и цифровизации российского образования продолжается и направлен на улучшение качества образования, повышение уровня компетенции учащихся и подготовку кадров, способных работать в условиях быстро меняющегося мира [1].

Говоря про 2013 и программу «Электронное образование», никак нельзя не упомянуть об ещё одной образовательной реформе, проведённой в том году.

Реформа по модернизации высшего профессионального образования в 2013 году была одним из крупнейших структурных изменений в системе высшего образования Российской Федерации. Преимущественно меры,

подразумеваемые ей, были направлены на повышение качества образовательных профессиональных услуг и увеличение доступности образования для всех слоев населения [16].

Образовательную реформу проводили поэтапно, с участием правительства, Министерства образования и науки, ректоров вузов и других заинтересованных сторон. Так, в конце 2012 года Правительство утвердило представленную Министерством образования и науки РФ государственную программу Российской Федерации **«Развитие образования»** на 2013-2020 гг. (утверждена Распоряжением правительства РФ от 22 ноября 2012 г. № 2148-Р). Целями госпрограммы являлись обеспечение соответствия качества российского образования меняющимся запросам населения и перспективным задачам развития российского общества и экономики, повышение эффективности реализации молодежной политики в интересах инновационного социально ориентированного развития страны. Также в числе основных задач реформ были формирование «гибкой» системы непрерывного образования, развитие инфраструктуры и организационно-экономических механизмов, обеспечивающих «максимально равную доступность» образования, модернизация образовательных программ и создание современной системы оценки качества образования. [2]

В проект включены следующие системные компоненты и федеральные целевые программы: «Развитие профессионального образования»; «Развитие системы оценки качества образования и информационной прозрачности системы образования»; «Вовлечение молодежи в социальную практику» и т.д.

Срок реализации этой госпрограммы был установлен на период 2013-2020 гг. Он, в свою очередь, был разделен на следующие этапы: первый этап – 2013-2015гг., второй этап – 2016-2018 гг., третий этап – 2019-2020 гг. Это позволило плавно и постепенно реализовать установленный план.

Если конкретизировать непосредственные меры, предусмотренные реформой, то можно выделить следующие пункты:

- Введение новой системы аккредитации вузов, которая позволяет оценивать качество образования и научной работы высших профессиональных учреждений.
- Создание новых форм обучения, таких как онлайн-курсы и дистанционное обучение, которые позволяют получать образование вне университетов и в непрерывном, оперативном режиме.
- Сокращение срока обучения на некоторых специальностях с 5-6 лет до 4 лет.
- Введение новых форм контроля и аттестации знаний и навыков, таких как независимая оценка качества знаний и защита выпускных квалификационных работ.
- Увеличение количества грантов и стипендий для студентов, а также введение льгот для молодых ученых и преподавателей.

Таким образом, обобщая все сказанное выше, необходимо отметить, что целью реформы была модернизация высшего образования посредством повышения и увеличения его доступности и качества для всех граждан России, внедрения и осуществления инновационных предложений и инициатив. А ее реализация представляла собой комплексный, длительный и многоэтапный процесс, включая действия Министерства образования и науки, ректоров вузов, экспертов в области образования, а также представителей студенческих организаций и других заинтересованных сторон.

Создание новых федеральных университетов в Российской Федерации было одним из ключевых мероприятий образовательных реформ и преобразований (2006-2014 гг.). Это было сделано для улучшения качества образования и научной работы в регионах, а также для повышения конкурентоспособности российских вузов на мировой арене.

Первые федеральные университеты были созданы в 2006 году (ЮФУ и Сибирский федеральный институт), а с 2010 по 2014 гг. были учреждены

Дальневосточный федеральный университет, Казанский (Приволжский) федеральный университет, СВФУ, УрФУ, Северный (Арктический) федеральный университет, БФУ, СКФУ, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского.

Каждый федеральный университет имеет свою специализацию и направлен на развитие научных исследований в определенной области. Например, Федеральный университет Уральского федерального округа специализируется на технических науках, Федеральный университет Северного Кавказа – на исследованиях в области гуманитарных наук и социальных наук.

Создание федеральных университетов позволило собрать вместе лучших ученых и преподавателей из разных регионов России, создать сильные научные школы и лаборатории, а также обеспечить студентам доступ к современным технологиям и оборудованию.

Сегодня в России функционирует 11 федеральных университетов (в 2022 году был учрежден ФГБОУ ВО) которые являются ведущими учебно-научными центрами страны и имеют международное признание. Создание новых федеральных университетов стало важным шагом для развития высшего образования в России и повышения его качества.

### ***Процесс цифровизации российского образования и пандемия COVID-19.***

Говоря о модернизации и реформах в структуре Российского образования, нельзя не упомянуть о начавшемся и продолжающемся до сих пор процессе цифровизации образования в России. За последние несколько лет мир сильно изменился и продолжает меняться с высокой скоростью, растёт уровень цифровизации во всех сферах жизни человека, в том числе и в области культуры. И главной целью проекта «Цифровая образовательная среда» является обеспечение широкого внедрения цифровых технологий, создание и внедрение в образовательных организациях цифровой образовательной среды, а также обеспечение реализации цифровой трансформации системы образования. В рамках проекта ведется работа по оснащению организаций

современным оборудованием и развитию цифровых сервисов и контента для образовательной деятельности.

Пик роста внедрения цифровых ресурсов пришёлся на время распространения новой коронавирусной инфекции [12].

Её итогами организаторам видится:

- Создание 22010 образовательных организаций, оснащенных оборудованием для внедрения цифровой образовательной среды;
- Открытие 340 центров цифрового образования детей «IT-КУБ»;
- Подготовка 602700 педагогов, подключенных к платформе цифровой образовательной среды;
- Как минимум 45% педагогов из не менее чем 30% школ будут использовать сервисы федеральной информационно–сервисной платформы цифровой образовательной среды;
- Производство 52 комплектов верифицированного цифрового образовательного контента, соответствующего ФГОС общего образования;
- Не меньше, чем 40% образовательных организаций из числа субъектов Российской Федерации, участвующих в эксперименте по модернизации начального общего, основного общего и среднего общего образования, будут оснащены компьютерным, мультимедийным, презентационным оборудованием и программным обеспечением.
- Производство и размещение в сети «Интернет» контента, направленного на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодёжи, на 2022 год – 2441 млн. единиц, для сравнения на 2019 год – 251 млн. единиц. Также оцифрование учебников, мультимедийных гидов, музеев, выставок и т.д.

В процессе реализации программы планируется:

1. Обеспечение 100 % образовательных организаций стабильным и быстрым Интернет-соединением.

2. Внедрение целевой модели цифровой образовательной среды, которая позволит создать профили «цифровых компетенций» для обучающихся, педагогов и административно-управленческого персонала.

3. Обеспечение оптимизации деятельности образовательных организаций, перевод отчетности образовательных организаций в электронный вид и ее автоматическое формирование.

4. Создание сети из 340 центров цифрового образования для детей «IT-куб» с годовым охватом не менее 136 тыс. детей.

5. Создание интеграционная платформы непрерывного образования и набора сервисов, обеспечивающих навигацию и поддержку граждан при выборе образовательных программ и организаций.

6. Разработка и реализация во всех субъектах Российской Федерации программы профессиональной переподготовки руководителей образовательных организаций.

7. Внедрение во всех образовательных организациях механизмов обеспечения оценки качества результатов промежуточной и итоговой аттестации обучающихся на онлайн-курсах независимо от места их нахождения, в том числе на основе применения биометрических данных.

Однако следует не забывать, что слишком «бурная» и «бездумная» цифровизация ни к чему хорошему не приведёт, потому что к «нереальным» вещам может потеряться интерес, а также может произойти обесценивание «реального и существующего», но это вовсе не значит, что нужно отказываться от цифровых проектов и программ.

Это значит, что нужно достаточно осторожно внедрять цифровые ресурсы, а также это должно являться инструментом, помогающим человеку понять некоторые вещи и избавить его от бюрократических процедур. Мы считаем, что в образовании и культуре человек должен оставаться мыслящим, как и в любой сфере, где нужно думать, чтобы человек сам проводил исследования, делал выводы и сам приходил к какому-то итогу, а цифровые ресурсы бы выступали только как новый формат трансляции информации и хорошим

инструментом для достижения цели, только тогда от цифровизации будут колоссальные и положительные результаты. [5] В нашей стране как-раз это раньше всех и поняли, после многочисленных ошибок дистанционного образования во время распространения новой коронавирусной инфекции министерство просвещения высказалось о том, что в России роботы не заменят настоящих учителей, а дистанционное образование не сможет заменить очное и с этими тезисами мы полностью согласны.

***Национальный проект «Образование».*** Продолжая тему реализации в России образовательных проектов, нельзя не упомянуть национальный проект «Образование», реализуемый в России с 2019 года. В Российской Федерации качество образования возведено в ранг национальных приоритетов и признано важнейшим фактором роста качества жизни и гармонизации общественных отношений, залогом динамичного социально-экономического развития, гарантом сохранения единого культурного пространства и территориальной целостности России. [7] В рамках национального проекта «Образование» поддержаны и реализованы сотни проектов, направленные на культурное обогащение и просвещение граждан РФ, тысячи построенных, а также капитально отремонтированных образовательных организаций, также в рамках проекта проходит внедрение цифровых ресурсов в сфере образования. Мы считаем, что благодаря национальному проекту выросло качество образования среднестатистических граждан всего за несколько лет, по статистике Росстата люди стали чаще ходить в музеи, театры, посещать культурно-массовые мероприятия и принимать непосредственное участие в формировании стратегических целей в области образования и государство в этом играет ключевую роль и выступает в роли бенефициара. Государству выгодно финансировать такие программы и проекты, потому что уровень образования сегодня становится одним из главных факторов развития человеческого капитала. Также происходит интеграция крупных международных программ и проектов, что благоприятно сказывается на внешней политике государства.

Национальный проект «Образование» обеспечивает в первую очередь достижение национальной цели Российской Федерации, определенной Президентом Российской Федерации, по обеспечению возможности для самореализации и развития талантов. Также отдельные мероприятия национального проекта ориентированы на поддержку достижения национальных целей «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство» и «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей».

**Итогами проведения национального проекта «Образование» в России видится:**

1. Вхождение Российской Федерации в число десяти ведущих стран мира по качеству общего образования.
2. Формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости, всеобщности и направленной на самоопределение и профессиональную ориентацию всех обучающихся.
3. Создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций.
4. Увеличение доли граждан, занимающихся волонтерской (добровольческой) деятельностью или вовлеченных в деятельность волонтерских (добровольческих) организаций, до 15 процентов.

Однако говоря про конкретные меры, реализуемые в процессе осуществления национального проекта, следует упомянуть:

- строительство школ, обновление материально-технической базы образовательных организаций и оснащение их современным оборудованием.
- профессиональное развитие педагогических работников и управленческих кадров.

- реализация программ повышения квалификации, методическая поддержка и сопровождение педагогических работников и управленческих кадров системы образования, развитие навыков работы учителей в современной образовательной среде.

- совершенствование содержания образования и воспитание
- обновление нормативных и методических документов, определяющих содержание образования, внедрение новых методик и технологий преподавания, формирование системы управления качеством образования, развитие программ воспитания в образовательных организациях, обеспечение условий для участия детей в мероприятиях патриотической направленности и детских общественных движениях, творческих конкурсах.

Сроком реализации всех вышеперечисленных пунктов так легко оперировать не выйдет, однако согласно официальному плану к декабрю 2024 года все цели специального национального проекта будут достигнуты [15].

Основными задачами национального проекта «Образование» видится достижение референтных целей через качественные преобразования в различных структурных составляющих образования, таких, как, например, преобразования в сторону большей доступности образования всех уровней в РФ вне зависимости от места жительства или финансовых возможностей. В рамках этого проекта также планируется увеличение на 1 062 267 количества мест в общеобразовательных организациях, в том числе в сельской местности и посёлках городского типа, а также обеспечение 80% обучающихся в этих школах доступом к центрам образования естественно-научной и технологической направленности. Важным пунктом программы национального проекта образование видится также международное признание высокого уровня образования в РФ, путём включения России в различного рода международные исследовательские проекты на места, не ниже десятого.

Важную роль среди целей проекта «Образование» играет также не только

обучение новых педагогических кадров по специальным профессиональным программам, но также и процесс повышения квалификации уже имеющихся сотрудников сферы образования. В рамках проекта «Образование» планируется проведение процедуры повышения квалификации более чем 60% уже имеющихся педагогических кадров, в специально созданных центрах непрерывного повышения профессионального мастерства.

Также, одной из главных задач проекта «Образование» является создание системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов детей и молодёжи, где 80% детей в возрасте от 5 до 18 лет должны быть охвачены дополнительным образованием, а количество субъектов Российской Федерации, выдающих сертификаты дополнительного образования в рамках системы персонализированного финансирования дополнительного образования детей, должно составлять 85.

Национальный проект «Образование» также направлен на обеспечение ранней профессиональной ориентации обучающихся по образовательным программам основного и среднего общего образования, где 40% всех входящих в это число учащихся должны быть охвачены мероприятиями в рамках программы «Билет в будущее»

**Заключение.** Подводя итоги, следует сказать, что за 30 лет образовательная система в Российской Федерации претерпела весьма серьёзные изменения. От начала 90х годов и царившей тогда во всей стране неопределённости до появления в России собственной образовательной системы и обретение независимости по части выпуска образовательных пособий. То состояние, в котором находилась образовательная система по мере своего развития, как бы отражало положение дел не только лишь в образовательной среде, но и было лицом происходящих внутри страны процессов. Пройдя трудный путь, Россия начала поступательное движение к качественным преобразованиям в образовательной сфере, с целью возможности адекватной и достойной реакции на вызовы современности, это, бесспорно, не было бы возможно без той самоотдачи и стремлению к изменениям в структуре образования её

сотрудников: всех, от педагогов до сотрудников министерства просвещения. Впереди предстоят новые вызовы, однако вместе с новыми вызовами приходят и новые возможности, а потому существует уверенность в том, что Россия продолжит достойное движение вперед.

## **Библиография**

1. Алпатов Г.Е., Пашкус Н.А., Старобинская Н.М. Причины реформирования и закономерности развития российского образования // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 4 (76). – С. 174-177.
2. Белов А.В., Пашкус В.Ю., Алиаскарова Ж.А. Государственная политика в сфере образования: опыт Японии как пример для России // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 1 (69). – С. 189-192.
3. Дмитриева Е.К., Пигарева Е.А. Цифровизация образования в России // Вестник науки. – 2022. – №11 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-obrazovaniya-v-rossii> (дата обращения: 31.03.2023).
4. Егорова Е.В., Фролова Н.Н., Агапова Е.Н. Цифровые ресурсы формирования критического мышления в системе дополнительного образования // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2022. – № 206. – С. 79-91.
5. Ермаков Ю.В. Инновационные процессы в учреждениях высшего профессионального образования в рамках Болонского процесса // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2014. – Т. 5, № 1. – С. 72-90.
6. Зинченко М.В., Трофимова И.Б. Конкурентоспособность программ профессионального образования университета: анализ социально-экономических факторов // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2022. – Т. 13, № 3. – С. 53-64.

7. Зинченко М.В., Швецова К.А. Российское высшее образование в период пандемии COVID-19: проблемы доступности // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2022. – Т. 13, № 3. – С. 65-78.
8. Кольцова А.А., Старобинская Н.М. Повышение качества и эффективности образования в Новой экономике // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2014. – Т. 5, № 3. – С. 137-149.
9. Пашкус В.Ю. Государственная политика в области образования: Болонский процесс – "Pro" и "Contra" // Актуальные проблемы экономической теории и экономической политики. Сборник научных трудов. Вып. I. – СПб.: ОЦЭиМ, 2004. – С. 144-153.
10. Пашкус В.Ю. Качественная оценка конкурентоспособности ВУЗа // Журнал правовых и экономических исследований. – 2012. – № 1. – С. 106-109.
11. Пашкус Н.А. Оценка экономической эффективности реформ в сфере образования и обоснование новой интегральной модели реформирования отрасли // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – № 89. – С. 290-297.
12. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. COVID-19, принудительная цифровизация и конкурентоспособность высших учебных заведений // Проблемы современной экономики. – 2022. – № 2 (82). – С. 192-195.
13. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Модернизация российского образования: проблемы, направления, возможности внедрения в ВУЗах // Общество: политика, экономика, право. – 2014. – № 3. – С. 16-21.
14. Пашкус Ю.В. Специфика функционирования Высшей школы в России в современных условиях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 1997. – № 2. – С. 44-51.
15. Образование — Национальный проект «Образование» // Национальные проекты – [Электронный ресурс]. URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/obrazovanie> (дата обращения: 29.03.2023).

16. Акт министерств и ведомств "Приказ об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры" от 24.02.2014 № 3140231402 // Российская газета. – 11.03.2014 г. – № 56

17. Федеральный проект цифровая образовательная среда // Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации – [Электронный ресурс]. URL: [https://minobrnauki.gov.ru/files/NP\\_Obrazovanie.htm](https://minobrnauki.gov.ru/files/NP_Obrazovanie.htm) (дата обращения: 29.03.2023).

18. Большая приватизация: 25 лет спустя // Официальный сайт ВЦИОМ – [Электронный документ]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/bolshaya-privatizacziya-25-let-spustya> (дата обращения: 29.03.2023).

## References

Alpatov G.E., Pashkus N.A., Starobinskaya N.M. (2020) The reasons for the reform and patterns of development of Russian education // Problems of the modern economy. – № 4 (76). – Pp. 174-177.

Belov A.V., Pashkus V.Yu., Aliaskarova Zh.A. (2019) State policy in the field of education: the experience of Japan as an example for Russia // Problems of modern economics. – № 1 (69). – Pp. 189-192.

Dmitrieva E.K., Pigareva E.A. (2022) Digitalization of education in Russia // Bulletin of Science. – №11 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-obrazovaniya-v-rossii> (date of application: 03/31/2023).

Egorova E.V., Frolova N.N., Agapova E.N. (2022) Digital resources for the formation of critical thinking in the system of additional education // Proceedings of the A.I. Herzen Russian State Pedagogical University. – No. 206. – pp. 79-91.

Ermakov Yu.V. (2014) Innovative Processes in Institutions of Higher Professional Education Within the Framework of the Bologna Process // MBA Marketing. Marketing Management Firms. – Vol. 5, No. 1. – pp. 72-90.

Zinchenko M.V., Trofimova I.B. (2022) Competitiveness of university vocational education programs: analysis of socio-economic factors // Marketing MBA. Marketing Management Firms. – Vol. 13, No. 3. – pp. 53-64.

Zinchenko M.V., Shvetsova K.A. (2022) Russian higher education during the COVID-19 pandemic: accessibility problems // Marketing MBA. Marketing Management Firms. – Vol. 13, No. 3. – pp. 65-78.

Koltsova A.A., Starobinskaya N.M. (2014) Improving the quality and effectiveness of education in the New economy // Marketing MBA. Marketing Management Firms. – Vol. 5, No. 3. – pp. 137-149.

Pashkus V.Yu. (2004) State policy in the field of education: The Bologna process – "Pro" and "Contra" // Actual problems of economic theory and economic policy. Collection of scientific papers. Issue I. – St. Petersburg: OTSEIM. – pp. 144-153.

Pashkus V.Yu. (2012) Qualitative assessment of university competitiveness // Journal of Legal and Economic Research. – No. 1. – pp. 106-109.

Pashkus N.A. (2009) Assessment of the economic effectiveness of reforms in the field of education and the justification of a new integral model of industry reform // Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Herzen. – No. 89. – pp. 290-297.

Pashkus N.A., Pashkus V.Yu. (2022) COVID-19, forced digitalization and competitiveness of higher educational institutions // Problems of modern economics. – № 2 (82). – Pp. 192-195.

Pashkus N.A., Pashkus V.Yu. (2014) Modernization of Russian education: problems, directions, possibilities of implementation in universities // Society: politics, economics, law. – No. 3. – pp. 16-21.

Pashkus Yu.V. (1997) Specifics of the functioning of Higher education in Russia in modern conditions // Bulletin of St. Petersburg University. Economy. – No. 2. – pp. 44-51.

Education — National project "Education" // National projects – [Electronic resource]. URL: [https://национальныепроекты .RF/projects/obrazovanie](https://национальныепроекты.RF/projects/obrazovanie) (accessed: 03/29/2023).

Act of ministries and departments "Order on approval of the Procedure for the organization and implementation of educational activities for educational programs of higher education – bachelor's degree programs, specialty programs, master's degree programs" dated 02/24/2014 No. 3140231402 // Rossiyskaya gazeta. – 03/11/2014 – No. 56

Federal project digital educational environment // Official website of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation – [Electronic resource]. URL: [https://minobrnauki.gov.ru/files/NP\\_Obrazovanie.htm](https://minobrnauki.gov.ru/files/NP_Obrazovanie.htm) (date of application: 03/29/2023).

Big privatization: 25 years later // Official website of VTSIOM – [Electronic document]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/bolshaya-privatizacziya-25-let-spustya> (date of application: 03/29/2023).

**Пантелейкин Илья Витальевич,**

*студент 2 курса бакалавриата*

*Высшей РГПУ им Герцена, Институт экономики и управления,*

*[Panteleykini@mail.ru](mailto:Panteleykini@mail.ru)*

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА: РЕВИТАЛИЗАЦИЯ  
УСТАРЕВШИХ ПОСТРОЕК ИЛИ УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА  
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

**Аннотация**

В статье рассматриваются проблемы бренда города (места), связанные с изменениями в городской среде, касающихся старых, ветхих или неиспользованных объектов застройки города. К таким проблемам относится избирательность целевой аудитории, в результате чего часть жителей города могут перестать отождествлять себя с развиваемым брендом места. Что может быть чревато значительными проблемами, в том числе и политического характера. Показано, что ревитализация исторической застройки позволит эффективно развивать бренд города (места) и учитывать желания жителей города.

**Ключевые слова:** брендинг территории, идентичность, управление городом, ревитализация.

**RePEc:** [E60](#), [Z18](#)

**УДК:** [338.22](#)

**Panteleykin Ilya Vitalievich,**

*2nd year undergraduate student,*

*The Herzen State Pedagogical University of Russia, Institute of economics*

*and management,*

[Panteleykini@mail.ru](mailto:Panteleykini@mail.ru)

**PUBLIC SPACES: REVITALIZING OUTDATED BUILDINGS OR  
IMPROVING THE QUALITY OF THE URBAN ENVIRONMENT OF ST.  
PETERSBURG**

**Abstract**

The article discusses the problems of the brand of the city (place) associated with changes in the urban environment concerning old, dilapidated or unused urban development facilities. Such problems include the selectivity of the target audience, as a result of which some residents of the city may stop identifying themselves with the developing brand of the place. Which can be fraught with significant problems, including political ones. It is shown that the revitalization of historical buildings will effectively develop the brand of the city (place) and take into account the wishes of the residents of the city.

**Keywords:** branding of the territory, identity, city management, revitalization

**RePEc:** [E60, Z18](#)

**УДК:** [338.22](#)

УДК: 338.22

**Пантелейкин Илья Витальевич,**

*студент 2 курса бакалавриата*

*Высшей РГПУ им Герцена, Институт экономики и управления,*

[Panteleykini@mail.ru](mailto:Panteleykini@mail.ru)

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА: РЕВИТАЛИЗАЦИЯ  
УСТАРЕВШИХ ПОСТРОЕК ИЛИ УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА  
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

**Panteleykin Ilya Vitalievich,**

*2nd year undergraduate student,*

*The Herzen State Pedagogical University of Russia, Institute of economics*

*and management,*

[Panteleykini@mail.ru](mailto:Panteleykini@mail.ru)

**PUBLIC SPACES: REVITALIZING OUTDATED BUILDINGS OR  
IMPROVING THE QUALITY OF THE URBAN ENVIRONMENT OF ST.  
PETERSBURG**

Создание и развитие бренда города (места) – это сложный и весьма специфический процесс, который идет в жесткой конкурентной среде. На этом поле сегодня идет активная конкуренция друг с другом за внешние ресурсы (с одной стороны – за привлечение туристов, студентов, инвесторов, а с другой – за внимание различных чиновников, лиц, принимающих решения и пр.). Такая конкуренция требует значительных и скоординированных усилий в разработке и управлении своими брендами на самых разных уровнях. «Страны, регионы и города все чаще сталкиваются с

конкуренцией с другими регионами и городами за рубежом; они все чаще выступают с собственными инициативами, которые трансформируют традиционные отношения между географическими масштабами». [4]

Когда города стремятся привлечь креативный класс, высококвалифицированных работников умственного труда и бизнесменов, используя брендинг для осознанного определения некоего абстрактного «значения места» в целом, другие, менее значимые и менее заметные группы могут быть исключены из процесса принятия решений, что может привести к растущему недовольству и неприятию со стороны данных групп. [6]

Например, поддержка субкультуры хипстеров требует кардинального изменения общественных пространств (лофты, специфические общественные пространства, бары и ночные клубы), что может вызвать (и вызывает) полное отторжение со стороны пенсионеров – любителей старины и тихой жизни, которые становятся т.н. «изолированной группой», как утверждают в своей работе Мартин Бойзен (Университет Гронингена), Кис Терлоу (Утрехтский университет) и Буке ван Горп (Утрехтский университет).

[7] Если стратегии брендинга мест будут весьма успешными, члены изолированных групп, которых становится все больше, могут даже утратить способность идентифицировать себя с некоторыми местами, поскольку значение этих мест все чаще ориентируется на других. Как отмечают Эрик Браун, Мигелис Каварадзис и Стебастьян Зенкер, роль местных жителей в создании и продвижении сильного бренда территории почти определяющая.

[8] Избирательный подход к целевой аудитории брендинга мест может привести к серьезным проблемам, в том числе и политическим (так, пенсионеры являются мощным политическим ресурсом [2]).

Во многих российских городах существует проблема стареющих и разрушающихся зданий, практически не интегрированных в городскую среду. Это ранее крупные промышленные предприятия, ставшие бесхозными после ликвидации производств, или объекты исторического и культурного наследия, зачастую располагающиеся в центральных районах города и из-за

дороговизны их содержания, не пользующиеся спросом у предпринимателей и городских чиновников. В качестве примера можно привести, с одной стороны, разнообразные территории бывших промышленных кластеров, бывшие промышленные зоны Санкт-Петербурга, которые расположены на весьма привлекательных местах в центральных районах города и сегодня полностью заброшенных либо используемых в лучшем случае – как стоянки, а в худшем – как свалки, а с другой обновленный вид дворцов и доходных домов, расположенных в центре бывшей имперской столицы.

Одним из наиболее «варварских» методов борьбы с подобной проблемой служит банальный снос морально и физически устаревших построек, которые ещё недавно украшали главные улицы города. Так поступили с Литовским замком, который после пожара в 1917 году находился в полуразрушенном состоянии, а в 30-х его окончательно разрушили и возвели несколько жилых домов. Из последних громких случаев – разрушение Бань Екимовой (завод «Навигатор»), в 2021 году территория предприятия отошла частной компании, которая решила построить на этом месте жилой комплекс. К сожалению, подобные случаи сохраняются до сих пор.

Главной задачей урбанистики является формирование комфортного городского пространства и улучшение качества жизни горожан. Анализ информационных источников показывает на особое место благоустроенные общественных пространств, которые позволяют изменить некоторые «депрессивные» и «малоразвитые (в экономическом смысле)» места и сделать город более приятным. Так в 2019 году стартовал Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» в рамках Национального проекта «Жильё и городская среда» основной задачей которого является «повышение комфортности городской среды, в том числе общественных пространств» [Городская среда]. Вопрос об эффективном освоении городских территорий, причем эффективным не только с экономической, а еще и со стороны культуры – одна из важнейших проблем крупных российских городов. Собственно решить ее можно одним из трех

способов: «снести старые здания и построить на их месте жилые дома, бизнес-центры и т.д.; музеефицировать территорию («город-музей» и пытаться использовать старинные постройки и вписать их в новую городскую среду (ревитализация).» [Барабанов] Как решается данная проблема зависит не только от желания лиц, принимающих решения, но и размера бюджета, активности жителей и пр. Бывают и совсем экзотические способы: так, например И. Торрес приводит пример использования «культурного наследия трущоб», когда фавелы в Рио де Жанейро становятся туристической достопримечательностью. [Torres] Но, как показала практика, такого рода проекты подходят не для любых целевых групп и их эффективность весьма спорна. [3]

Одним из способов её решения выступает ревитализация, под которой мы «понимаем процесс восстановления и включения в городское пространство старых территорий и построек раскрывая их новые возможности». [1] Одним из существенных преимуществ, которые дает нам стратегия ревитализации является сохранение самобытности (аутентичности) городской среды, комплексный подход к проблемным городским объектам, возможность развивать индивидуальность города (места). Использование так называемых «исторические ресурсы» города, куда относятся в том числе объекты индустриального, архитектурного и исторического наследия, позволяет нам не разрушать, но восстанавливать исторический облик, при этом эти объекты не становятся музеем, а включаются в культуру настоящего, сохраняя свой первозданный колорит. [9; 10]

Один из громких примеров ревитализации в Санкт-Петербурге – пространство «Новая Голландия». На территории острова ещё в Петровские времена расположился военный порт, позже там появилась тюрьма для военных моряков, лаборатория, где работал Менделеев, Крыловский оптовый бассейн - место испытаний первой русской подводной лодки, а в начале XX века радиостанция, по которой Владимир Ленин объявил о свершившейся революции. В упадок это место пришло после блокады Ленинграда – остров

был практически полностью разрешен немецкими бомбардировками. В таком состоянии он прибывал до начала 21 века. В конце 2000 правительство Санкт-Петербурга объявила тендер на реновацию острова.

«Победителем стала компания ООО "Новая Голландия Девелопмент", входящая в группу компаний Millhouse LLC, принадлежащая бизнесмену Роману Абрамовичу». [5] Главной задачей стало сохранить исторический вид архитектурного ансамбля острова и в тоже время встроить его в современный культурный код города, дав новую жизнь пришедшим в упадок историческим постройкам. Оптовый бассейн Крылова был преобразован в благоустроенный водоём «Ковш» с чугунной набережной. На пустующей территории разбили парк, который снабдили временными павильонами, а зимой он превращается в каток. Там же построили детскую площадку «Фрегат» по проекту голландской компании West 8, за основу взять фрегат «Петр и Павел», выполненный в 80% величину от оригинала. Восстановлен дом Коменданта, где раньше располагался начальник тюрьмы, а ныне здесь работает проект «Моя Школа». Тюрьму «Бутылка» преобразовали в арт-пространства, открыли кафе, рестораны, различные магазины, зону отдыха и спорта. Здание «Кузня» превратили в зону коворкинга, а рядом разбили травяной сад.

К сожалению, не обошлось и без уничтожения исторических зданий. Знаменитые лаборатория и радиостанция не были признаны КГИОПом памятниками архитектуры и были снесены.

Похожую историю имеет пространство Seno. До революции на месте Seno располагался каретный ломбард и несколько трактиров, в советское время здесь разместились мебельные и швейные цеха, а после распада СССР территория пришла в упадок, стала пристанищем для маргинальных слоёв общества. В начале 2020 пространство было выкуплено частными инвесторами, восстановлено и сдано в аренду малому бизнесу: цветочные бутики, рестораны, кафе, коворкинг, арт-объекты, зоны отдыха и многое другое. Что важно, был сохранён исторический облик зданий, разбавленный

современными архитектурными решениями.

**Заключение.** Приведенные выше примеры показывает экономические, культурные и исторические преимущества, лежащие в основе ревитализации как стратегии развития городской среды. Развитие ветхих и невостребованных объектов – это одна из наиболее актуальных форм сохранения старых строений, имеющих историческую и архитектурную ценность. На практике, несмотря на разработанные стратегии идентичности, индивидуальность и позиционирование бренда города (места) могут сильно различаться по отношению конкретным целевым аудиториям, и, скорее всего, «результатирующие образы бренда» в тех местах, где идентичности пересекаются зачастую кардинально не соответствует друг другу и может породить значительную неприязнь в восприятии разными целевыми группами. Деятельность, направленная на развитие и укрепление бренда места направлена на создание обстановки, когда «различные бренды мест должны усиливать друг друга, ориентируясь на разные целевые группы и продвигая различные «модели проживания», свойственные определенным целевым группам таким образом, чтобы различные бренды мест добавляли ценность друг другу». [7] Тогда бренды мест действительно могли бы создавать дополнительную ценность для мест, которые они представляют. К сожалению, несоответствие в намеренно организованных и транслируемых образах бренда представляется гораздо более вероятным результатом.

### **Библиография**

1. Барабанов, А. А. Социально-культурные и семантические принципы ревитализации индустриального наследия // Эко-потенциал. – 2013. – №3-4. – С. 236-247
2. Воронин В.А. Влияние левого и либерального блогинга на развитие институтов политической оппозиции: российский опыт 2017-2020 годов // Российское общество сегодня: ценности, институты, процессы. Материалы Всероссийской научной конференции. – Санкт-Петербург, 2023. – С. 230-233.

3. Культурная идентичность городов: концептуальные подходы, бренды и глобальная конкурентоспособность / Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю., Мальцева Ю.М., Куликова Д.А. // Проблемы современной экономики. – 2022. – № 4 (84). – С. 156-160
4. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А., Пашкус М.В. Формирование сильного культурного бренда Санкт-Петербурга // Региональная экономика: теория и практика. – 2016. – № 2 (425). – С. 39-53. EDN: VKXAIH
5. Городская среда // Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://minstroyrf.gov.ru/trades/gorodskayasreda/> (дата обращения: 10.04.2024).
6. Anttiroiko A.-V. The Political Economy of City Branding. Routledge, 2014. – 204 p
7. Boisen M., Terlouw K., van Gorp B. The selective nature of place branding and the layering of spatial identities // Journal of Place Management and Development. – 2011. – Vol.4, Iss.2. – P.135 – 147.
8. Braun E., Kavartzis M., Zenker S. My City – My Brand: The Role of Residents in Place Branding // Journal of Place Management and Development. – 2013– Vol.6, Iss. 1. – p. 18- 28
9. Kornienko S. V. Revitalization of Industrial Zones: Search for Systematic Renewal of a City // Energy saving. – 2019. – Vol.6. – P. 14-19.
10. Potseshkovskaya I. V., Soroka A.N. Revitalization of urban industrial areas based on sustainable development principles // E3S Web of Conferences. – 2021. – Vol. 266. – P. 08012.
11. Torres I. Branding slums: a community driven strategy for urban inclusion in Rio de Janeiro // Journal of Place Management and Development. – 2012. – Vol.5, Iss.3. – P.198 – 211

## References

Barabanov A.A. (2013) Socio-cultural and semantic principles of revitalization of industrial heritage // Eco-potential. – No.3-4. – pp. 236-247

Voronin V.A. (2023) The influence of left-wing and liberal blogging on the development of institutions of political opposition: the Russian experience of 2017-2020 // Russian society today: values, institutions, processes. Materials of the All-Russian Scientific Conference. St. Petersburg. – pp. 230-233.

Cultural identity of cities: conceptual approaches, brands and global competitiveness (2022) / Pashkus N.A., Pashkus V.Yu., Maltseva Yu.M., Kulikova D.A. // Problems of modern economics. – No. 4 (84). –pp. 156-160

Pashkus V.Yu., Pashkus N.A., Pashkus M.V. (2016) Formation of a strong cultural brand of St. Petersburg // Regional economics: theory and practice. – № 2 (425). – Pp. 39-53. EDN: VKXAIH

Urban environment // Ministry of Construction and Housing and Communal Services of the Russian Federation [Electronic resource]. URL: <https://minstroyrf.gov.ru/trades/gorodskayasreda> (date of application: 10.04.2024)/

Anttiroiko A.-V. The Political Economy of City Branding. Routledge, 2014. – 204p

Boisen M., Terlouw K., van Gorp B. The selective nature of place branding and the layering of spatial identities // Journal of Place Management and Development. – 2011. – Vol.4, Iss.2. – P.135 – 147.

Braun, E., Kavaratzis, M. and Zenker, S. (2013) My City – My Brand: The Role of Residents in Place Branding // Journal of Place Management and Development. – Vol.6, Iss. 1. – p. 18- 28

Kornienko S. V. Revitalization of Industrial Zones: Search for Systematic Renewal of a City. Energy saving, 6: 14-19. (2019).

Potseshkovskaya I. V., Soroka A.N. Revitalization of urban industrial areas based on sustainable development principles // E3S Web of Conferences. 2021. Vol. 266. P. 08012.

Torres I. 2012) Branding slums: a community driven strategy for urban inclusion in Rio de Janeiro // Journal of Place Management and Development.. Vol.5, Iss.3. Pp.198 – 211

Marketer news portal, [Electronic resource] - <https://marketer.ua/stats-operating-system-2020/>

**Петрушина Александра Владимировна**

*студентка 2 курса бакалавриата,*

*СПбГУ, Факультет политологии*

*[petruschina.aleksandra@yandex.ru](mailto:petruschina.aleksandra@yandex.ru)*

## **РОСССИЙСКИЙ РЫНОК ОДЕЖДЫ: УХОД ИНОСТРАННЫХ БРЕНДОВ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ**

### **Аннотация**

В статье рассматривается ситуация, сложившаяся на рынке одежды в России после закрытия брендовых магазинов, принадлежащих иностранным компаниям. Приводится статистика продажи одежды в 2023 году, анализируются предложения отечественных производителей и программа импортозамещения в данной отрасли.

**Ключевые слова:** российский рынок одежды, fashion-сегмент, уход иностранных брендов, импортозамещение.

**RePEc:** L67 M31

**УДК** 338.22, 339.138

**Petrushina Alexandra Vladimirovna**

*2nd year undergraduate student,*

*St. Petersburg State University, Faculty of Political Science*

[\*petruschina.aleksandra@yandex.ru\*](mailto:petruschina.aleksandra@yandex.ru)

## **THE RUSSIAN CLOTHING MARKET: THE DEPARTURE OF FOREIGN BRANDS AND IMPORT SUBSTITUTION**

### **Abstract**

The article examines the situation in the clothing market in Russia after the closure of branded stores owned by foreign companies. The statistics of clothing sales in 2023 are presented, the proposals of domestic manufacturers and the import substitution program in this industry are analyzed.

**Keywords:** Russian clothing market, fashion segment, departure of foreign brands, import substitution.

**RePEc:** L67 M31

**УДК** 338.22, 339.138

УДК 338.22, 339.138

**Петрушина Александра Владимировна**

*студентка 2 курса бакалавриата,*

*СПбГУ, Факультет политологии*

[petruschina.aleksandra@yandex.ru](mailto:petruschina.aleksandra@yandex.ru)

## **РОСССИЙСКИЙ РЫНОК ОДЕЖДЫ: УХОД ИНОСТРАННЫХ БРЕНДОВ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ**

**Petrushina Alexandra Vladimirovna**

*2nd year undergraduate student,*

*St. Petersburg State University, Faculty of Political Science*

[petruschina.aleksandra@yandex.ru](mailto:petruschina.aleksandra@yandex.ru)

## **THE RUSSIAN CLOTHING MARKET: THE DEPARTURE OF FOREIGN BRANDS AND IMPORT SUBSTITUTION**

Ситуация, в условиях которой на данный момент вынужден развиваться российский рынок одежды, сложилась в результате череды кризисных для экономики не только нашей страны, но и всего мирового сообщества событий. 2020 год ознаменовался годом коронакризиса, пандемия и карантин повлекли за собой серьезные изменения в структуре спроса и предложения, цепочках логистики. Эти изменения отразились на показателях продажи товаров fashion-сегмента. В 2022 году после начала Специальной Военной Операции под предлогом санкций многие бренды западного происхождения приостановили работу своих магазинов на территории Российской Федерации. Среди таких испанская компания Inditex, владелец крупных сетей магазинов Zara, Bershka, Pull&Bear, Stradivarius, шведская компания H&M, немецкая компания Puma, японская розничная сеть Uniqlo и другие. Так, мы имеем два фактора, оказавших весомое влияние на состояние рынка одежды к

нынешнему моменту.

Стоит сказать, что к 2022 году мировая fashion-индустрия начала оправляться от ущерба, нанесенного пандемией COVID-19. По статистике, приведенной BusinessStat (см. рисунок 1), продажи одежды в России в 2020 году сократились на 9,4% [4]. Это, несомненно, можно связать с тем, что люди находились на самоизоляции, работа и учеба были переведены в дистанционный формат, поэтому они не нуждались в новой одежде, да и сами магазины приостановили свою деятельность, не являясь продавцами товаров первой необходимости. Таким образом, обороты fashion-рынка в России с 2019 по 2020 годы в триллионах рублей сократились с 2,29 до 1,71 [8]. В первый квартал 2021 года, по данным Росстата, в России увеличились траты на одежду и обувь. Если в этот же период 2020 года этот показатель составлял 6-7%, то в 2021 – 11-16% от бюджета домохозяйства [8]. Интересно отметить, что одной из причин таких показателей потребительского спроса называют сокращение трат на сегмент путешествий и развлечений. Напомним, что в 2021 году многие страны в целях нераспространения инфекции коронавируса все еще не открывали свои границы для туризма.

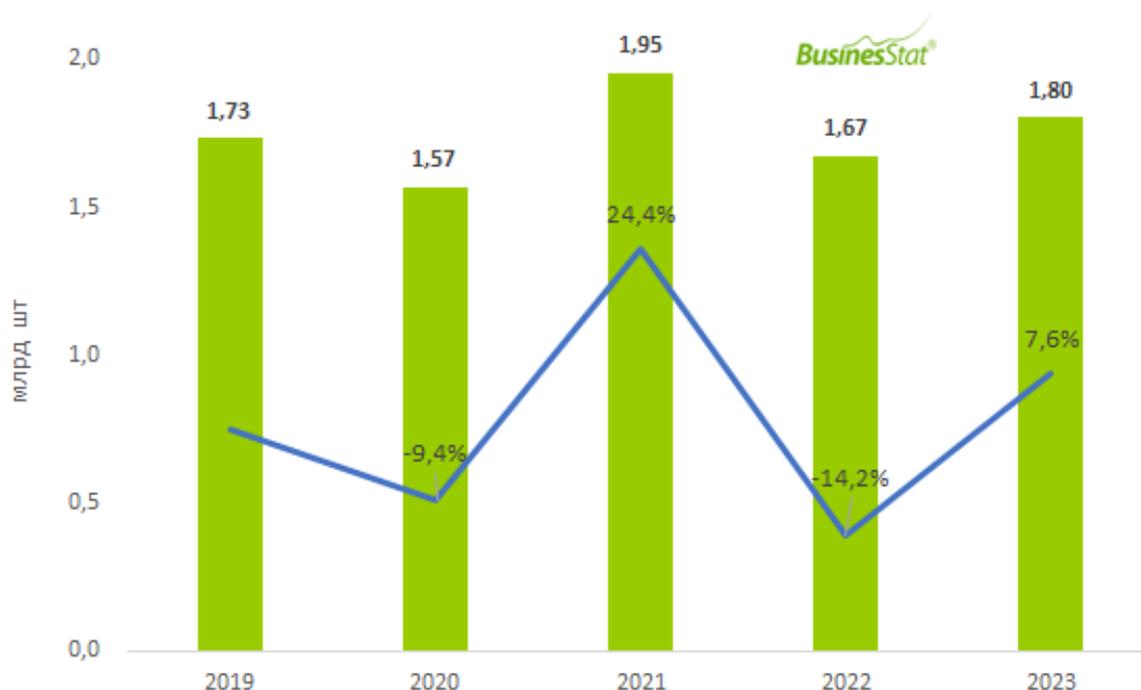


Рисунок 1 – Продажи одежды в России 2019-2023 гг.

Однако это время можно расценить как возможность для развития онлайн-ритейла. Динамика положительная (см. рисунок 2): если с 2016 ежегодно объем российского рынка онлайн-торговли fashion-товарами увеличивался не более чем на 100 миллиардов рублей, то с 2019 на 2020 год наблюдается рост показателя на 140 миллиардов рублей, а в 2021 объем вырос почти на 200 миллиардов в сравнении с 2020 годом [8]. Соответственно, мы видим серьезный рост, который свидетельствует нам о наличии потенциала и перспектив в данной области.

Логичным выводом будет и утверждение о том, что количество интернет-покупателей также увеличилось, потребители осознали выгоду от покупок онлайн и удобство сего процесса. Это спровоцировало развитие маркетплейсов в направлении продажи товаров fashion-сегмента.

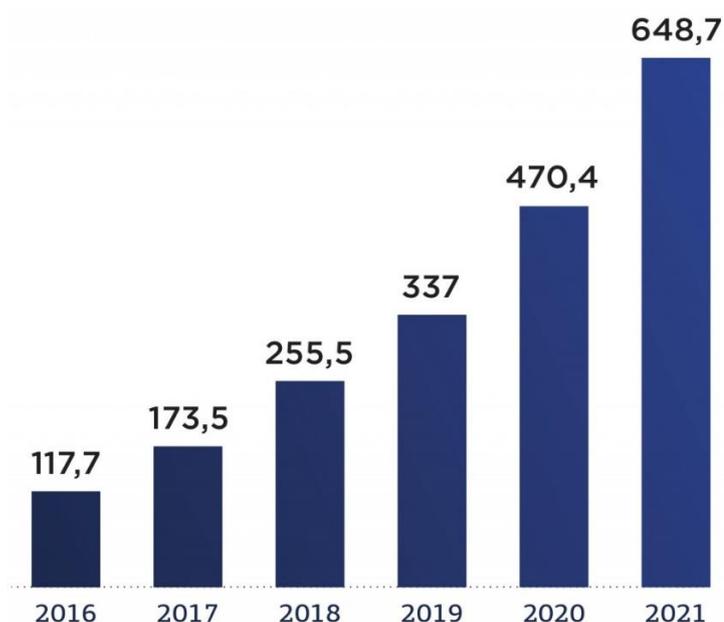


Рисунок 2 – Объем российского рынка онлайн-торговли fashion-товарами, млрд рублей

В современном мире политика проникает во все сферы общества, так или иначе влияя на них, в том числе и на моду. По подсчетам экспертов McKinsey (нынешнее название – «Яков и Партнеры», российское подразделение McKinsey объявило о переименовании летом 2022 года), в течение

нескольких недель после начала военной операции в Украине более 500 глобальных компаний из различных производственных секторов объявили о прекращении деятельности в России [3]. Одни причиной ухода называли проблемы с поставкой и логистикой, другие покинули рынок из проявления солидарности. В прочем, адвокат, советник BGP Litigation, специализирующийся на вопросах разрешения споров и банкротства Руслан Петручак заявил, что только некоторые бренды могли решить уйти с российского рынка из-за попытки компенсировать репутационные потери, более основательными причинами ухода почти половины компаний он называет ограничение внешнеторговых операций с несколькими странами, сбой в логистике, проблемы с транзакциями и колебания валютного курса [1]. Согласно выводам экспертов, многие из ушедших брендов (если рассматривать не только сегмент одежды) не воспринимали российский рынок как приоритетный, поэтому столь радикальная реакция стала возможной. По словам Дмитрия Водяникова, партнера «Яков и Партнеры», прибыль из России для этих сетей составляла 3-5% от глобальной выручки [1]. Так, уйдя с российского рынка, компания Inditex потеряла прибыль суммой в \$300 млн, H&M – \$363 млн [1].

Тем не менее, позже бренды все же вернулись в Россию, как утверждают заголовки СМИ, проведя небольшой ребрендинг. В качестве примера назовем несколько вариантов: теперь Zara называется MAAG, Pull&Bear – Dub, Stradivarius – Vilet, Reserved – RE. Однако, это все же не те же самые магазины с иными названиями. Российские компании выкупили магазины, среди таких игроков на рынке АО «Новая мода». Одежда, которая продается в магазинах с новым названием, сохраняет стилистику и концепцию известных брендов. Массовое производство одежды для магазинов перечисленных зарубежных брендов осуществляется в Бангладеше, Китае, Пакистане, Португалии, Испании. Если посмотреть указанную на сайтах, где их можно приобрести, информацию о товарах переименованных брендов, то в графе «страна производства» можно увидеть Турцию, Китай, Бангладеш. Таким

образом, как мы видим, продукция производится в тех же странах, возможно, на тех же производствах или из тех же материалов. Отсюда, можно ожидать, что качество особо не изменится.

Турция и Китай усиливают свои позиции на российском рынке, выступая как в качестве «промежуточного звена» поставок, так и непосредственно выводя собственные бренды на наши рынки. Увеличение цен неравномерное: товары низкой и средней ценовой категории подорожали на 10–15 %, а товары класса люкс больше выросли в цене, это мы можем наблюдать и на рынке косметической и парфюмерной продукции, потому покупатели больше совершают покупки в сегменте средних и низких цен. И этот спрос рождает возможность выхода масс-маркета из Турции и Китая на fashion-рынок России. Особенно в первую половину 2022 года, когда ситуация с уходом брендов и импортозамещением была подвешенной и неопределенной. Доля Китая в импорте одежды в Россию в 2023 г стала максимальной за пятилетие, составив 38,9% [4].

Какие еще варианты существуют для любителей моды? Реселлеры, как Авито, предлагают одежду известных брендов. По результатам опроса, выбор 53% респондентов был обусловлен желанием сэкономить при покупке, 52% отметили удобство использования, 40% привлекает возможность купить редкие вещи или те (тех брендов), которых уже нет в магазинах [2].

Все популярнее становится шопинг на маркетплейсах. Lamoda, Wildberries, Ozon, Мегамаркет предлагают широкий ассортимент и огромный выбор для поклонников модных тенденций. В период кризиса как раз эти платформы могут помочь некрупным брендам выжить в условиях ограничений, взяв на себя проблемы по доставке.

Директор категории fashion на Мегамаркете Антон Адасько рассказывает о следующих успехах: «За последние полтора года маркетплейс обеспечил доступность многих популярных зарубежных марок одежды и обуви, привычных для российских потребителей (Calvin Klein, Diesel, DKNY, Bimba Y Lola, Helly Hansen), спортивных товаров (Adidas, Asics, New Balance,

Reebok, Saucony), а также любимых многими брендов парфюмерии и косметики» [5].

Ozon запустил специальные витрины «Любимые бренды» и «TOP brands», куда вошли покинувшие российский рынок бренды: представители сегмента масс-маркета Zara и H&M, спортивной одежды Adidas, Nike, Puma, Reebok и премиум-брендов Tommy Hilfiger, Liu Jo и Calvin Klein [5].

Виктория Абдрашитова, директор по развитию Lamoda, где также можно еще приобрести некоторую продукцию иностранных продавцов, отмечает, что происходит плавная взаимозаменяемость брендов. «Конечно, потребители скучают по масс-маркет-брендам, приостановившим свою работу в нашей стране. Но я бы отметила, что многие российские игроки, такие как, например, Zarina, Love Republic, Lime, Befree, абсолютно не уступают в качестве и в ассортименте зарубежным флагманам» [5].

Еще одним вариантом для неравнодушных к моде являются мультибрендовые магазины, наподобие ЦУМа или Babochka. Однако, цены в них и так на порядок выше. Среди молодежи популярным феноменом стали различные секонд-хенды, где иногда можно найти даже вещи люксовых брендов. Но нельзя не оговориться, что такой вариант шоппинга подходит не всем.

Но fashion-нишу заполняют отечественные бренды, которые наконец получили «зеленый сигнал», то есть возможность для того, чтобы продвигать собственную продукцию и выйти на конкурентоспособный уровень. Помимо известных марок масс-маркета, таких как Love Republic, Zarina, Gloria Jeans, Befree, существуют и более нишевые бренды, которые демонстрируют интересные подходы к собственному позиционированию себя на российском рынке.

Полина Подплетенная и Кристина Хоронжук, которые, по сути, являются онлайн-стилистами, соосновательницы бренда 2MOOD, демонстрируют определенный стиль жизни, строя образ и формируя имидж своего проекта. Стоит сказать об их маркетинге: на кадрах рекламных кампаний они учат девушек сочетать различные предметы гардероба [6].

Бренд 12 STOREEZ перешел из среднего сегмента в премиум. Позиционирование строится на том, что их продукция является базой в гардеробе, которая будет служить много лет, не выходя из моды. Поэтому бренд призывает к осознанности и выбору в пользу качества, а не количества [6].

Аналитики СберМаркетинга и Авито провели совместное исследование и установили, что 55% опрошенных россиян стали чаще покупать одежду отечественных марок. Они же приводят данные о том, что 52% россиян приобретают необходимые товары в доступных магазинах и не видят потребности в приобретении одежды за рубежом [2]. Пожалуй, этот показатель может демонстрировать несколько тенденций. Во-первых, на многих потребителей никак не повлиял уход иностранных производителей, это не вызвало у них каких-либо неудобств или тревоги. Во-вторых, это может свидетельствовать о том, что программа импортозамещения проходит довольно успешно на fashion-рынке.

Можно было бы говорить и о третьем выводе: население стало более рационально и осознанно подходить к покупке вещей, инвестировать в базовый гардероб, который будет актуальным долгое время, как сказали бы многие стилисты. Но есть данные, которые опровергают данное заявление. Раньше на приобретение одежды и обуви россияне тратили примерно 5,7% от доходов, теперь до 7,2%. Средний чек на одежду и обувь составил 2,5 тысячи рублей [7].

Как замещение западных брендов рассматривается сотрудничество с другими странами, в том числе с Ираном [8]. Но данный вопрос требует подробнейшего рассмотрения с точки зрения логистики и сертификации, поэтому нельзя прогнозировать скорейшего появления их магазинов в ТЦ российских городов.

Итак, можно выделить несколько вариаций решения проблемы ухода многих брендов их страны, благодаря которым российский рынок одежды успешно приспосабливается к сложившимся обстоятельствам. Первое – это

ребрендинг магазинов иностранных продавцов, которые выкуплены российскими компаниями. Второе – работа ресейлеров и маркетплейсов, где еще можно найти товары ушедших брендов. Следующее – развитие и продвижение отечественного fashion-продукта, который уже является конкурентоспособным. Тут, пожалуй, главная задача производителей масс-маркета заключается в том, чтобы покупатели начали доверять своему производителю. И создатели более мелких, локальных или нишевых брендов выжили и расширились, найдя своих покупателей. А дальнейшие перспективы можно строить в направлении выхода на международный рынок, хотя бы азиатский. И последнее – появление «новых игроков» на рынке, сотрудничество и появление брендов из других регионов, что будет одновременно и возможностью для этих продавцов.

## Библиография

1. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю.. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 2 (74). – С. 73-77.
2. Антикризисная промышленная политика субъектов Российской Федерации в период пандемии COVID-19 / А.В.Кошкин, М.Ю.Щеглов, Г.А.Бит-Зая, А.С.Калиниченко, Д.М. Михалева // Финансы и управление. – 2024. – № 1. – С. 12-38. DOI: 10.25136/2409-7802.2024.1.69641 EDN: GZQLQG
3. Сутягина Д.Р., Зинченко М.В., Пашкус В.Ю. Импортозамещение и импортоопережение как «факторы успеха» агропромышленного комплекса России// Известия МААО. – 2023. – Вып. 69. – С.232-237.
4. «Коммерсантъ» узнал о миллиардных потерях брендов из-за ухода из России // РБК Новости бизнеса. – 2023. – 6 апреля. – [Электронный документ]: URL: <https://www.rbc.ru/business/06/04/2023/642e29289a7947ff0a1f3fe1> (дата обращения: 11.04.2024)

5. 55% опрошенных россиян стали чаще покупать одежду российских марок // РБК Компании. – 2023. – 28 ноября. – [Электронный документ]: URL: <https://companies.rbc.ru/news/T7WduofPXp/55-oproshennyih-rossiyan-stali-chasche-pokupat-odezhdu-rossijskih-marok/?ysclid=lu5jks05jx875999407> (дата обращения: 30.03.2024).
6. McKinsey оценила последствия конфликта на Украине для мирового рынка моды: Как изменится мировая fashion-индустрия в ближайшие годы // РБК Новости бизнеса. – 2022. – 5 декабря. – [Электронный документ]: URL: <https://www.rbc.ru/business/05/12/2022/5388827b9a7947f34fde35a3?ysclid=lue5a0сху3330574275> (дата обращения: 30.03.2024).
7. В 2023 г продажи одежды в России выросли на 7,5% и достигли 1,8 млрд шт. // РБК Магазин исследований. – 2024. – 20 февраля. – [Электронный документ]: URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14557/?ysclid=lu5jeyd7s3472532741> (дата обращения: 30.03.2024).
8. Воробьева Е. От Zara до Gucci: три способа купить одежду и аксессуары ушедших брендов // РБК Стиль. – 2023. – 11 октября. – [Электронный документ]: URL: <https://style.rbc.ru/items/55251b4f9a794752f40d4ce5?ysclid=lu5jrtdwe942377359> (дата обращения: 30.03.2024).
9. Воробьева Е. Уход международных гигантов модной индустрии с рынка не повод впасть в панику // РБК Стиль. 2022. – 25 октября. – [Электронный документ]: URL: <https://style.rbc.ru/items/535577459a7947570585f304?ysclid=lu5jm7w5ov555929579> (дата обращения: 30.03.2024).
10. Продажи российских производителей одежды выросли на 19% в 2023 году // Sostav. 2023. 30 августа. – [Электронный документ]: URL: <https://www.sostav.ru/publication/prodazhi-rossijskogo-fashion-ritejla->

vyrosli-na-19-v-2023-godu-52818.html?ysclid=lu505uqtue587521315 (дата обращения: 30.03.2024).

11. Рынок fashion-retail в 2022 году: есть ли жизнь после Zara // Delovoy Profil Расширяя горизонты. – 2022. – 12 мая. – [Электронный документ]: URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rynok-fashion-retail-v-2022-godu-est-li-zhizn-posle-zara/?ysclid=lu5zgv5u3578718572> (дата обращения: 30.03.2024).

## References

Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V.Yu. (2020). Industrial policy: conceptualization and modernization in a crisis // Problems of the modern economy. – Iss. 2 (74). – Pp. 73-77.

Anti-crisis industrial policy of the subjects of the Russian Federation during the COVID-19 pandemic (2024) / A.V.Koshkin, M.Y.Shcheglov, G.A.Bitzaya, A.S.Kalinichenko, D.M. Mikhaleva // Finance and Management. – No. 1. – pp. 12-38. DOI: 10.25136/2409-7802.2024.1.69641 EDN: GZQLQG

Sutyagina D.R., Zinchenko M.V., Pashkus V.Yu. (2023). Import substitution and import conservation as "success factors" of the agro-industrial complex of Russia// Izvestiya MAAO. – Iss. 69. – Pp.232-237

Kommersant learned about the billion-dollar losses of brands due to leaving Russia // RBC Business News. – 2023. – April 6th. – [Electronic document]: URL: <https://www.rbc.ru/business/06/04/2023/642e29289a7947ff0a1f3fe1> (date of application: 04.11.2024)

55% of the surveyed Russians began to buy clothes of Russian brands more often // RBC Companies. – 2023. – November 28th. – [Electronic document]: URL: <https://companies.rbc.ru/news/T7WduofPXp/55-oproshennyih-rossiyan-stali-chasche-pokupat-odezhdu-rossijskih-marok/?ysclid=lu5jks05jx875999407> (accessed: 30.03.2024).

McKinsey assessed the consequences of the conflict in Ukraine for the global fashion market As the global fashion industry will change in the coming years // RBC Business News. – 2022. – December 5th. – [Electronic document]: URL: <https://www.rbc.ru/business/05/12/2022/5388827b9a7947f34fde35a3?ysclid=lue5a0cxy3330574275> (accessed: 30.03.2024).

In 2023, clothing sales in Russia increased by 7.5% and reached 1.8 billion units. // RBC Research Store. – 2024. – February 20th. – [Electronic document]: URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14557/?ysclid=lu5jeyd7s3472532741> (accessed: 30.03.2024).

Vorobyova E. (2023) From Zara to Gucci: three ways to buy clothes and accessories of bygone brands // RBC Style. – October 11th. – [Electronic document]: URL: <https://style.rbc.ru/items/55251b4f9a794752f40d4ce5?ysclid=lu5jrtdwe942377359> (accessed: 30.03.2024).

Vorobyova E. (2022) The withdrawal of the international giants of the fashion industry from the market is not a reason to panic // RBC Style. – October 25th. – [Electronic document]: URL: <https://style.rbc.ru/items/535577459a7947570585f304?ysclid=lu5jm7w5ov555929579> (accessed: 30.03.2024).

Sales of Russian clothing manufacturers increased by 19% in 2023 // Sostav. – 2023. – August 30. – [Electronic document]: URL: <https://www.sostav.ru/publication/prodazhi-rossijskogo-fashion-ritejla-vyrosli-na-19-v-2023-godu-52818.html?ysclid=lu505uqtue587521315> (accessed: 30.03.2024).

Fashion-retail market in 2022: is there life after Zara // Delovoy Profil Expanding horizons. – 2022. – May 12th. – [Electronic document]: URL:

<https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rynok-fashion-retail-v-2022-godu-est-li-zhizn-posle-zara/?ysclid=lu5zgvs5u3578718572> (accessed: 30.03.2024).

**Рейн Вероника Владиславовна,**

*журналист*

*Ленинградская областная телекомпания,*

*[Rein.veronica@yandex.ru](mailto:Rein.veronica@yandex.ru)*

## **ПОСЛЕДСТВИЯ «ЗЕЛеноЙ СДЕЛКИ» И САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ ЕС: ПАДЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ И МАССОВЫЕ ПРОТЕСТЫ АГРАРИЕВ**

### **Аннотация**

В работе рассмотрены причины протеста аграриев стран Евросоюза против новой аграрной политики, которая основывается на приоритете «Зеленой экономики», массовым антироссийским санкциям и проукраинской политике, которые привели к огромным экономическим потерям, в том числе и в аграрном секторе, повышению цен на сельхозпродукцию и демпингу со стороны украинских поставщиков. Также, в статье рассматривается реакция властей Евросоюза.

**Ключевые слова:** экономика ЕС, фермерство, экология, аграрная политика ЕС, «Зеленная сделка», экономические санкции, продовольственное эмбарго, протесты фермеров.

**RePEc:Q18**

**УДК 338.22**

**Rein Veronika,**

*Journalist*

*Leningrad Regional Television Company, ,*

[Rein.veronika@yandex.ru](mailto:Rein.veronika@yandex.ru)

**THE CONSEQUENCES OF THE "GREEN DEAL" AND SANCTIONS  
POLICY FOR THE EU ECONOMY: A DROP IN EFFICIENCY AND MASS  
PROTESTS BY FARMERS**

**Abstract**

The paper examines the reasons for the protest of farmers in the European Union against the new agrarian policy, which is based on the priority of the "Green Economy", massive anti-Russian sanctions and pro-Ukrainian policy, which led to huge economic losses, including in the agricultural sector, higher prices for agricultural products and dumping by Ukrainian suppliers. The article also examines the reaction of the EU authorities.

**Keywords:** EU economy, farming, ecology, EU agricultural policy, "Green Deal", economic sanctions, food embargo, farmers' protests.

**RePEc:Q18**

**УДК 338.22**

УДК 338.22

**Рейн Вероника Владиславовна,**

*журналист*

*Ленинградская областная телекомпания,*

[Rein.veronica@yandex.ru](mailto:Rein.veronica@yandex.ru)

**ПОСЛЕДСТВИЯ «ЗЕЛеноЙ СДЕЛКИ» И САНКЦИОННОЙ  
ПОЛИТИКИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ ЕС: ПАДЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
И МАССОВЫЕ ПРОТЕСТЫ АГРАРИЕВ**

**Rein Veronika,**

*Journalist*

*Leningrad Regional Television Company, ,*

[Rein.veronica@yandex.ru](mailto:Rein.veronica@yandex.ru)

**THE CONSEQUENCES OF THE "GREEN DEAL" AND SANCTIONS  
POLICY FOR THE EU ECONOMY: A DROP IN EFFICIENCY AND MASS  
PROTESTS BY FARMERS**

**Введение.** Сельское хозяйство всегда являлось и будет являться стратегически важной отраслью, от которой зависит обеспечение продовольственной безопасности страны, а также уровень жизни населения. До недавнего времени сельское хозяйство Евросоюза активно поддерживалось государством. Реформа единой сельскохозяйственной политики ЕС 2020 года привела к недовольству фермеров, что выразилось в акциях протеста.

Протесты фермеров захватывают одну страну Европейского Союза за другой и наносят ущерб экономике, внутренним социальным проектам, а также приводят к ещё большему росту стоимости жизни в странах, которые

оказались охвачены волной недовольств и пытаются справиться с их последствиями.

Акции происходят в странах Европейского договора на фоне энергетического кризиса, антироссийских санкций и СВО, а также последствий коронавирусных ограничений, что не дает экономике ЕС не просто оправиться, но и начать борьбу с инфляцией, которую так старательно продвигали политики в Брюсселе еще несколько лет назад.

***Основные причины для протестов аграриев.*** Основной целью данной работы является проведение анализа влияния забастовок и протестов аграриев на экономику и выявление причин, которые привели к протестам и какие меры могут быть приняты для улучшения экономической ситуации, в том числе при помощи снятия санкций с РФ.

В данной статье будут рассмотрены несколько причин, которые привели к протестам европейских аграриев и то, насколько сильно они повлияли на экономику отдельных стран ЕС, а также исследована роль почти двух лет выступлений фермеров в странах Союза на изменение политики ЕС в отношении сельскохозяйственного сектора.

Здесь мы постараемся разобраться в том, почему правительства идут на невыгодные для стран, граждан и фермеров политические решения вместо того, чтобы укреплять и наращивать благосостояние сельскохозяйственного сектора, совмещая это с внедрением новых идей и технологий.

Причин для начала протестов у фермеров много и они разнятся от страны к стране. Акции происходят практически одновременно в разных городах на протяжении уже многих месяцев и собирают огромное количество участников. Властям очень дорого обходится борьба с последствиями, однако идти на встречу аграриям они не торопятся.

Началось все с желания властей переориентировать ЕС на «Зеленый курс» и достичь климатической нейтральности к 2050 году. [1] «Хотя применение

зеленых технологий имеет научную основу, многие проекты вызывают массу проблем, причем как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективах». [2] «Европейская зеленая сделка» была принята в 2019 году и уже в 2020 был принят первый закон «О климате», который и привел к первым недовольствам у западноевропейских фермеров.

Согласно этому закону, к 2030 году страны Союза обязаны снизить долю парниковых выбросов в атмосферу на 55% по отношению к 1990 году, а к 2050 необходимо обеспечить углеродную нейтральность, стать независимыми от невозобновляемых источников энергии, то есть отказаться от нефти и газа.

Брюсселю эта задача показалась не слишком трудной, поэтому появилось разъяснение, что вредные выбросы в атмосферу не сводятся только к углеводородам, по их мнению, 15% или более приходится на скотоводство, то есть фермерам необходимо сократить поголовье скота.

Фермеры также должны на четверть сократить использование химических удобрений, не считая еще и тех, которые перестали поставляться в ЕС из-за санкций против РФ, вдвое сократить использование антибиотиков, перестроить загоны для скота, если они неэкологичные, сократить площадь возделываемых земель для восстановления экосистемы естественной природы.

Последствия сельскохозяйственный сектор ощутил очень быстро, так, например, фонд дотаций ЕС «Единая сельскохозяйственная политика», на который Европейский союз выделяет почти половину всего своего бюджета изменил правила доступа к средствам.

Еще одной из причин стало то, что после начала специальной военной операции России на Украине в 2022 году произошел энергетический кризис, который привел к сильному росту цен на топливо, и введение антироссийских санкций, которые повлияли на цены на удобрения, повысив

их почти на 90%. [6] В совокупности это стало причиной роста себестоимости агропродукции на внутренних рынках.

Кроме того, после начала СВО для поддержки Украины Евросоюз отменил квоты и пошлины на ввоз в европейские страны ее агропродукции, что привело к резкому увеличению ее количества и своего рода демпингу цен, что отразилось на местных фермерах в восточной и центральной Европе.

Четвертой причиной начала протестов стала борьба с инфляцией и принимаемые Брюсселем меры. В результате новых мер по снижению инфляции закупочные цены на продукцию фермеров к концу 2023 года упали на 9% с учетом продолжающегося роста цен на топливо и стоимости жизни.

Власти стран ЕС активно поддерживали фермеров с момента окончания Второй Мировой войны, чтобы восполнить послевоенные нужды и избежать кризиса продовольствия. У аграриев были гарантированные рынки сбыта, субсидии, скидки на топливо, льготы по налогам и т.д.

Правительства стран выделяли из фонда Единой сельскохозяйственной политики по 55 млрд. евро в год на субсидии для фермеров, Однако из-за бюджетных дефицитов стран-членов ЕС принял решение сокращать поддержку, включая дотации на топливо и льготы по налогообложению.

Как считают в Брюсселе, их усилия направлены на укрупнение ферм, однако это лишь приводит к низкой рентабельности сельского хозяйства, делает небольшие фермы убыточными, а большие производства загоняют в долги, с которыми им трудно справиться. [7-9]

Обострились протесты именно из-за решений властей в конце 2023. Если разобраться в проблемах отдельных стран, то важно отметить, что на сегодняшний день фермерские бунты происходят в ФРГ, Польше, Греции, Словакии, Франции, Испании, Португалии, Венгрии, Румынии, Италии, Чехии, Литве, Латвии, Бельгии, Нидерландах, Швейцарии. [3, 4]

В Бельгии фермеры 1 февраля 2024 года блокировали штаб-квартиру

Еврокомиссии более чем 1500 тракторами с горящими баррикадами и забросали парламент ЕС яйцами и камнями. [15] Фермеры критиковали чрезмерную бюрократию, льготы и соглашение между ЕС и «Меркосур». [7, 8, 16] 26 февраля начались поджоги и столкновения с полицией. [9]

Во Франции фермеры проводят демонстрации за увеличение стоимости своей продукции. [17, 18] Габриэль Атталь пообещал отменить налог на сельскохозяйственное дизельное топливо, оказать экстренную помощь фермерам, пострадавшим от ураганов, и органическому сельскому хозяйству, помочь виноградным хозяйствам, страдающим от перепроизводства, и отменить бюрократические правила. Арно Руссо, глава крупнейшего сельскохоз профсоюза Франции, пояснил, что были учтены лишь некоторые из 122 (140) требований фермеров. [19, 20]

Поводом для протестов фермеров в ФРГ послужило решение кабинета немецкого канцлера Олафа Шольца сократить налоговые субсидии для фермеров в конце 2023 года. Также фермеры требуют вернуть льготы на сельскохозяйственный дизель и освобождения от налога на транспортные средства. [24]

Итальянские фермеры протестуют против планов по сокращению посевных площадей в Эмилии-Романье, Умбрии и Сицилии. Согласно планам правительства, фермеры должны оставить кукурузные и пшеничные поля под паром.[21] Фермеры перекрыли в феврале улица Рима и требовали встречи с с премьер-министром Джорджией Мелони.[22]

В Латвии фермеры требуют прекращения экспорта российского зерна в ЕС. Они также требовали сокращения бюрократии и снижения НДС на фрукты и ягоды местного производства. [23]

Польские фермеры протестуют против сельскохозяйственной политики ЕС с 2023 года. 9 февраля 2024 года были заблокированы пограничные переходы на Украину, чтобы привлечь внимание к последствиям импорта зерна. В 2023

году цены на зерно в Польше упали на 40%. Также против украинского зерна и демпинга цен выступает Румынский сельхозсектор.

Испанские фермеры требовали справедливых цен производителей, сохранения льготного налога на сельскохозяйственное дизельное топливо, ужесточения контроля за импортом из стран, не входящих в ЕС, и сокращения бюрократии.

Таким образом, зелёная повестка, сельскохозяйственная реформа, повлекшая за собой отмену субсидий и программ, высокие цены на топливо и удобрения из-за санкций, низкая цена ввозимых продуктов, снижение закупочных цен на продукцию местных фермеров привели к недовольству. Невозможность договориться с правительством вылилась в протесты. С 2023 года фермеры объединяются и выезжают в крупные города, где устраивают протестные акции, перекрывают дороги, выбрасывают из фур импортные продукты и сливают в канавы масло или вино.

Беспорядки, которые устраивают разозленные нововведениями фермеры негативно влияют на работу транспортного сектора, отвечающего за перевозки и доставку, что приведет к остановке цепочки поставок и повлияет на экономику региона в целом и разрушая сельскохозяйственную структуру ЕС.

Демонстрации с высыпанием натуральных удобрений на администрации городов, столкновения с полицией, общенациональные забастовки, перекрытия трасс, пробки на дорогах и массовые протесты также будут иметь серьезные последствия для торгового и производственного сектора в странах ЕС.

С каждой неделей участники протестных акций становятся все агрессивнее, они целенаправленно атакуют портовые районы с целью нарушить работу логистической инфраструктуры, что повлияет на портовую деятельность и опять же цепочки поставок.

Кроме того, летом и осенью 2023 года Европе пришлось бороться с огромным ущербом, нанесенным лесам и посевам из-за наводнений и лесных пожаров. В результате многие фермеры потеряли скот и урожай, а также понесли серьезные финансовые потери.

Так как Европа на момент начала протестов еще не оправилась от экономических последствий катаклизмов, то фермеры своими действиями еще больше усугубили проблемы, не только обременяя пострадавшую экономическую инфраструктуру, но и сводя к минимуму возможность восстановления сельскохозяйственной отрасли отдельных регионов. Длительные демонстрации аграриев могут не только вызвать упадок национального экономического ландшафта, но и повлиять на экономику на уровне всего ЕС.

Желание ослабить экономику России вылилось в 13 пакетов санкций, сокращение поставок агропродукции на 50% и ответного ограничения поставок азотных удобрений из РФ. [7, 8] Однако больше этого пострадала сельскохозяйственная отрасль ЕС.

Как уже заявляла глава Европейского центрального банка Кристин Лагард: «Ближайшие экономические перспективы для еврозоны ухудшились <...> Экономика Еврозоны продолжит оставаться слабой в краткосрочной перспективе». [12]

Из этого следует вывод, что Евросоюзу необходимо прийти к соглашению между правительствами стран договора, а также профсоюзами, чтобы обеспечить справедливые цены для фермеров и не отнимать у них все льготы, чтобы переход к зеленой экономике был плавным и устойчивым.

Масштаб фермерских протестов позволяет говорить о системных проблемах в Европейском союзе. Причем, хоть протесты и проходят уже в течение года, но последние и самые активные его фазы происходят накануне грядущих выборов в Европарламент.

Это может негативно сказаться на лидерах ведомства, которые активно внедряют зеленую повестку в свои программы, а также может заставить их отказаться от определенных мер или выставить в еще более невыгодном свете саму «зеленую линию» правительства.

В прошлом месяце, например, глава Еврокомиссии Урсула фон дер Ляйен уже попыталась отстоять свое место перед выборами. Она участвовала в подписании Европейской промышленной сделки, в которой участвуют тысячи компаний, ассоциаций и профсоюзов, и которая предусматривает ослабление бюрократических проволочек и повышает финансирование «чистых» проектов. [5] Но пока никакого эффекта замечено не было и протесты не прекратились.

В качестве самой заметной реакции Еврокомиссия уже объявила, что хочет отменить требование, согласно которому 4% сельскохозяйственных земель в Европе должны оставаться неиспользованными или под паром. [3] 6 февраля 2024 года Комиссия ЕС отозвала постановление о пестицидах в ответ на протесты [4].

Также проблемы в ЕС открывают дорогу для конкурентов из США, например, с такой точки зрения можно рассмотреть американский Закон о снижении инфляции (IRA, 2022), который предлагает налоговые льготы и поддержку бизнесу, участвующему в «Зеленой сделке», уже переманивший европейские компании и производство в США. Таким образом компании будут вынуждены делать инвестиции не в европейскую, а в американскую экономику, причиняя ЕС еще больший вред.

**Заключение:** Таким образом, после проведенного исследования, подтверждается значительное влияние протестов фермеров на экономику ЕС. Мы видим ослабленную «зеленым пактом», протестами и поддержкой воюющих стран, коронавирусом, а также своими же санкциями экономику всех 27 стран Европейского Союза.

Как следует из статьи, протесты аграриев могут привести к снижению

производства сельскохозяйственной продукции, увеличению цен на продукцию и услуги, а также созданию нестабильности на рынке. В случае, если все фермеры из разных стран объединятся, то это может привести к более жесткому противостоянию и более серьезным последствиям для инфраструктуры.

Соответственно, правительствам необходимо принять определенные меры и разработать стратегии, которые помогут предотвратить потенциальные кризисные ситуации, вызванные протестами сообщества фермеров в ЕС, и обеспечить устойчивое развитие сельского хозяйства и экономики. В таких серьезных ситуациях власти должны выдвигать новые инициативы, которые помогут отвечать на актуальные вызовы, а не ухудшит еще больше ситуацию, как происходит с «Зеленой сделкой».

Сейчас Европейское правительство должно прислушаться к фермерам и облегчить свои запреты, чтобы американские или китайские корпорации не смогли захватить весь сельскохозяйственный сектор.

Дальнейшие исследования в этой области могут помочь выявить оптимальные подходы к управлению конфликтами с фермерскими сообществами и минимизации их негативного влияния на рынок, потребителей и европейскую экономику в целом.

## **Библиография**

1. Gollin D., Hansen C. W., Wingender A.M. Two Blades of Grass: The Impact of the Green Revolution // *Journal of Political Economy*. – 2021. – Vol. 129 (8). – P. 2344-2384.
2. Зеленая экономика vs экономическая безопасность: расстановка приоритетов на пути к устойчивому развитию / Р.А. Алиаскаров, Ж.А. Алиаскарова, В.Ю. Пашкус, Р.А. Касаев // *Известия МААО*. – 2023. – Вып. 64. – С. 78-83. EDN: FDFR XR

3. Merkur: Европейская комиссия хочет сделать для фермеров исключение из экологических правил. 31 января 2024. – [Электронный документ]: <https://www.merkur.de/wirtschaft/eu-kommission-will-ausnahme-bei-umweltregel-fuer-bauern-zr-92806482.html> (дата обращения: 03.05.2024).
4. ЕС отменяет закон о пестицидах после протестов фермеров // Tagesschau.de. – 2024. – 6 февраля. – [Электронный документ]: <https://www.tagesschau.de/ausland/europa/eu-kommission-bauernproteste-pestizidgesetz-100.html> (дата обращения: 03.05.2024).
5. Европейский бизнес уловил страшную сущность «Зеленой сделки» // Монокль. – 2024. – 5 апреля. – [Электронный документ]: <https://monocle.ru/2024/04/5/evropeyskiy-biznes-ulovil-strashnuyu-suschnost-zelenoy-sdelki/> (дата обращения: 03.05.2024).
6. Почему фермеры вышли на протесты по всей Европе // Известия. – 2024. – 3 февраля. – [Электронный документ]: <https://iz.ru/1643158/dmitrii-migunov/prosto-vily-pochemu-fermery-vyshli-na-protesty-po-vsei-evrope> (дата обращения: 03.05.2024).
7. Россия в январе 2024 года почти вдвое сократила, по сравнению с декабрем, поставки зерна в ЕС // РИА Новости. – 2024. – 20 марта. – [Электронный документ]: <https://ria.ru/20240320/zerno-1934366967.html> (дата обращения: 03.05.2024).
8. Минпромторг РФ предложил продлить квоты на экспорт удобрений до 30 ноября // Интерфакс. – 2024. – 27 марта. – [Электронный документ]: <https://www.interfax.ru/russia/952805> (дата обращения: 03.05.2024).
9. Why are farmers protesting across the EU and what can the bloc do about it? // The Guardian. 2024. – 2 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.theguardian.com/environment/2024/feb/02/why-are-farmers-protesting-across-the-eu-and-what-can-the-bloc-do-about-it> (дата обращения: 03.05.2024).
10. Farmers' protests have erupted across Europe. Here's why // CNN. – 2024. – 3 Feb. – [Электронный документ]: <https://edition.cnn.com/2024/02/03/europe/>

- [europe-farmers-protests-explainer-intl/index.html](https://www.aljazeera.com/opinions/2024/2/25/farmers-protests-in-europe-and-the-deadend-of-neoliberalism) (дата обращения: 03.05.2024).
11. Farmers 'protests in Europe and the deadend of neoliberalism // Al Jazeera. – 2024. – 25 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.aljazeera.com/opinions/2024/2/25/farmers-protests-in-europe-and-the-deadend-of-neoliberalism> (дата обращения: 03.05.2024).
  12. Глава ЕЦБ сообщила об ухудшении экономических перспектив еврозоны // РИА Новости. – 2023. – 27 июля. – [Электронный документ]: <https://ria.ru/20230727/evrozona-1886679397.html> (дата обращения: 03.05.2024).
  13. Die Zeit, DPA, AP, Reuters, AFP, Mathis Gann: EU-Agrarpolitik: In diesen Ländern protestieren die Landwirte // Die Zeit. – 2024. – 31 Jan. – [Электронный документ]: – [Электронный документ]: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2024-01/bauern-proteste-eu-agrarpolitik-europa-bruessel-berlin> (дата обращения: 03.05.2024).
  14. Bauern auf den Barrikaden: Warum Landwirte in Europa protestieren. // Jungewelt. – 2024. – 31 Jan. – [Электронный документ]: <https://www.jungewelt.de/artikel/468450.bauernproteste-in-europa-eier-aufs-eu-parlament.html> (дата обращения: 03.05.2024).
  15. Bauernproteste in Europa: Eier aufs EU-Parlament // Jungewelt . – 2024. – 1 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.jungewelt.de/artikel/468450.bauernproteste-in-europa-eier-aufs-eu-parlament.html> (дата обращения: 03.05.2024).
  16. Peter Laufmann: Bauernprotest in Belgien: Traktoren legen Brüssel lahm (1 Feb. 2024). – [Электронный документ]: <https://www.agrarheute.com/politik/bauernprotest-belgien-traktoren-legen-bruessel-lahm-615984> (дата обращения: 03.05.2024).
  17. Colère des agriculteurs: les images des mobilisations en France // Le Figaro. – 2024. – 23 Jan. – [Электронный документ]: <https://www.lefigaro.fr/actualite->

[france/colere-des-agriculteurs-les-images-des-mobilisations-en-france-20240123](#) (дата обращения: 03.05.2024).

18. Europaweite Bauernproteste – Erste Festnahmen in Frankreich // Euronews. – 2024. – 31 Jan. – [Электронный документ]: <https://de.euronews.com/2024/01/31/europa-bauernproteste-festnahmen-frankreich> (Date of request: 27.05.2024) (дата обращения: 03.05.2024).
19. Proteste in Frankreich: Bauern ziehen am Montag nach Paris // FAZ.net – 2024. – 28 Jan. – [Электронный документ]: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/proteste-in-frankreich-bauern-ziehen-am-montag-nach-paris-19480025.html> (Дата обращения: 03.05.2024)
20. Birgit Holzer: Bauernproteste in Frankreich: Landwirte gehen auf die Barrikaden und wollen Paris „belagern“. (29 Jan. 2024) // <https://www.rnd.de/politik/bauernproteste-in-frankreich-landwirte-gehen-auf-die-barrikaden-und-wollen-paris-belagern-MZSJGQV6IZFF5GDDCQTANZE2TI.html> (дата обращения: 03/05/2024).
21. Peter Laufmann: Bauern auf der Straße: Protest in Frankreich, Belgien und Italien. (30 Jan. 2024) – [Электронный документ]: <https://www.agrarheute.com/politik/bauern-strasse-protest-frankreich-belgien-italien-615894> (дата обращения: 03.05.2024).
22. Landwirte protestieren in Italien, Spanien und Polen gegen EU-Politik // Die Zeit. 2024. – 9 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2024-02/proteste-bauern-italien-spanien-polen> (дата обращения: 03.05.2024).
23. Bauernproteste in Italien, Spanien, Bulgarien, Lettland und den Niederlanden. Der Standard 2024. 6 февраля . – [Электронный документ]: <https://www.derstandard.de/story/3000000206232/italiens-landwirte-belagern-rom> (дата обращения: 03.05.2024).
24. Пресс-релиз DBV по акции 8 января 2024. – [Электронный документ]: <https://www.bauernverband.de/presse-medien/pressemitteilungen/pressemitteilung/landwirtschaft-und->

[transportgewerbe-demonstrieren-gemeinsam-ab-8-januar](#) (Дата обращения:  
03.05.2024)

## References

Gollin D., Hansen C. W., Wingender A.M. Two Blades of Grass: The Impact of the Green Revolution // Journal of Political Economy. – 2021. – Vol. 129 (8). – P. 2344-2384.

Green economy vs economic security: prioritization on the path to sustainable development / R.A. Aliaskarov, J.A. Aliaskarova, V.Y. Pashkus, R.A. Kasaev // Izvestiya MAAO. – 2023. – Issue 64. – pp. 78-83. EDN: FDFRXX

Merkur: The European Commission wants to make an exception to environmental regulations for farmers. January 31, 2024. – [Electronic document]: <https://www.merkur.de/wirtschaft/eu-kommission-will-ausnahme-bei-umweltregel-fuer-bauern-zr-92806482.html> (Date of request: 03.05.2024)

EU repeals pesticide law after farmers protest // Tagesschau.de . – 2024. – February 6th. – [Electronic document]: <https://www.tagesschau.de/ausland/europa/eu-kommission-bauernproteste-pestizidgesetz-100.html>(Date of request: 03.05.2024)

European business has caught the terrible essence of the "Green Deal" // Monocle. – 2024. – April 5th. – [Electronic document]: <https://monocle.ru/2024/04/5/yeuropeyskiy-biznes-ulovil-strashnuyu-suschnost-zelenoy-sdelki/> (Date of request: 03.05.2024)

Why farmers went to protests all over Europe // Izvestia. – 2024. – February 3. – [Electronic document]: <https://iz.ru/1643158/dmitrii-migunov/prosto-vily-pochemu-fermery-vyshli-na-protesty-po-vsei-evrope> (Date of request: 03.05.2024)

In January 2024, Russia almost halved grain supplies to the EU compared to December // RIA Novosti. – 2024. – March 20<sup>th</sup> . – [Electronic document]: <https://ria.ru/20240320/zerno-1934366967.html> (Date of request: 03.05.2024)

The Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation proposed to extend quotas for the export of fertilizers until November 30 // Interfax. – 2024. – March

27. – [Electronic document]: <https://www.interfax.ru/russia/952805> (Date of request: 03.05.2024)

Why are farmers protesting across the EU and what can the bloc do about it? // The Guardian. 2024. – 2 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.theguardian.com/environment/2024/feb/02/why-are-farmers-protesting-across-the-eu-and-what-can-the-bloc-do-about-it>

Farmers 'protests have erupted across Europe. Here's why // CNN. – 2024. – 3 Feb. – [Электронный документ]: <https://edition.cnn.com/2024/02/03/europe/europe-farmers-protests-explainer-intl/index.html>(Date of request: 03.05.2024),

Farmers 'protests in Europe and the deadend of neoliberalism // Al Jazeera. – 2024. – 25 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.aljazeera.com/opinions/2024/2/25/farmers-protests-in-europe-and-the-deadend-of-neoliberalism> (Date of request: 03.05.2024)

The head of the ECB reported on the deterioration of the economic prospects of the eurozone // RIA Novosti. – 2023. – July 27. – [Электронный документ]: <https://ria.ru/20230727/evrozona-1886679397.html> (Date of request: 03/05/2024)

Die Zeit, DPA, AP, Reuters, AFP, Mathis Gann: EU-Agrarpolitik: In diesen Ländern protestieren die Landwirte // Die Zeit. – 2024. – 31 Jan. – [Электронный документ]: – [Электронный документ]: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2024-01/bauern-proteste-eu-agrarpolitik-europa-bruessel-berlin> (Date of request: 03.05.2024)

Bauern auf den Barrikaden: Warum Landwirte in Europa protestieren. // Jungewelt. – 2024. – 31 Jan. – [Электронный документ]: <https://www.jungewelt.de/artikel/468450.bauernproteste-in-europa-eier-aufs-eu-parlament.html>

Bauernproteste in Europa: Eier aufs EU-Parlament // Jungewelt . – 2024. – 1 Feb. – [Электронный документ]: <https://www.jungewelt.de/artikel/468450.bauernproteste-in-europa-eier-aufs-eu-parlament.html> (Date of request: 03.05.2024)

Peter Laufmann: Bauernprotest in Belgien: Traktoren legen Brüssel lahm (1 Feb. 2024). – [Электронный документ]: <https://www.agrarheute.com/politik/bauernprotest-belgien-traktoren-legen-bruessel-lahm-615984> (Date of request: 03.05.2024)

Colère des agriculteurs: les images des mobilisations en France // Le Figaro. – 2024. – 23 Jan. – [Электронный документ]: <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/colere-des-agriculteurs-les-images-des-mobilisations-en-france-20240123> (Date of request: 03.05.2024)

Europaweite Bauernproteste – Erste Festnahmen in Frankreich // Euronews. – 2024. – 31 Jan. – [Электронный документ]: <https://de.euronews.com/2024/01/31/europa-bauernproteste-festnahmen-frankreich> (Date of request: 03.05.2024)

Proteste in Frankreich: Bauern ziehen am Montag nach Paris // FAZ.net – 2024. – 28 Jan. – [Электронный документ]: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/proteste-in-frankreich-bauern-ziehen-am-montag-nach-paris-19480025.html> (Date of request: 03.05.2024)

Birgit Holzer: Bauernproteste in Frankreich: Landwirte gehen auf die Barrikaden und wollen Paris „belagern“. (29 Jan. 2024) // <https://www.rnd.de/politik/bauernproteste-in-frankreich-landwirte-gehen-auf-die-barrikaden-und-wollen-paris-belagern-MZSJGQV6IZFF5GDDCQTANZE2TI.html> (Date of request: 03.05.2024)

**Чжоу Юйхань,**

*студент 2 курса магистратуры , экономический ф-т,*

*СПбГУ*

*[st106403@student.spbu.ru](mailto:st106403@student.spbu.ru)*

## **СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ**

### **Аннотация**

В работе рассматривается социальная политика в Новой экономике, показано, что Новая экономика изменяет современную экономическую реальность и требует новых подходов к регулированию социальной сферы. Автор, рассматривая рынок труда обращает внимание на возникающие там проблемы, связанные с изменением текущей ситуации после пандемии коронавируса и санкционного противостояния между Россией и коллективным Западом.

**Ключевые слова:** социальная политика, Новая экономика, цифровизация, глобализация, неравенство, цифровое неравенство, рынок труда.

**RePEc:** I21, H52

**УДК** 338.22

**Zhou Yuhan,**

*2nd year Master's student*

*St. Petersburg State University, Faculty of Economics*

*[st106403@student.spbu.ru](mailto:st106403@student.spbu.ru)*

## **SOCIAL POLICY IN THE NEW ECONOMY: FEATURES AND PROBLEMS**

### **Abstract**

The paper examines social policy in the New Economy, shows that the New Economy is changing the modern economic reality and requires new approaches to regulating the social sphere. Considering the labor market, the author draws attention to the problems arising there related to the change in the current situation after the coronavirus pandemic and the sanctions confrontation between Russia and the collective West.

**Keywords:** social policy, New economy, digitalization, globalization, inequality, digital inequality, labor market.

**RePEc:** I21, H52

**УДК** 338.22

УДК 338.22

**Чжоу Юйхань,**

*студент 2 курса магистратуры , экономический ф-т,*

*СПбГУ*

[\*st106403@student.spbu.ru\*](mailto:st106403@student.spbu.ru)

## **СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ**

**Zhou Yuhan,**

*2nd year Master's student*

*St. Petersburg State University, Faculty of Economics*

[\*st106403@student.spbu.ru\*](mailto:st106403@student.spbu.ru)

## **SOCIAL POLICY IN THE NEW ECONOMY: FEATURES AND PROBLEMS**

Реформа социальной политики стоит на повестке дня повсюду: в промышленно развитых странах Запада, в развивающихся странах и в странах с переходной экономикой Центральной и Восточной Европы и бывшего Советского Союза. Причины и аргументы для этого многочисленны (и кризисная ситуация в странах ЕС, демографические проблемы, кардинальные изменения в экономике и др.). В связи с этим проблемы социальной политики в современной экономической реальности – в Новой экономике сегодня являются крайне актуальной темой.

Что такое Новая экономика? Как утверждают Наталия А. Пашкус и Вадим Ю. Пашкус, «Новая экономика – это та же экономическая система, та же внешняя среда для компании, то же бизнес-пространство, в котором функционируют и развиваются различные фирмы, но характеризующееся

некоторыми весьма интересными, своеобразными и ранее не проявлявшимися столь отчетливо признаками». [8] Кьел А. Нордмтрем и Йонас Риддерстале, добавляют: «настала эпоха, в которой все решают талант и время» [7]. И, наконец, по мнению Жамили А. Алиаскаровой, «успех бизнеса сегодня напрямую зависит от способности предприятия поддержать креативных людей, направить их интеллектуальную деятельность в нужном направлении и взять на вооружение их идеи». [2] Понятно, что в такой экономике меняются не только применяемые инструменты, но и сама социальная политика.

***Особенности социальной политики в современной экономике.*** Рассмотрим в Новой экономике особенности социальной политики:

- ✓ во-первых, как уже было сказано, происходит быстрее развитие технологий и увеличивается доля высокотехнологичных сфер в ней. Государство должно регулировать социальную защиту и следить за тенденциями на рынке, чтобы адаптировать политику к новым условиям. [11] Следить за развитием экономики, что предполагает и пристальное наблюдение за тенденциями в высокотехнологичных отраслях, которые могут привести к перераспределению работающих и созданию новых рабочих мест. [6] Государству необходимо отслеживать: инновации и новейшие технологии в мире, проводить мониторинг в изменениях связанных поведением потребителей, исследовать тенденции на рынке занятости. Данный анализ тенденций будет способствовать обеспечению лучшей социальной защиты и быстрее адаптироваться к изменениям, связанным с развитием Новой экономики;
- ✓ во-вторых, появляются новые формы занятости, к примеру удаленная работа или так называемый фриланс, работники которого имеют обязательства перед работодателям без договора или по временным договорам. В реалиях Новой экономики необходима

- новые меры социальной защиты, чтобы люди, работающие в этих сферах, чувствовали моральную и материальную поддержку;
- ✓ в-третьих, в Новой экономике улучшается доступность образования, в том числе и для подготовки современных рабочих кадров. В новых реалиях экономики требует от сотрудников большей квалификации и самоотдачи, чем традиционная экономика. «В условиях Новой экономики "предприятие = люди, работающие в предприятии"». [2] С учетом это социальная политика должна поддерживать такими мерами как: повышение квалификации, переподготовка кадров в технологических сферах. Это необходимо для того, чтобы люди могли иметь возможность менять сферу деятельности и иметь возможность получать более высокую заработную плату;
  - ✓ в-четвертых, появляются более адаптивные социальные программы, которые появляются благодаря новым формам занятости и изменениям, связанным с пертурбацией в экономической структуре. Именно поэтому политику необходимо адаптировать к изменениям в экономике, к примеру, классические программы социальной поддержки, можно заменить переподготовкой кадров в новых индустриях, где существует их дефицит;
  - ✓ в-пятых, в условиях Новой экономики ухудшается ситуация, связанная с неравенством между слоями населения. Неравенство проявляется в денежном виде и в виде доступа людей к интеллектуальным благам и в виде «цифрового неравенства». [3] Социальная политика в данном случае должна быть направлены на защиту бедных и необразованных слоев населения с целью снизить порог неравенства;
  - ✓ в-шестых, развитие Новой экономики связано с цифровизацией, поэтому государство в социальной политике должно разработать новые механизмы ее реализации. К примеру, существует

цифровизация социальной сферы. Это значительно упрощает процесс получения социальных льгот, позволит эффективнее распределять социальные пособия. [10]

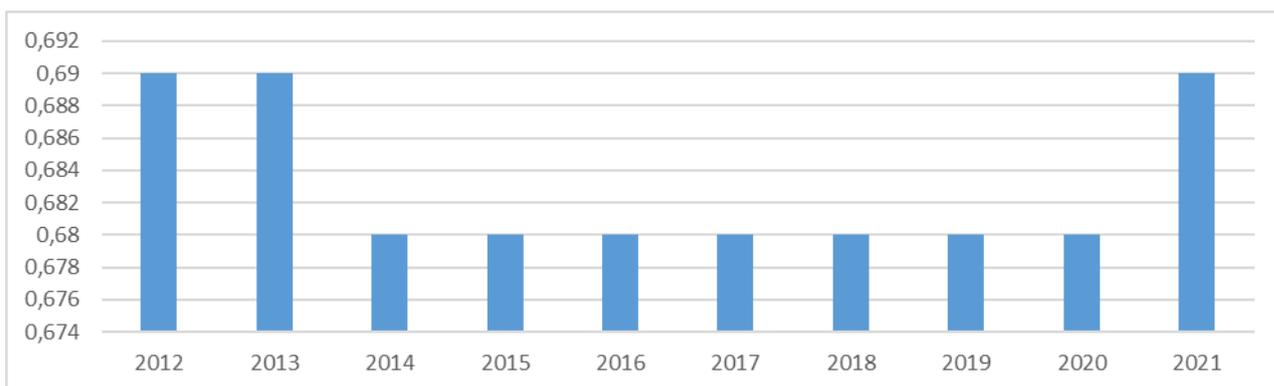
Из всего написанного следует, что государству необходимо проводить мониторинг тенденций в высокотехнологичных отраслях, а также на рынке занятости и в целом оценивать потребительское поведение. Это поможет адаптировать лучше социальную политику государству и улучшать социальную защиту. Также это позволит разрабатывать новые меры социальной поддержки и создавать гибкие социальные программы и в целом осуществлять цифровую трансформацию социальных механизмов.

Таким образом, автор пришел к выводу, что в рамках Новой экономики социальная политика должна ориентироваться в первую очередь на уровень жизни населения страны, который может резко измениться при влиянии внутри- или внешнеэкономических шоков. [11] В условиях технологической революции и процессов глобализации необходимо обеспечивать доступность к образованию, к переквалификации граждан, а также необходимо поддерживать малые и средние предприятия, так как именно этот бизнес поможет обеспечить высокую занятость и даже реализовать новые технологии. Главной задачей социальной политики является сокращение социальных различий между гражданами страны, борьба с бедностью, безработицей и конечно не стоит забывать про поддержку семей в стране. И в целом, социальная политика должна быстро адаптироваться в рамках Новой экономики, учитывая изменения в экономическом и социальном окружении, а также учитывать потребности граждан страны.

***Некоторые проблемы социальной политики в Новой экономике.*** Как и любая другая государственная политика социальная политика имеет свои проблемы и вызовы, ниже будут рассмотрены основные:

1. Проблемы социальной политики в Новой экономике сопряжены с увеличением неравенства в доходах у населения. Новейшие технологии, модели бизнеса, новые профессии чаще всего приводят к росту прибыли, к

увеличению доходов населения, в то время как существуют группы населения, которые остаются на достаточно низком уровне доходов и даже в условиях технологического прогресса и вовсе теряют свои рабочие места. Это в итоге приводит к конфронтации между слоями населения и усиливает социальную напряженность. На рис. 1., представлены данные, которые показывают степень расслоения в обществе за последние годы.



**Рис. 1. Мировой индекс Джини с 2012 по 2021 г.**

Составлено по: данным *The World Bank*.

Эти данные показывают, что в период с 2014 по 2020 гг. всемирный коэффициент Джини оставался стабильным на уровне 0,68, скачок произошёл в 2021 г. до 0,69. Именно в 2021 г. произошли серьезные технологические изменения во всем мире и смена приоритетов в экономике после пандемии 2019 г.

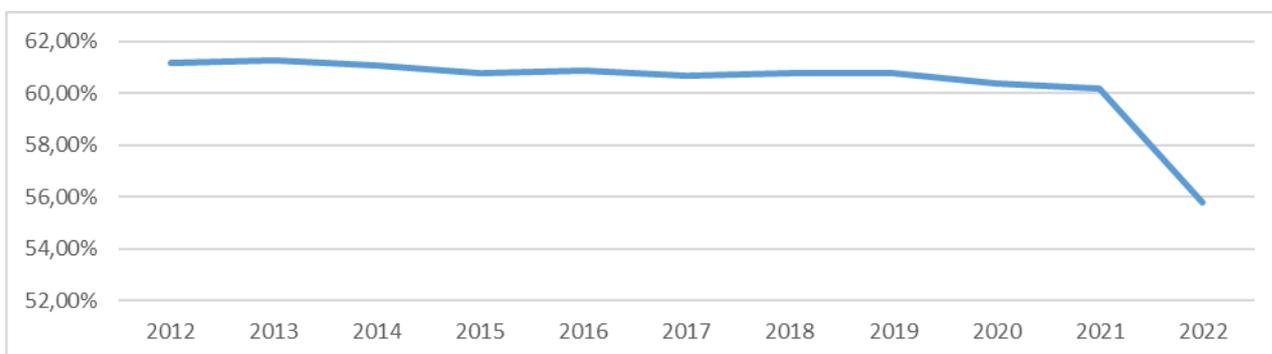
2. Дисбаланс между спросом и предложением рабочей силы, также является серьезной проблемой в социальной политике государств. Ускорение в развитии новых технологий приводит к созданию новых отраслей, которые требуют высококвалифицированных сотрудников. Создание новых отраслей приводит к сокращению традиционных отраслей, где работники имеют свой уровень квалификации. [13] Изменение в отраслях приводит изменению неравномерному между спросом и предложением в рабочей силе и как следствие изменяется уровень безработицы (см. рис 2).



**Рис. 2. Уровень безработицы, уровень занятости в мире, %**

Составлено по: данным официального сайта МОТ – *International Labour Organization*.

3. Также прослеживается непостоянство в занятости населения. Новая экономика характеризуется значительной долей временных рабочих мест. Непостоянство приводит к таким проблемам как: нестабильности доходов, отсутствию социальных гарантий. На рис. 3 представлены данные по наемным работникам в мире.



**Рис. 3. Доля наемных сотрудников в мире, %**

Составлено по: данным официального сайта МОТ – *International Labour Organization*.

Разумеется, увеличение доли наемных сотрудников не всегда сопряжено с появлением непостоянства в занятости. Непостоянство занятости связано также со сменой технологий, изменениями потребностей рынков и конечно с экономическими факторами, происходящими в стране. [14] Но точно можно сказать, что если количество наемных сотрудников падает, то растет число временно занятых, самозанятых и других. Ко всему прочему, снижение доли

наемных сотрудников также можно связать с автоматизацией процессов, роботизации производства, что приводит к увольнениям, а значит и падению числу наёмных сотрудников.

4. Изменения в системе социальных гарантий происходят каждый год, традиционные формы социальной защиты уменьшаются в условиях Новой экономики, вскоре, к примеру, известные нам государственные пенсии, вообще могут стать неэффективным инструментом поддержки. Так как в стране существует проблема дисбаланса между увеличением продолжительности жизни и снижением рождаемости, что может привести к дисбалансу между занятыми и пенсионерами, именно это создаст давление на пенсионные фонды и именно это может усложнить обеспечение стабильных пенсий. [5] В этом случае нужно будет придумать новые решения и новые модели.

5. Также существует проблема, связанная с финансирование социальной политики, точнее нехваткой финансирования. Экономическому развитию сопутствует и конкуренция между государствами. В таких реалиях власть может быть склонна к уменьшению расходов на социальные программы и отдавать предпочтения поддержке бизнес-инфраструктуры. К слову, в США существует такая проблема, так, например, программа Medicare, которая занимается медицинским обслуживанием инвалидов и пожилых людей, имеет дефицит в финансировании и в целом медицина с каждым годом в стране сильно дорожает. [13] В стране ко всему прочему существует проблема и государственной поддержкой программ, связанных с бедностью. Ярким примером недостатка в финансировании социальной политики является Индия, в стране очень много людей живут за чертой бедности, а государство не выделяет нужных средств, чтобы поддерживать эти уязвимые слои населения. [4]

6. Цифровая трансформация также может вызвать последствия в социальной сфере. Последствием воздействия цифровой трансформации на социальные отношения может быть улучшение доступности услуг и

возможностей для граждан, которые не имели к ним вообще никакого доступа. К примеру, с помощью цифровых технологий, сотрудники могут не ездить в офис, а вести встречи в онлайн, также можно получить удаленное обеспечение социальными благами такими как: здравоохранения, образования. Цифровая трансформация приводит к появлению и новых рабочих мест для неквалифицированного персонала – «доставщиков». [9] При массе плюсов цифровых технологий существуют и минусы, например, появился так называемый онлайн-буллинг, «пышным цветом» растет киберпреступность.

**Заключение.** Таким образом, проблемы социальной политики в Новой экономике существуют, и пока мало ни одно государство не смогло до конца приспособиться к новым экономическим условиям, скорее всего полная трансформация социальной политики произойдет не скоро. И в целом некоторые проблемы исчезают в Новой экономике, а некоторые такие как рост неравенства и разрыва между богатыми и бедными слоями населения только усугубляются. В Новой экономике рынок становится требовательней к квалификации сотрудников и появляются работники, которые не способны к конкуренции, что вызывает серьезный разрыв в заработной плате и как следствие это может привести человека на биржу труда.

## **Библиография**

1. Алиаскарова Ж.А. Новая экономика: новая реальность и мотивация потребителей // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2017. – Т. 8, Вып. 1. – С. 5-15. EDN: YMAAPD
2. Алиаскарова Ж.А. Фирма в Новой экономике: теории мотивации и результаты их применения // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2017. – Т. 8, Вып. 2. – С. 6-16. EDN: YUEKQP
3. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. Учебное пособие – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 132 с.

4. Ващук А.Э., Титов В.О., Благих И.А. Макроэкономическое развитие России, Индии и Китая: возможности сотрудничества // Проблемы современной экономики. – 2018. – №4. – С. 72-76
5. Кошкин А.В. Пенсионная реформа в России как объект публичной дискуссии // Актуальные проблемы современной экономики: экономическое развитие в условиях цифровой экономики. Сборник научных работ молодых исследователей. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2021. – С. 131-137.
6. Кошкин А.В. Политика правительства Санкт-Петербурга в сфере развития новой экономики // Арт-рынок в Новой экономике: границы, инвестирование, управление. – СПб.: КультИнформПресс, 2019. – С. 37-41  
EDN: QJBCDH
7. Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. – СПб: Стокгольмская школа бизнеса в Санкт-Петербурге, 2000. - 271 с.
8. Пашкус В. Ю., Пашкус Н. А. Новая экономика и культура постмодерна: проблемы влияния//Технологии информационного общества – Интернет и современное общество (IST/IMS-2004). – СПб., 2004. – С. 29-32.  
EDN: TJQYPB
9. Савельев И.А. Возможно ли ускорение темпов роста российской экономики в ближайшее время? // Актуальные проблемы современной экономики: экономическое развитие в условиях цифровой экономики. Сборник научных работ молодых исследователей. – СПб.: КультИнформПресс, 2021. – С. 52-56.
10. Социальная политика: Учебник для вузов / Под ред. Е. И. Холостовой, Г. И. Климантовой. – 3-е изд. – М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 344 с.
11. Щеглов М.Ю. Внешнеэкономические шоки: подходы и типологии // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2023. – Т. 14, № 2. – С. 99-119.
12. Экономическая политика. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2020. – 432 с.

13. Future of Jobs Report 2023; Insight Report May 2023. – [Электронный документ] URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2023.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf) (Дата обращения: 25.03.2024).
14. International Labor Organization World Labor Report 2019. – [Электронный ресурс] URL: [https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2019/WCMS\\_670542/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2019/WCMS_670542/lang--en/index.htm) (Дата обращения: 27.03.2024).
15. The Global Use of Medicine in 2019 and Outlook to 2023. Institute Report. – [Электронный ресурс] URL: <https://www.iqvia.com/insights/the-iqvia-institute/reports-and-publications/reports/the-global-use-of-medicine-in-2019-and-outlook-to-2023> (Дата обращения: 27.03.2024).

## References

- Aliaskarova Zh.A. (2017) New economy: new reality and consumer motivation // Marketing MBA. Marketing management firms. – Vol. 8, Iss.1. – pp. 5-15. EDN: YMAAPD
- Aliaskarova Zh.A. (2017) Firm in the New economy: theories of motivation and the results of their application // MBA marketing. Marketing management firms. – Vol. 8, Iss. 2. – pp. 6-16. EDN: YUEKQP
- Asadulaev A. B. (2020) Socio-economic security of Russia. Textbook. – St. Petersburg: Kultinformpress.
- Vashchuk A.E., Titov V.O., Blagikh I.A. (2018) Macroeconomic development of Russia, India and China: opportunities for cooperation // Problems of modern economy. – No. 4. – Pp. 72-76
- Koshkin A.V. (2021) Pension reform in Russia as an object of public discussion // Actual problems of modern economy: economic development in the digital economy. Collection of scientific works by young researchers. St. Petersburg: A.I. Herzen State Pedagogical University, 2021. – pp. 131-137.

Koshkin A.V. (2019) The policy of the government of St. Petersburg in the field of development of the new economy // Art market in the New economy: borders, investment, management. – St. Petersburg: Kultinformpress, 2019. – pp. 37-41  
EDN: QJBCDH

Nordstrom K., Ridderstrale J. (2000) Funk-style business. Capital dances to the tune of talent. – St. Petersburg: Stockholm Business School in St. Petersburg.

Pashkus V. Yu., Pashkus N. A. (2004) New economy and postmodern culture: problems of influence//Information Society Technologies – The Internet and Modern Society (IST/IMS-2004). – St. Petersburg. – pp. 29-32. EDN: TJQYPB

Saveliev I.A. (2021) Is it possible to accelerate the growth rate of the Russian economy in the near future? // Actual problems of the modern economy: economic development in the digital economy. Collection of scientific papers by young researchers. – St. Petersburg: Kulturinformpress. – pp. 52-56.

Social policy: Textbook for universities (2023) / Ed. by E. I. Kholostova, G. I. Klimantova. – 3rd ed. – Moscow: Yurayt Publishing House.

Shcheglov M.Y. (2023) Foreign economic shocks: approaches and typologies // Marketing MBA. Marketing management firms. – Vol. 14, No. 2. – pp. 99-119.

Economic policy. Textbook and workshop for Bachelor's and Master's degree programs (2020) / Ed. By Alexandr Lyakin. – Moscow: Yurayt.

International Labor Organization World Labor Report 2019. (2019) – [Electronic resource] URL: [https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2019/WCMS\\_670542/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2019/WCMS_670542/lang--en/index.htm) (Date of application: 27.03.2024).

Future of Jobs Report 2023; Insight Report May 2023. – [Electronic document] URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2023.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf) (Date of application: 25.03.2024).

The Global Use of Medicine in 2019 and Outlook to 2023. Institute Report. (2023)  
– [Electronic resource] URL: <https://www.iqvia.com/insights/the-iqvia-institute/reports-and-publications/reports/the-global-use-of-medicine-in-2019-and-outlook-to-2023> (Date of application: 27.03.2024).

**Лукина Анастасия Владимировна**

*доктор экономических наук, профессор,*

*Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова*

[Lukina.av@rea.ru](mailto:Lukina.av@rea.ru)

**Костылев Виктор Владимирович,**

*магистрант,*

*Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,*

[Vkostylev@list.ru](mailto:Vkostylev@list.ru)

## **ТРЕНДЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ**

### **Аннотация**

В статье рассматриваются возникающие тренды в мировой и российской индустрии торговли одеждой, подчеркивается их влияние на динамику рынка и перспективы на будущее. Специализированные каналы розничной торговли и электронной коммерции значительно расширились, что отражает изменение предпочтений потребителей. В России, после ухода зарубежных брендов, предпринимаются усилия по локализации отечественными торговыми компаниями. В статье также обсуждается появление новых технологий и то, какое влияние они оказывают на процесс продаж в сфере моды.

**Ключевые слова:** индустрия моды, тенденции мирового рынка, специализированная розничная торговля, современные тренды торговли.

**RePEc:** M31

**УДК:** 339.13

**Lukina Anastasia Vladimirovna,**

*Doctor of Economics, Professor,*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

[Lukina.av@rea.ru](mailto:Lukina.av@rea.ru)

**Kostylev Viktor Vladimirovich,**

*Master's student,*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

[Vkostylev@list.ru](mailto:Vkostylev@list.ru)

## **TRENDS IN MODERN MARKETING IN THE FASHION INDUSTRY**

### **Abstract**

The article examines emerging trends in the global and Russian clothing industry, highlighting their impact on market dynamics and future prospects. Specialized retail and e-commerce channels have significantly expanded, reflecting changing consumer preferences. In Russia, following the departure of foreign brands, efforts are underway to localize domestic trading companies. The article also discusses the emergence of new technologies and their impact on the sales process in the fashion industry.

**Key words:** fashion industry, global market trends, specialized retail, modern retail trends.

**RePEc:** M31

**УДК:** 339.13

УДК: 339.13

**Лукина Анастасия Владимировна**

*доктор экономических наук, профессор,*

*Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова*

[Lukina.av@rea.ru](mailto:Lukina.av@rea.ru)

**Костылев Виктор Владимирович,**

*магистрант,*

*Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,*

[Vkostylev@list.ru](mailto:Vkostylev@list.ru)

## **ТРЕНДЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ**

**Lukina Anastasia Vladimirovna,**

*Doctor of Economics, Professor,*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

[Lukina.av@rea.ru](mailto:Lukina.av@rea.ru)

**Kostylev Viktor Vladimirovich,**

*Master's student,*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

[Vkostylev@list.ru](mailto:Vkostylev@list.ru)

## **TRENDS IN MODERN MARKETING IN THE FASHION INDUSTRY**

В современном быстроменяющемся мире модный бизнес стремительно развивается, и каждый год характеризуется появлением новых трендов. В последнее время Fashion-индустрия — это один из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики, обусловленный повышенным вниманием людей к созданию собственного образа и индивидуальности. Необходимость исследования и анализа трендов в этой области обусловлена

стремительными изменениями в предпочтениях людей, а также появлением новых технологий.

Выбор темы обусловлен ее важностью для понимания текущего состояния и перспектив развития маркетинга индустрии моды. В современном мире сфера моды является ключевым элементом для многих людей в их повседневной жизни. Поэтому изучение трендов в данной области имеет важное значение.

Для достижения поставленных целей и задач мы обратимся к различным источникам информации, включая научные статьи, аналитические обзоры и публикации в специализированных журналах. Этот материал позволит нам осветить широкий спектр аспектов в современной индустрии моды.

Тема трендов развития индустрии моды активно изучается в научной литературе и профессиональных публикациях. Существующие исследования касаются различных аспектов этой проблематики, включая изменения в потребительском спросе людей, инновационные подходы к продаже одежды. Научные труды предоставляют разнообразную информацию о современных тенденциях и перспективах развития данной отрасли.

Из обзора литературы вытекает необходимость определения следующей цели исследования: выявить ключевые факторы, определяющие динамику развития индустрии одежды с учетом актуальных тенденций и потребностей рынка.

Отсюда вытекают следующие задачи исследования:

- Проанализировать текущие тренды в индустрии одежды на основе доступных научных статей и профессиональных публикаций.
- Изучить изменения в потребительских предпочтениях и их влияние на спрос и предложение одежды.
- Оценить применяемые инновационные подходы и технологии по продаже одежды.
- Идентифицировать потенциальные перспективы роста и развития рынка одежды с учетом актуальных тенденций и потребностей потребителей.

Начнем к рассмотрению основных тенденций, определяющих мировую индустрию моды. Согласно Семенову Н. С., термин «мода» применим во многих сферах общественной жизни, но обычно этот термин используется в мире одежды [3].

Прогнозируется, что мировой рынок одежды достигнет 79,2 млрд. евро к 2030 году [8], см. рис. 1.

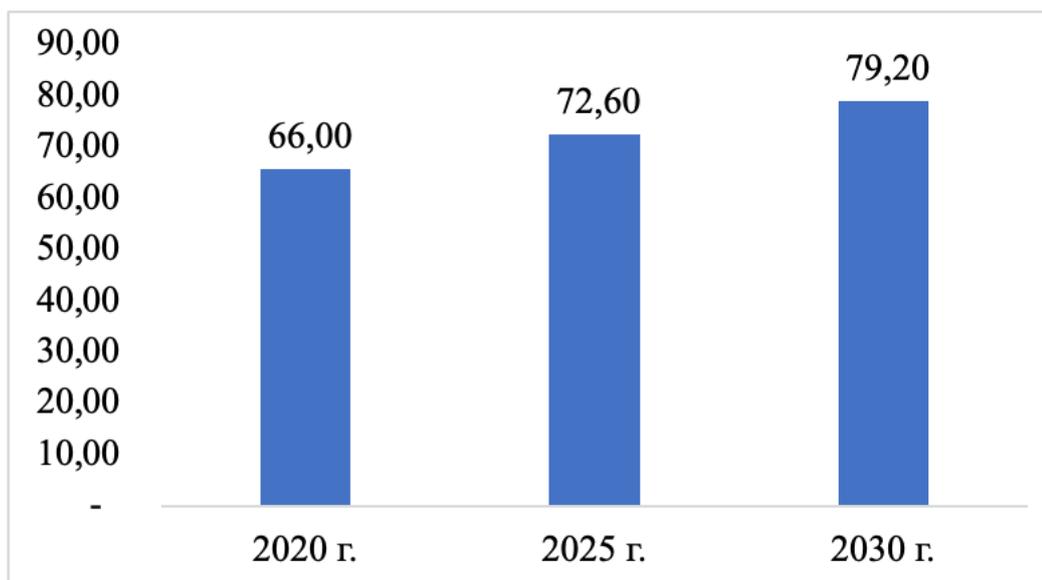


Рисунок 1 - Прогноз роста продаж в индустрии моды к 2030 г., млрд. евро.

В недавнем отчете McKinsey назвала главные тренды мировой индустрии моды. Опыт последних лет показал, что индустрия моды может справиться с разными проблемами. Так, пост ковидные 2021-2022 гг. были достаточно успешными в мире моды. Продажи продемонстрировали устойчивость: как сектор высокого ценового сегмента, так и сектор, не относящийся нему, опережал свой долгосрочный средний показатель.

Однако в 2023 году отрасль столкнулась с серьезными проблемами, которые только углублялись. Как в Европе, так и в США в течение года наблюдался медленный рост. В то же время изначально высокие показатели Китая значительно уменьшились во второй половине 2023 года. По данным Reuters, на ситуацию с продажами в Китае значительно влияет кризис рынка недвижимости [7]. Хотя высокий ценовой сегмент поначалу показывал хорошие результаты, во второй половине года он тоже начал ощущать

последствия снижения спроса, что привело к замедлению продаж.

Рассмотрим ключевые тенденции, влияющие на мировой рынок моды, о котором говорится в отчете:

1. В отчете, подготовленном в McKinsey, подчеркивают, что состояние рынка моды на сегодняшний день характеризуется словом «неопределенность». В ходе исследования было опрошено большое количество топ менеджеров, работающих в компаниях лидерах рынка (от LVMH до масс маркета Shein и H&M). Неопределенность касается как финансовых показателей, так и основных трендов. Компании в индустрии смирились с тем, что принципы устойчивого развития должны подкрепляться действиями, — последствия климатических изменений, например, затопленные поля хлопка, уже ставят под угрозу и жизни сотрудников фабрик, и экономику моды — но в то же время один из самых быстрорастущих сегментов сейчас — это так называемое третье поколение Fast-Fashion, яркими представителями которого стали Shein.

2. Многие крупные игроки в сфере торговли одеждой планируют менять стратегию продвижения товаров. Если в последние годы менеджмент крупных компаний делал ставку на performance-маркетинг (маркетинг, направленный на увеличение продаж), то в 2024 г. тренд меняется в сторону brand-маркетинга (повышения узнаваемости компаний, погружения аудитории в его историю). Главный совет брендам по результатам исследования — укреплять отношения с лидерами мнений. Потенциальная аудитория среди покупателей больше всего ценит в лидерах мнений то, что они похожи на них самих. Поэтому всем блогерам McKinsey советуют создавать аутентичный контент, а брендам — выстраивать с блогерами отношения в долгую, чтобы развивать в них искренний интерес к одежде, о которой они будут рассказывать подписчикам.

3. В последние годы набирают популярность аутдор-активности и путешествия. Это еще один вид досуга, который особенно интересует потребителей моды. Растет желание людей ходить в походы, в зал, на

тренировки на открытом воздухе. Поэтому растет потребность людей в необходимой для этого одежде и экипировке. По капитализации компания Nike (154 млрд. долл.) занимает второе место после LVMH (422 млрд. долл.) в списке крупнейших компаний рынка моды (рис. 2).

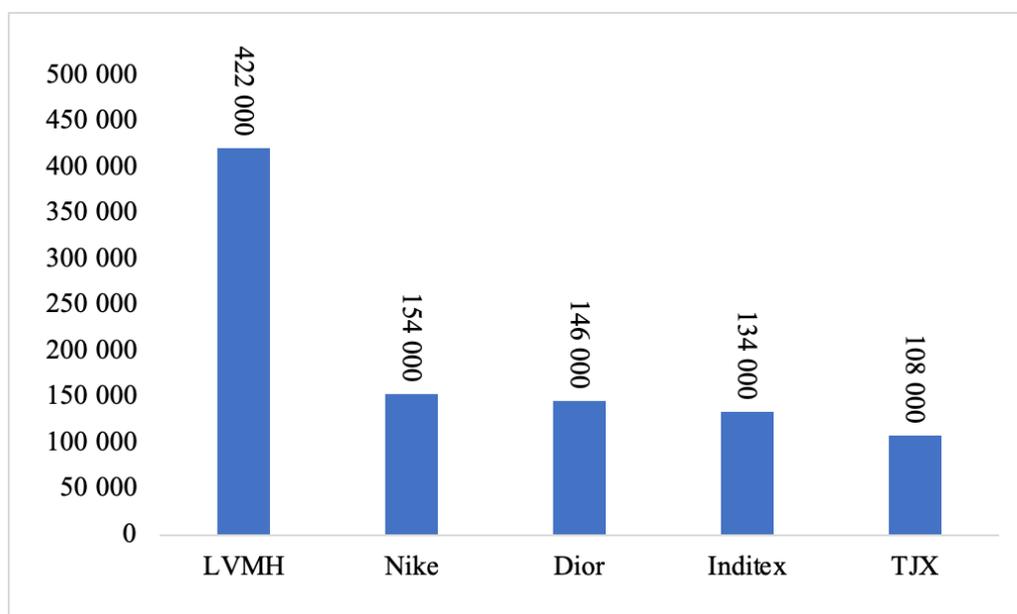


Рисунок 2 – Капитализация Топ-5 компаний в сфере индустрии моды, млн. долл.

Число сделок по покупке и продаже вещей таких спортивных брендов, как Salomon, Arc'teryx и The North Face, на платформе «StockX» выросло в среднем на 800% в 2023 г. Свои аутдор-коллекции выпускает и масс маркет — примеры тому коллекция H&M «Move». На фоне этого эксперты прогнозируют тренд на так называемую «quiet outdoor fashion» («тихую роскошь» в спортивных коллекциях).

4. В современном мире большое количество компаний, занимающихся торговлей одежды, экспериментируют с ИИ, инвестируют в приложения по работе с дополненной реальностью. Все, от начинающих дизайнеров до всемирно известных модных домов, стараются выиграть в борьбе за онлайн-пространство и за соответствие вкусам своих потребителей [2]. В течение следующих лет до 74% компаний розничной торговли и электронной коммерции планируют увеличить расходы на искусственный интеллект. При этом компаниям необходимы квалифицированные сотрудники, которые

будут являться проводниками между технологиями и творческими командами. Среди способов применения искусственного интеллекта специалисты советуют обратить внимание на потенциал этих технологий в оптимизации процессов. Так, в продажах ИИ можно делегировать написание карточек товаров и других стандартизированных текстов, с помощью искусственного интеллекта можно делать исследования для брендов - прогнозировать спрос в режиме реального времени путем анализа больших данных [6].

Если же говорить о трендах в России, после ухода зарубежных производителей с отечественного рынка аналитики предсказывали, что на их места крупные турецкие торговые марки. Однако, на данный момент, большого количества компаний, которые уже однозначно заявили о своем появлении в России, нет. Международные бренды из Ирана и Китая действительно выходят на российский рынок, но развиваются достаточно медленно и осторожно. Российские торговые компании, наоборот, стараются активно развиваться и укреплять позиции на домашнем рынке. Растут большие отечественные мультибрендовые и сетевые магазины, дизайнерские бренды, а также местные марки сегмента люкс. Прежде всего проактивно развиваются крупные сети (GJ, Melon Fashion Group, «Спортмастер», Jamilco). Популярность российских марок подтверждают многие исследования. Так, по данным Национального рекламного альянса, у 73% российских респондентов есть любимый российский производитель одежды, а 43% регулярно покупают одежду и обувь местных брендов [5].

Как отмечает менеджер категории Fashion Retail в «Яндекс», Анастасия Липатова, некоторые бренды, у которых ранее были только онлайн площадки, начали развивать продажи в офлайн точках. Например, компания Lamoda планирует в течение нескольких лет открыть сеть из 300 точек нескольких городах России. Часть торговых организаций благодаря этому шагу хочет привлечь аудиторию и занять площади ушедших зарубежных брендов. Другие видят в офлайн магазинах дополнительный канал продаж

в условиях блокировки социальных сетей и конкуренции с крупными маркетплейсами. Интерес аудитории к офлайн-покупкам увеличивается во многом из-за того, что при выборе одежды важна возможность примерки товара на месте. При этом онлайн-шопинг также остается актуальным. Около 26% пользователей сначала ищут одежду в интернете, а затем приобретают ее в обычном магазине. Перед тем как купить товары в магазинах, люди часто выбирают между несколькими вариантами в Интернете.

Также, трендом на российском рынке одежды являются онлайн приложения брендов. Доля пользователей, которые пользуются ими при покупках сегодня достигает более чем 80%. Поэтому все больше брендов создают свои приложения для мобильных платформ. Вместе с этим растут вложения в их продвижение и рекламу. Многие российские торговые компании внедряют нейросети в свои онлайн магазины, чтобы улучшить взаимодействие пользователя с приложением и добиться более качественного опыта при выборе одежды. Некоторые бренды добавили функцию виртуальной примерки. Она помогает решить главную проблему при покупке одежды в интернете: человек может подробно изучить вещь онлайн и оценить образ до контактной примерки или вовсе обойтись без нее. Некоторые бренды добавляют в приложение опцию по консультации у стилиста: в ней живые люди дают советы о том, что подходит конкретному человеку. Все эти функции позволяют повысить лояльность клиентов и увеличить количество повторных покупок. Уже сейчас многие руководители торговых организаций отмечают, что в приложениях продажи могут быть в несколько раз выше, чем на сайтах. В ближайшем будущем бренды будут продолжать совершенствовать собственные мобильные платформы, углубляя акцент на нейросетях и подобных обучаемых алгоритмах [1].

Продолжая говорить о трендах в российской fashion-индустрии, на московской выставке CRM эксперты отрасли представили свои прогнозы развития российской отрасли моды. Ключевыми направлениями, которые

будут определять его развитие в течение нескольких лет, являются:

1. Локализация брендов – российский покупатель постепенно будет переходить на отечественные бренды одежды в связи с постепенным уходом из страны иностранных конкурентов;
2. Рост розничных цен - средний рост цен в 2023 году составил 20–35%;
3. Снижение спроса при высоких требованиях к сервису - приток требовательных покупателей в бюджетный сегмент стимулирует рост стандартов в торговых сетях масс маркета;
4. Увеличение продаж в сегменте ресейла – по прогнозам в 2024 г. объем рынка увеличится минимум на 30% и сохранит потенциал роста;
5. Рост маркетплейсов и создание российскими брендами отдельных коллекций для площадок электронной коммерции - маркетплейсы вступили в острую конкуренцию за покупателей [4].

Тенденции, перечисленные в данной работе, могут повлиять как на поведение и предпочтения покупателей одежды, так и оказать прямое влияние на ассортимент продукции, представленный в магазинах.

Таким образом, в статье освещаются различные тенденции, которые в ближайшие годы скажутся на формировании рынка одежды в России и в мире. Постоянный уход с рынка зарубежных брендов заставляет отечественного покупателя переходить на российские бренды одежды - происходит локализация продаж у российских брендов. Кроме того, изменяется модель маркетинга – компании стараются как можно сильнее повысить свою узнаваемость и уровень погружения аудитории в свою историю, тем самым повысив их лояльность. Еще одна заметная тенденция на рынке одежды связана появлением новых технологий – ИИ и машинное обучение все чаще используется при продаже товаров непосредственным покупателям. Набирают популярность занятия спортом и отдых вне дома. Компании стараются соответствовать данному тренду – выпускают спортивные линейки одежды и делают различные коллаборации.

## Библиография

- 1.Липатова, А. (2024), Ассортимент шире, локализация заметнее: как изменился fashion-ритейл в России. // РБК. URL: [https://yandex-trends.rbc.ru/article-3.html?utm\\_source=rbc&utm\\_medium=main&utm\\_campaign=yar5ind24w-a3-nenolily-m](https://yandex-trends.rbc.ru/article-3.html?utm_source=rbc&utm_medium=main&utm_campaign=yar5ind24w-a3-nenolily-m) (дата обращения:27.05.2024)
- 2.Календжян, А. С. (2023), Инновационные цифровые технологии на рынке индустрии моды, // Креативная экономика. № 2. – С. 629-642.  
Семенова, Н. С. (2016), Мода и маркетинг: сущность, инструменты, современные тенденции // Уникальные исследования XXI века. № 8(20). – С. 35-63. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_26744085\\_17345406.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_26744085_17345406.pdf) (дата обращения:27.05.2024)
- 3.Гаспарян, А., (2024), Эксперты наметили векторы развития российского fashion-рынка в 2024 году, PROfashion. URL: <https://profashion.ru/events/conferences/eksperty-nametili-vektory-razvitiya-rossijskogo-fashion-rynka-v-2024-godu/> (дата обращения:27.05.2024)
- 4.Бурлакова, Ю. (2023), НРА: 70% россиян выбирают товары отечественных брендов, НРА. URL: <https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-otnoshenie-k-rossijskim-tovaram-67702.html> (дата обращения:27.05.2024)
- 5.Balchandani A. and Starzynska E., and Barrelet D., and Berg A., and D’Auria G., and Rölkens F., and Amed I. (2023), The State of Fashion 2024: Finding pockets of growth as uncertainty reigns, McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion> (дата обращения:27.05.2024)
- 6.Spencer M. and Sandle P. (2023), Fewer shoppers in Burberry stores complicates design overhaul, Reuters. URL: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/fewer-shoppers-burberry-stores-complicates-design-overhaul-2023-11-17/> (дата обращения:27.05.2024)
- 7.Jacobs S. and Fetsch S. (2021), Front row: Seeing the fashions of the future,

KPMG. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ie/pdf/2021/05/ie-front-row-seeing-fashion-future.pdf> (дата обращения: 27.05.2024)

## References

Lipatova, A. (2024), The range is wider, the localization is more noticeable: how fashion retail has changed in Russia. // RBC. URL: [https://yandex-trends.rbc.ru/article-](https://yandex-trends.rbc.ru/article-3.html?utm_source=rbc&utm_medium=main&utm_campaign=yar5ind24w-a3-nenolily-m)

[3.html?utm\\_source=rbc&utm\\_medium=main&utm\\_campaign=yar5ind24w-a3-nenolily-m](https://yandex-trends.rbc.ru/article-3.html?utm_source=rbc&utm_medium=main&utm_campaign=yar5ind24w-a3-nenolily-m) (Date of request: 27.05.2024)

Kalenjian, A. S. (2023), Innovative digital technologies in the fashion industry market // Creative Economy. No. 2. – pp. 629-642.

Semenova, N. S. (2016), Fashion and marketing: essence, tools, modern trends // Unique research of the XXI century. No. 8(20). – pp. 35-63. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_26744085\\_17345406.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_26744085_17345406.pdf) (Date of request: 27.05.2024)

Gasparyan, A., (2024), Experts have outlined the vectors of development of the Russian fashion market in 2024, PRO fashion.

Burlakova, J. (2023), NRA: 70% of Russians choose products of domestic brands, NRA. URL: <https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-otnoshenie-k-rossijskim-tovaram-67702.html> (Date of request: 27.05.2024)

Balchandani A. and Starzynska E., and Barrelet D., and Berg A., and D’Auria G., and Rölkens F., and Amed I. (2023), The State of Fashion 2024: Finding pockets of growth as uncertainty reigns, McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion> (Date of request: 27.05.2024)

Spencer M. and Sandle P. (2023), Fewer shoppers in Burberry stores complicates design overhaul, Reuters. URL: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/fewer-shoppers-burberry-stores-complicates-design-overhaul-2023-11-17/> (Date of request: 27.05.2024)

Jacobs S. and Fetsch S. (2021), Front row: Seeing the fashions of the future, KPMG. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ie/pdf/2021/05/ie-front-row-seeing-fashions-future.pdf> (Date of request: 27.05.2024)

**Ненашева Ксения Евгеньевна**

*Студентка Высшей школы менеджмента*

*Санкт-Петербургского государственного университета*

[ksenya-nenasheva@mail.ru](mailto:ksenya-nenasheva@mail.ru)

## **СЕГМЕНТАЦИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КИТАЙСКОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ ПО ВОСПРИНИМАЕМОМУ КАЧЕСТВУ**

### **Аннотация**

В статье представлено исследование российского рынка китайской бытовой техники с целью выделения сегментов потребителей посредством кластерного анализа по параметру «воспринимаемое качество». Изучение отношения потребителей к товарам потребительских брендов позволяет сформулировать общие выводы относительно перспектив брендов и общие рекомендации по осуществлению маркетингового воздействия на каждый сегмент. Анализируемые данные были получены в ходе эмпирического количественного исследования.

**Ключевые слова:** потребительский бренд, потребители, китайская бытовая техника, отношение потребителей, маркетинговое воздействие.

**RePEc:** M0, M1, M3.

**УДК:** 339.13

**Kseniia Nenasheva**

*Student of Graduate School of Management*

*Saint Petersburg State University*

[\*ksenya-nenasheva@mail.ru\*](mailto:ksenya-nenasheva@mail.ru)

## **SEGMENTATION OF RUSSIAN CONSUMERS OF CHINESE HOUSEHOLD APPLIANCES BY PERCEIVED QUALITY**

### **Abstract**

the article presents the Russian market of Chinese household appliances research in order to identify consumers segments through cluster analysis by the parameter “perceived quality”. The research of consumers attitudes towards consumer brand products allows to formulate general conclusions about the brands prospects and some recommendations for realization of marketing impact on each segment. The analyzed data was obtained through empirical quantitative research.

**Keywords:** consumer brand, consumers, Chinese household appliances, consumer attitude, marketing impact.

**RePEc:** M0, M1, M3.

**УДК:** 339.13

УДК: 339.13

**Ненашева Ксения Евгеньевна**

*Студентка Высшей школы менеджмента*

*Санкт-Петербургского государственного университета*

[ksenya-nenasheva@mail.ru](mailto:ksenya-nenasheva@mail.ru)

## **СЕГМЕНТАЦИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КИТАЙСКОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ ПО ВОСПРИНИМАЕМОМУ КАЧЕСТВУ**

**Kseniia Nenasheva**

*Student of Graduate School of Management*

*Saint Petersburg State University*

[ksenya-nenasheva@mail.ru](mailto:ksenya-nenasheva@mail.ru)

## **SEGMENTATION OF RUSSIAN CONSUMERS OF CHINESE HOUSEHOLD APPLIANCES BY PERCEIVED QUALITY**

### **Изменения на российском рынке бытовой техники за последние три года (2021-2024 года)**

В условиях сократившегося предложения бытовой техники ряда зарубежных брендов на фоне усложняющихся международных отношений с февраля 2022 года стремительно начали увеличиваться доли рынка китайских брендов бытовой техники [4]. Так, например, доля рынка китайского потребительского бренда Haier за 12 месяцев выросла с 8,2% до 16%, заняв 1 первое место на рынке стиральных машин и вытеснив южнокорейский потребительский бренд LG [1].

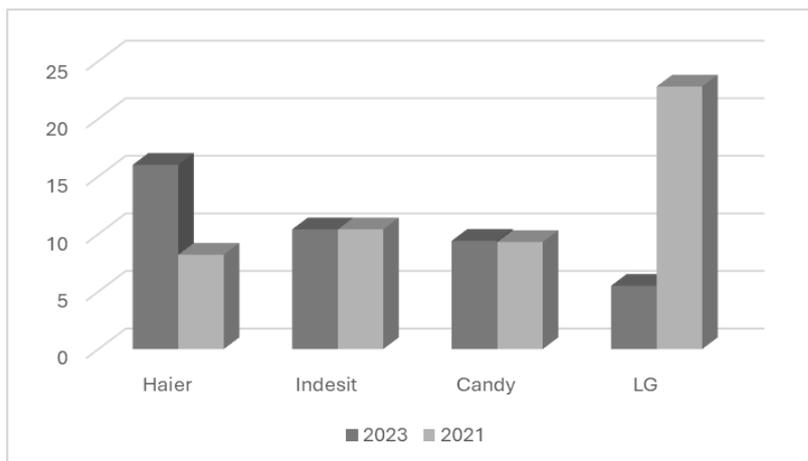


Рисунок 1 - Распределение долей рынка производителей стиральных машин по данным на 2021 год и 2023 год

Однако несмотря на изменившееся предложение, зарубежные уходящие бренды не теряют своей популярности и отмечаются россиянами при упоминании товарной категории «бытовая техника». По данным, опубликованным на сайте немецкой компании, предоставляющей статистические рыночные и потребительские данные, Statista, Samsung был самым популярным брендом бытовой техники в России в 2023 году: его назвали 34% респондентов, а Bosch и LG были также высоко оценены домохозяйствами – 24% и 15% соответственно[2].

Что касается китайской бытовой техники, восприятие китайских товаров зачастую базируется на предположении об их низком качестве, ниже среднего, приближаясь к нулю на карте восприятия китайских брендов[4]. Низкий уровень осведомленности о потребительских брендах и оценка качества производимых товаров могут являться результатом эффекта страны происхождения – СОО-эффекта (country-of-origin effect), который оказывает влияние на восприятие качества продукта, отношение к потребительскому бренду и намерение совершить покупку[5].

Количественное исследование: методология и анализ данных

Цель данного эмпирического исследования заключалась в выделении сегментов потребителей по параметру «воспринимаемое качество» на основе данных, полученных в ходе онлайн-опроса респондентов.

В качестве генеральной совокупности была выбрана численность населения России в возрасте от 18 лет. Возрастные ограничения были определены на основании данных, опубликованных Всероссийским центром изучения общественного мнения, где отмечается наиболее высокий процент потребителей бытовой техники из данных возрастных категорий[6].

Для решения исследовательской задачи было проведено количественное исследование - онлайн-опрос, содержащий вопросы, касающиеся выбора бытовой техники в целом и отношения к китайской бытовой технике, в частности. Сбор ответов респондентов проводился посредством распространения ссылки на Google-форму с опросом, преимущественно в социальных сетях и мессенджерах. Для интерпретации полученных результатов и определения кластеров потребителей со схожими паттернами поведения был проведен кластерный анализ.

В зависимости от оценки качества было выделено три кластера: респонденты, считающие, что «качество стало лучше», что «качество не изменилось, но приемлемое», и те, кто недоволен качеством или не покупает китайскую бытовую технику. По итогам распределения респондентов на три кластера была проведена перекрестная группировка, позволяющая учесть другие характеристики кластеров и выявить взаимосвязи.

### **Описание кластеров и рекомендации по маркетинговому воздействию на каждый сегмент**

#### **1. Знающие ценители (качество стало лучше).**

Наиболее осведомленные потребители, знающие один и более брендов китайской бытовой техники. Помимо приемлемой цены и широкого ассортимента отмечают инновационность и стильный дизайн. С высокой вероятностью готовы переключиться на китайскую бытовую технику, так как уровень удовлетворенности от ее использования оценивают достаточно высоко.

Цитаты респондентов: - Ожидания превзошел «Холодильник Haier. Ничем не уступает Samsung, а цена ниже»;

Таблица 1 - Кластерный анализ по результатам эмпирического количественного исследования в форме онлайн-опроса

	Удельный вес в общем объеме выборки, % (n=145)	Доля респондентов в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники, %		
		Знающие ценители (Качество стало лучше) (n=79, 54,48%)	Принимающие оптимисты (Качество не изменилось, но приемлемое) (n=34, 23,45%)	Сдержанные скептики (Недоволен качеством/Не покупаю) (n=32, 22,06%)
<b>I. Осведомленность о китайских брендах бытовой техники</b>				
Знают хотя бы один бренд	81,4%	89,9%	82,4%	59,4%
Не знают ни одного бренда	18,6%	10,1%	17,6%	40,6%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>II. Преимущества китайской бытовой техники</b>				
Дизайн	37,2%	44,3%	29,4%	28,1%
Инновационные функции техники	39,3%	45,6%	38,2%	25,0%
Качество	13,8%	21,5%	5,9%	3,1%
Широкий ассортимент	60,7%	64,6%	76,5%	34,4%
Приемлемая цена	77,2%	82,3%	82,4%	59,4%
Никакое	7,6%	3,8%	0,0%	25,0%
<b>III. Готовность переключиться на китайскую бытовую технику</b>				
Да	18,6%	26,6%	5,9%	12,5%
Скорее да, чем нет	52,4%	51,9%	61,8%	43,8%
Скорее нет, чем да	23,4%	20,3%	29,4%	25,0%
Нет	5,5%	1,3%	2,9%	18,8%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>IV. CSI (Customer Satisfaction Index)</b>		Оценка удовлетворенности в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники		
73,9%		79,7%	68,9%	58,8%
		Индекс промоутера в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники		
		Индекс промоутера в общей совокупности		
V. NPS	-33,8%	-15,2%	-32,4%	-81,3%

Продолжение табл. 1

VI. Осуществление выбора бытовой техники				
Поиск товара на официальном сайте	42,1%	39,2%	47,1%	43,8%
Выбор товара из предложенной товарной категории на сайте магазина техники (например, DNS, М.Видео и другие)	80,7%	77,2%	79,4%	90,6%
Рекомендации у знакомых	57,2%	50,6%	58,8%	71,9%
Покупка товаров только определенных брендов	20,7%	21,5%	17,6%	21,9%
Консультация у специалистов в точках продаж	31,7%	30,4%	32,4%	34,4%
VIII. Используемые источники информации				
Отзывы потребителей	87,6%	89,9%	79,4%	90,6%
Описание товаров на сайтах магазинов техники	69,7%	67,1%	70,6%	75,0%
Официальные сайты	41,4%	32,9%	55,9%	46,9%
Рекомендации знакомых	64,8%	64,6%	55,9%	75,0%
Реклама	6,9%	3,8%	17,6%	3,1%
Рекомендации специалистов, блогеров	41,4%	43,0%	41,2%	37,5%
Социальные сети брендов/их представительств в России	11,0%	10,1%	14,7%	9,4%
IX. Важность критериев при принятии решения о покупке бытовой техники				
	Средняя оценка критериев по 5-балльной шкале в общей совокупности	Средняя оценка критериев по 5-балльной шкале в группах с разной оценкой качества китайской бытовой техники		
Страна производитель	3,17	2,99	3,03	3,78
Дизайн	3,94	3,95	3,79	4,06
Гарантийный период	3,32	3,24	3,41	3,44
Используемые технологии	3,92	4,04	3,56	4,03
Видео-обзоры производителей/специалистов	3,10	3,18	2,94	3,09
Не новинка (надёжность товара подтверждена)	3,15	3,13	3,09	3,28

- «Xiaomi робот-пылесос, убирает чище, чем Samsung за те же деньги, плюс больше возможностей»;

- Ожидания превзошли «Midea» вытяжка и индукционная плита. Дёшево и

отлично работают».

Так как потребители хорошо знают товары потребительских брендов и удовлетворены качеством, для поддержания позитивного восприятия товаров китайских брендов необходимо выстраивать эмоциональную позитивную связь с потребителями. Осведомленность и осознание общности разделяемых ценностей и принципов с потребительским брендом позволит не только повысить удовлетворенность, но и желание потребителей рекомендовать товары, что является важнейшим источником информации для потребителей из других кластеров. Таким образом, повысив индекс промоутера в данном кластере, возможно, изменить отношение потребителей из других кластер.

## **2. Принимающие оптимисты (качество не изменилось, но приемлемое).**

Относительно неплохо осведомленные потребители, знающие один и более брендов китайской бытовой техники. Основными преимуществами считают приемлемую цену и широкий ассортимент. Несмотря на относительно невысокий уровень удовлетворенности китайской бытовой техникой, выражают готовность переключиться на китайскую бытовую технику при предварительном изучении ее характеристик.

Цитаты респондентов:

- Ожидания превзошел «ТВ Haier. Качество изображения такое же, но за более низкую стоимость»;
- Ожидания превзошел «Midea, чайник, быстро кипятит, нареканий за 2 года нет».

Несмотря на то, что потребители неплохо осведомлены о китайских брендах бытовой техники и относительно удовлетворены ее использованием, нейтральное отношение к бренду и признание приемлемости качества товаров в долгосрочной перспективе являются нестабильными. В целях упрочнения рыночных позиций необходимо оказывать маркетинговое воздействие на восприятие потребителей, повышая их осведомленность о потребительских брендах и преимуществах их товаров.

### 3. Сдержанные скептики (недовольны качеством/не покупают).

Наименее осведомленные потребители, в среднем каждый второй может назвать один знакомый бренд. Приемлемая цена в качестве преимущества является наиболее широко распространенным мнением. Потребители рассматривают возможность переключения на китайскую бытовую технику, однако, учитывая низкий уровень удовлетворенности, при наличии возможности купить бытовую технику другой страны производителя предпочтут ею воспользоваться.

Цитаты респондентов:

- Не было такого, чтобы китайская бытовая техника превзошла ожидания, «есть еще возможность покупать проверенные европейские бренды».

Потребители оказывают влияние на воспринимаемое качество техники друг друга посредством отзывов, выражения своего мнения, транслируя опыт использования. Поскольку для повышения уровня воспринимаемого качества необходимо получение большего числа позитивных отзывов, которые потребители пишут реже, чем негативные, возможно привлекать более довольных потребителей как источник положительной обратной связи. Кроме того, используя все указанные инструменты, важно сообщать о реальных характеристиках китайской бытовой техники, чтобы избежать снижения оценки воспринимаемого качества из-за несовпадения между товарами и рекламными сообщениями о них.

Рекомендации были составлены с учетом существующих тенденций в маркетинге, поведении потребителей и восприятии маркетингового воздействия. Они носят общий характер и должны корректироваться под каждый потребительский бренд, учитывая целевую аудиторию, уникальное предложение, позиционирование бренда.

Помимо рекомендованных каналов информирования необходимо использовать описание товаров бытовой техники на сайтах магазинов как инструмент информирования потребителей.

**Таблица 2** - Рекомендации по повышению осведомленности по кластерам

Знающие ценители	Принимающие оптимисты	Сдержанные скептики
<p>1. Использовать сторитейлинг как инструмент повышения осведомленности: поскольку потребители довольно хорошо знакомы с потребительскими брендами и активно используют их товары, необходимо поддерживать их позитивное восприятие. Воздействие сторитейлинга направлено на эмоции и чувства потребителей, благодаря «живым» историям о миссии и принципах брендов, а также опыта других пользователей, данный инструмент будет укреплять уверенность потребителей в правильности выбора и повышать готовность рекомендовать товары.</p> <p>2. На сайтах бытовой техники подробно описывать технические характеристики товаров, в особенности уделять внимание освещению используемых технологий, которые являются важнейшим критерием при выборе товара данной категории. Качественные фотографии также будут положительно влиять на восприятие и оценку товара, поскольку дизайн играет важную роль.</p>	<p>1. Использовать нативную рекламу, которая ненавязчиво напоминает о новинках китайской бытовой техники, иллюстрирует инновационный дизайн и используемые технологии – те критерии, которые наиболее важны при принятии решения. Таким образом, возможные существующие барьеры относительно качества будут становиться менее значимыми при принятии решения, поскольку потребители будут знать, что применяются технологии не хуже, чем в европейских брендах.</p> <p>2. Использовать рекламу в социальных сетях с лидерами мнений, которые будут делиться своим опытом использования техники, дополняя знание потребителей о применяемых технологиях наглядной демонстрацией бытовой техники в действии и конечным результатом ее использования.</p>	<p>1. Привлекать к участию в маркетинговой кампании инфлюенсеров: несмотря на низкий процент ответов респондентов об использовании блогов как источника информации о бытовой технике, лидеры мнений оказывают сильное влияние на потребителей, побуждая их покупать товары и оставлять отзывы. Таким образом, за счет привлечения большого количества новых потребителей будет увеличиваться количество отзывов, которые являются самым главным источником информации для этого кластера.</p> <p>2. Применять нативную рекламу с использованием качественных фотографий и емкого описания, отражающего применяемые технологии. Демонстрация товаров и информирование об используемых инновациях в производстве бытовой техники привлекут внимание потребителей, поскольку дизайн и технологии являются главными критериями выбора бытовой техники.</p>

В описании стоит уделить внимание применяемым технологиям, инновационным функциям и гарантийному периоду. Качественные фотографии и промо-ролики также обеспечат преимущества брендам, так как позволят потребителям наиболее полно оценить товары на стадии принятия

решения.

Комплексный подход к повышению осведомленности потребителей с использованием разных каналов коммуникаций и разных сообщений под конкретные сегменты в долгосрочной перспективе позволит изменить представление существующих и потенциальных потребителей о бытовой технике, произведенной в Китае.

## Библиография

1. Chinese appliances, electronics lead in sales in 2022, Russian retailer reveals // TASS – URL: <https://tass.com/economy/1562013?ysclid=ltyknilof8159683810>
2. Ranking of household appliances brands in Russia in 2023 // Statista – URL: <https://www.statista.com/statistics/1186144/favorite-brands-of-household-appliances-in-russia/> (дата обращения:27.05.2024)
3. Жукова, Т. Н. и Чжан Синьюй, (2019), Восприятие российскими потребителями китайских брендов, Форум молодых ученых.
4. Как изменились полки магазинов бытовой техники и электроники // РБК – URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/20/08/2023/64df83a69a7947c7ce87a4b3?ysclid=lto57ken5u423134293&from=copy](https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/08/2023/64df83a69a7947c7ce87a4b3?ysclid=lto57ken5u423134293&from=copy) (дата обращения:27.05.2024)
5. Черенков, В. И., С. А. Старов, А. А. Стуглев и И. В. Гладких, (2023), Бренды, псевдобренды и квазибренды в многоуровневой макроэкосистеме брендинга страны, Российский журнал менеджмента, 21(3), 307–343.
6. Экономика // ВЦИОМ новости – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/shoping-50-kak-chto-i-zachem?ysclid=lu5ghhegzf274395733> (дата обращения:27.05.2024)

## References

Chinese appliances, electronics lead in sales in 2022, Russian retailer reveals // TASS – URL: <https://tass.com/economy/1562013?ysclid=ltyknilof8159683810>

Ranking of household appliances brands in Russia in 2023 // Statista – URL:  
<https://www.statista.com/statistics/1186144/favorite-brands-of-household-appliances-in-russia/> (Date of request: 27.05.2024)

Zhukova, T. N. and Zhang Xinyu, (2019), Perception of Chinese brands by Russian consumers, Forum of Young Scientists.

How the shelves of household appliances and electronics stores changed // RBC – URL:

[https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/20/08/2023/64df83a69a7947c7ce87a4b3?ysclid=lto57ken5u423134293&from=copy](https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/08/2023/64df83a69a7947c7ce87a4b3?ysclid=lto57ken5u423134293&from=copy) (Date of request: 27.05.2024)

Cherenkov, V. I., S. A. Starov, A. A. Stuglev and I. V. Gladkikh, (2023), Brands, pseudo-brands and quasi-brands in the multilevel macroecosystem of country branding, Russian Journal of Management, 21(3), 307-343.

Economics // VTSIOM news – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/shoping-50-kak-chto-i-zachem?ysclid=lu5ghhegzf274395733> (Date of request: 27.05.2024)