

УДК 303.425.5(476+470)

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕГРАЦИОННОГО ЭФФЕКТА В РОССИЙСКО-БЕЛОРУССКОМ ПРИГРАНИЧЬЕ

А. С. Кузавко

Смоленский государственный университет, Российская Федерация

Представлены некоторые результаты исследования, проведенного в 2024–2025 гг. на территории российско-белорусского приграничья, с использованием социологического инструментария. Описано влияние межгосударственной интеграции на социально-экономические процессы и торгово-экономическое сотрудничество.

Ключевые слова: интеграция, российско-белорусское пригранижье, социологический опрос.

RESULTS OF THE STUDY OF THE INTEGRATION EFFECT IN THE RUSSIAN-BELARUSIAN BORDERLAND

A. S. Kuzavko

Smolensk State University, the Russian Federation

The article presents some results of the study conducted in 2024–2025 on the territory of the Russian-Belarusian border using sociological tools. The impact of interstate integration on socio-economic processes and trade and economic cooperation is described.

Keywords: integration, Russian-Belarusian borderland, sociological survey.

Социологическое исследование было проведено в первом полугодии 2024 г. методом квотной выборки. Способ сбора данных – метод «снежного кома». Всего было опрошено 1800 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет. Среди них были представители различных профессий, социальных слоев населения. От 50 до 60 % респондентов (в зависимости от места проведения опроса) проживают в региональных центрах, остальные – в других населенных пунктах.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что потребители из Беларуси и России отдают предпочтение белорусской молочной продукции. В российских регионах просматривается прямая корреляция между выбором белорусской продукции и возрастом респондентов. Чем старше граждане, тем чаще они отдают предпочтение молочной продукции из Беларуси. Аналогично потребители относятся и к качеству белорусских и российских товаров.

Опрос 2024 г. свидетельствует о том, что 11–15 % российских граждан периодически ездят за покупками в Беларусь. Примерно такое же количество граждан Беларуси, проживающих в приграничье, ездят за покупками в Российскую Федерацию. Стоит отметить, что россияне и белорусы не всегда ездят только в приграничные районы. Многие из них посещают столичные регионы Союзного государства. Однако внутри своих стран респонденты ездят в столицу чаще, чем в приграничные районы соседней страны. В Беларуси так поступают от 24 до 31 % респондентов, в российских регионах от 12 до 20 %. Данная тенденция объясняется разными мотивами поведения потребителей. Россияне, посещающие приграничные регионы, обычно стремятся приобрести товары широкого спроса белорусского производства по более низким ценам. Белорусы едут в приграничье из-за более широкого ассортимента товаров. В столицы люди ездят в основном за товарами более высокой ценовой категории. При этом респонденты

до 30 лет реже отправляются в поездки, так как стараются использовать электронные площадки для приобретения продукции. Однако если они выезжают за пределы региона постоянного проживания, то направляются в Минск или Москву.

Влияние межгосударственной интеграции на торговые процессы, вероятно, может проявляться в изменении стоимости товаров, их ассортимента и качества. Полученные в исследовании данные свидетельствуют о том, что за последние 10 лет качество белорусских товаров повысилось, по мнению как белорусских, так и российских респондентов. В российских регионах об этом заявили от 49 до 66 % респондентов, в белорусских – от 75 до 82 %. Уменьшение препятствий для доступа белорусских товаров на российский рынок с более высоким платежеспособным спросом позволяет повышать финансовые результаты деятельности. Следовательно, появляется инвестиционная возможность для развития производства и повышения качества реализуемой продукции. Выход российских компаний на белорусский рынок сопряжен с необходимостью сокращать издержки либо предлагать товары с более низкой себестоимостью производства. Это обусловлено более низкими доходами населения, а значит и покупательской способностью. Данное утверждение было доказано в ряде предшествующих работ.

Респонденты всех регионов отмечают рост цен на продукцию как российского, так и белорусского производства. Также отмечается, что за последние 10 лет качество белорусской продукции повысилось, а качество товаров российского производства не изменилось.

По мнению респондентов из Псковской и Могилевской областей, количество товаров местного производства выросло. Качество товаров местного производства в целом не изменилось, но в Могилевской области заметен его рост. Не отмечено снижения ни количества, ни качества товаров российского и белорусского производства. 17 % респондентов из России и 16 % из Беларуси отметили снижение качества российских товаров. Часть опрошенных отметили снижение качества белорусских товаров. На это указали 7 % российских и 10 % белорусских респондентов.

Среди выделенных категорий наибольшей популярностью у российских респондентов пользуются молочные продукты и продукты из молока. Часто покупают молочную продукцию 58 % смолян. Также в Смоленской области чаще, чем в других регионах, приобретается мясная продукция из Беларуси. В категориях товаров, которые опрошенные дополнительно указали в анкетах, выделяется одежда из Беларуси. Данную продукцию граждане могут приобрести на ярмарках и в специализированных магазинах белорусских производителей, таких как *Milavica*, «Світанак» и др. Также иногда респонденты покупают обувь белорусского производства. Так ответили от 34 до 46 % респондентов. В группе косметических товаров популярна марка «Беліта-Вітэкс».

В рамках исследования респондентов просили выделить российские и белорусские бренды, продукцию которых они приобретают. У российских опрошенных наибольшей популярностью пользуются (указаны в порядке убывания): «Царицино», «Черкизово», «Красный Октябрь», «Макфа», «Брянсконфи», «Мираторг», «Слобода», «Простоквашино», «Брянскпиво», «Добрый», «Псковский мясокомбинат», «Прасковья Молочкова», ДСК, «Романишин», «Васьково», «Хлебопек». Среди белорусских брендов выделяются следующие: «Савушкин продукт», «Минская марка», «Белвест», «Брест-Литовск», «Рогачев», «Горки», «Ганна».

Один из показательных результатов опроса белорусских потребителей – отсутствие какого-либо российского товара, который они выделяли бы как часто приобретаемый. При этом во всех регионах большинство опрошенных (от 53 до 71 %) никогда не покупает российские молочные продукты и продукты из молока. Обобщая получен-

ные результаты опроса респондентов из обеих стран, можно сделать вывод о том, что в приграничных областях рынок молочной продукции практически полностью занят белорусскими производителями. Близкий к этому результат наблюдается и в отношении мясной продукции. От 48 до 65 % белорусов никогда не приобретают российские мясные изделия. Среди перечисленных белорусами в открытой части анкеты товаров выделяются одежда, косметика, электроника. Стоит учитывать, что потребители из Беларуси не всегда правильно классифицируют товар по месту его производства. Зачастую весь товар, импортируемый из России, несмотря на то, что он произведен в других странах, определяется ими как российский. Это подтверждается ответами респондентов на просьбу выделить известные российские марки, которые они когда-либо приобрели. Встречаются такие ответы, как Coca-Cola, Bosch и др.

Итак, назовем наиболее часто встречающиеся ответы белорусских респондентов на вопрос о российских брендах, продукцию которых они приобретают. Среди них выделяются товары следующих российских марок: «Красный Октябрь», «Рот Фронт», «Яшкино», «Ролтон», «Русская картошка», «Макфа», «Махеев», «Бабаевский». Наиболее популярные белорусские марки: «Савушкин», «Минская марка», «Белвест», «Брест-Литовск», «Рогачев», «Горки», «Ганна», «Софийка», «Брестский мясокомбинат», «Спартак», «Коммунарка», «Бабушкина крынка». Причем многие респонденты из Белоруссии ответили, что не помнят российских марок, покупают преимущественно товары своих производителей.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-78-10163, <https://rscf.ru/project/23-78-10163/>.

ЛИТЕРАТУРА

1. Катровский, А. П. Пространственная экономическая асимметрия как фактор развития российско-белорусского трансграничного региона / А. П. Катровский, Г. В. Ридевский // Региональные исследования. – 2013. – № 3 (41). – С. 128–136.
2. Катровский, А. П. Тенденции и проблемы развития приграничных с Белоруссией регионов России / А. П. Катровский // Известия Смоленского государственного университета. – 2015. – № 2 (30). – С. 148–158.
3. Кириенко, В. В. Белорусская ментальность: истоки, современность, перспективы / В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2009. – 119 с.

УДК 316.356.2

ЦЕННОСТЬ ДЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

З. М. Саралиева, Н. Ю. Егорова

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского, Российская Федерация

Проблема низкой рождаемости рассматривается как значимая для современных обществ и анализируется сквозь призму подхода «ценности» детей, учитывающего «полезность» и «издержки» от рождения ребенка. Преобладание эмоционального аспекта ценности детей ведет к уменьшению количества детей в семье, сказывается на репродуктивных установках молодых. Высокая их стоимость в современном обществе заставляет сокращать число детей в семье до минимума. Нижегородские исследования разных лет показывают, с одной стороны, высокую значимость эмоциональной составляющей в мотивах рождения детей и большое число «издержек», связанных с их рождением и воспитанием. В то же время дети остаются смысловой жизненной ценностью, в том числе для молодых.

Ключевые слова: ценность детей, полезность и издержки от рождения детей, репродуктивные установки, число детей в семье.