

Научная статья

УДК 316.723

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2024-1/106-118>

Организационное поле присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке*

Соколова Дарья Андреевна

Резник Елена Валентиновна

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток. Россия

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена необходимостью теоретической трактовки совокупности южнокорейских компаний, реализующих экономическую деятельность в Дальневосточном федеральном округе. Недостаточная изученность организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса в пространстве российского дальневосточного рынка не позволяет разработать мероприятия, направленные на его структуризацию, повышение эффективности южнокорейского предпринимательства в интересах дальневосточной экономики России. Цель исследования заключается в уточнении основных характеристик организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке на основе эмпирического анализа в рамках структурно-интеракционистской концепции теории полей. В результате исследования: 1) установлены факторы формирования и развития организационного поля южнокорейского бизнеса на Дальнем Востоке России; 2) определены основные структурные элементы поля; 3) уточнена степень сформированности организационного поля южнокорейского бизнеса и выявлены факторы его дальнейшей гомогенизации.

Ключевые слова: теория полей, организационное поле, южнокорейский бизнес, российский дальневосточный рынок.

Для цитирования: Соколова Д.А., Резник Е.В. Организационное поле присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2024. Т. 16, № 1. С. 106–118. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2024-1/106-118>

* Исследование выполнено при финансовой поддержке: корейского фонда «Korean Foundation» (This work was supported by Korean Foundation (Policy-Oriented Research Program, 2022)); Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, проект № FZNS-2023-0016 «Устойчивое развитие региона: эффективные экономические механизмы организации рынков и предпринимательские компетенции населения в условиях неопределенности (баланс безопасности и риска)» (The study was funded by the Ministry of Science and High Education of the Russian Federation, project number FZNS-2023-0016 "Sustainable Regional Development: Efficient Economic Mechanisms for Organizing Markets and Entrepreneurial Competencies of the Population under Uncertainty (Balancing Security and Risk)").

© Соколова Д.А., 2024

© Резник Е.В., 2024

Original article

Organizational field of the South Korean companies' presence in the Russian Far eastern market

Daria A. Sokolova

Elena V. Reznik

Far Eastern Federal University

Vladivostok, Russia

Abstract. *The study is highly relevant as it provides a theoretical interpretation of South Korean companies' economic activities in the Far Eastern Federal District. By providing a comprehensive analysis, this study will contribute to the development of effective strategies for South Korean businesses in the region. Insufficient knowledge of the organizational field of South Korean businesses in the Russian Far Eastern market prevents the development of measures aimed at structuring it and increases the efficiency of South Korean entrepreneurship in the interests of the Far Eastern Russian economy. The study clarifies the main characteristics of the organizational field of South Korean businesses in the Russian Far Eastern market through empirical analysis within the framework of structural-interactionist concepts of field theory. The study results: 1) the factors for the formation and development of the organizational field of South Korean business in the Far East of Russia were established; 2) the main structural elements of the field were determined; 3) the degree of formation of the organization and the factors for further homogenization were clarified.*

Keywords: *the theory of fields, organizational field, the South Korean business, Russian Far Eastern market.*

For citation: *Sokolova D.A., Reznik E.V. Organizational field of the South Korean companies' presence in the Russian Far eastern market // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University. 2024. Vol. 16. № 1. P. 106–118. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2024-1/106-118>*

Введение

Экономика Республики Кореи – экономика «открытого рынка», позволяющая свободно инвестировать в зарубежные проекты, проводить активную географическую экспансию бизнеса, поэтому совместное предпринимательство с южнокорейским бизнесом рассматривается как одно из приоритетных направлений развития Дальневосточного федерального округа (ДФО) [1]. В связи с этим особое значение приобретают исследования, направленные на изучение организационных форм присутствия южнокорейского бизнеса в российском дальневосточном бизнес-пространстве.

В качестве единицы анализа будем рассматривать организационное поле, формирующееся в процессе интернационализации южнокорейского бизнеса, территориально ограниченное рамками Приморского края. Исследование направлено на анализ проблемы теоретического обоснования и эмпирического подтверждения возможности применения теории полей применительно к процессам интернационализации бизнеса с целью повышения эффективности функционирования южнокорейских компаний на российском рынке. Представляет интерес как гносеологическая, так и предметная составляющие исследовательской проблемы. Предметная составляющая может быть сформулирована следующим образом. Недостаточная изученность организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке не позволяет понять закономерности его развития и разработать мероприятия, направ-

ленные на его структуризацию с целью повышения эффективности южнокорейского предпринимательства в интересах дальневосточной экономики России. Гносеологический аспект исследования направлен на оценку возможности применения теории полей для анализа процесса интернационализации иностранных компаний.

Цель исследования – эмпирическое подтверждение основных положений теории полей применительно к новому объекту – процессу интернационализации бизнеса и уточнение основных характеристик организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке в рамках структурной и интеракционистской концепции теории полей. Для достижения поставленной цели определен круг исследовательских задач: необходимо: 1) установить факторы формирования и развития организационного поля южнокорейского бизнеса на Дальнем Востоке России; 2) определить основные структурные элементы поля; 3) уточнить степень сформированности организационного поля южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке и выявить факторы его дальнейшей гомогенизации.

Итак, актуальность исследования обусловлена, с одной стороны, необходимостью теоретической трактовки совокупности южнокорейских компаний, реализующих экономическую деятельность в пространстве российского дальневосточного рынка, как организационного поля, а с другой – необходимостью эмпирического уточнения основных положений теории поля применительно к интернационализации бизнеса.

В основе исследования лежит метод case-study – интервьюирования топ-менеджеров и руководителей среднего звена ряда южнокорейских компаний, осуществляющих предпринимательскую деятельность в Дальневосточном федеральном округе.

Формирующееся организационное поле присутствия южнокорейского бизнеса на дальневосточном рынке будет рассмотрено в рамках теоретических основ экономической социологии в категориях мезоэкономики, актуализация которой отмечается на фоне господствующей до недавнего времени дихотомической парадигмы микро- и макроэкономики [2–8]. Как правило, феномен «мезоэкономика» используется как методологический инструмент для описания и моделирования процессов институционализации среды. Применительно к экономическим исследованиям существуют близкие по значению трактовки понятия мезоуровня, предлагаемые швейцарским профессором экономики К. Допфером [9, 10], немецким экономистом В. Элснером [11], канадским ученым К. Менардом [12]. Следуя трактовке К. Менарда, значимость мезоинституциональных структур, встраиваемых в более широкий контекст целостной институциональной среды в пространстве экономической деятельности, определяется необходимостью преодоления противоречий между «нисходящими» макроэкономическими стратегиями и «восходящими», устоявшимися неформальными нормами и правилами на микроуровне [12, с. 8].

В последние годы актуальность к проблематике организационных полей бизнес-взаимодействия резко возросла, о чем свидетельствует ряд публикаций

[13–23]. В своих исследованиях будем придерживаться интеракционистской концепции поля, где именно стратегии взаимодействия, а не объем и структура капитала, являются главным структурирующим фактором. Согласно данной концепции рассмотрим феномен поля:

– как «сконструированный социальный порядок мезоуровня», в котором коллективные акторы «взаимодействуют друг с другом на основе разделяемых пониманий о предназначении данного поля» [23, с. 65];

– как «институционализованные арены взаимодействия, на которых акторы с различными организационными возможностями выстраивают своё поведение по отношению друг к другу» [21], где экономические агенты становятся полноправными акторами, которые «не только формируют структуру данного поля и создают правила его функционирования, а порождают другие поля» [17, с. 382];

– как «способ структурирования и институциализации» среды взаимодействия [16, с. 48].

Под взаимодействием понимаем динамические отношения, определяемые как позиционированием агентов в поле, так и непосредственными контактами между ними. Рассмотрим взаимодействие как социальный процесс, где «посредством коммуникативного действия при условии рациональности (экономическое действие) на основе устоявшихся коллективных поведенческих, организационных, управленческих паттернов вырабатываются коллективные смыслы и ценности, в соответствии с которыми актор соотносит и изменяет себя посредством рефлексивного действия» [24, с. 13].

Свои исследования основываем на концепции дуализма действия и структуры П. Бурдьё, на рекурсивном понимании действия Э. Гидденса, где действие может вести как к воспроизводству, так и к трансформации бизнес-сообщества [13, 25]. В рамках институциональной теории исследования организаций придерживаемся утверждения о том, что в условиях неопределенности на организации одного поля действуют силы изоморфизма, обеспечивающие гомогенизацию поля [26, 27].

Придерживаясь теоретических подходов П. Димаджио и У. Пауэлла, Р. Скотта и Д. Мейера, Н. Флигстина, в качестве структурных элементов поля будем анализировать «совокупность всех заинтересованных акторов» (relevant actors) [21, 22, 33], а именно совокупность разнопрофильных южнокорейских компаний, реализующих свой бизнес в дальневосточном бизнес-пространстве России, объединенных общим процессом интернационализации, и организаций, оказывающих содействие им в преодолении проблем адаптации в новых рыночных условиях.

Так как «... поля существуют лишь в той мере, в какой они институционально определены» и «... обнаружены на основе эмпирических исследований» [16, с. 37], для проблемно-ситуационного анализа южнокорейских компаний был применен инструментальный метод конкретных ситуаций (case-study), а именно метод открытых материалов (СМИ, Интернет) и метод описательных кейсов. В качестве анализируемых источников использованы глубинные полуструкту-

рированные интервью топ-менеджеров отделов продаж, маркетинга и руководителей высшего звена 19 южнокорейских компаний, работающих в Приморском крае. Выборка южнокорейских компаний носила целенаправленный характер. На основе общей информации о генеральной совокупности южнокорейских компаний, работающих в ДФО (в 2019–2022 гг. – в то время, когда проводились эмпирические исследования; по информации Корейского Агентства по содействию торговле и привлечению инвестиций (Korea Trade Promotion Agency – KOTRA), в Приморском крае работало порядка 50 компаний с участием южнокорейского капитала [28]), с целью повышения репрезентативности выборки были сформированы следующие требования к отбору анализируемых компаний: компании должны представлять различные сферы деятельности, максимально отражающие спектр южнокорейского бизнеса в ДФО; должны иметь различные способы входа на российский дальневосточный рынок и организационные формы присутствия на нем.

Основная часть

За годы делового сотрудничества сформировались следующие направления южнокорейского бизнеса на дальневосточном рынке России [29–33]: 1) туристский и гостиничный бизнес, где лидерами являются совместная туристская компания «МегаТур» и южнокорейская компания «Лотте Отель Владивосток»; 2) сельское хозяйство, где компания «LOTTE International Mikhailovka», занимающаяся выращиванием сои, овощей, рассады и животноводством, занимает одно из лидирующих мест в регионе; 3) рынок бытовой электроники, оргтехники и сотовых телефонов, где на долю компаний «Samsung», «LG» приходится более четверти объема продаж в Приморском крае; 4) рынок строительных и отделочных материалов; 40 % рынка продаж оконных профилей приходится на южнокорейскую компанию «LG Chem». Южнокорейская компания «LG Metapol Pipe» занимает практически весь рынок продаж металлопластиковых труб Приморского края; 5) рынок сбыта продуктов питания, ассортимент которого представлен более 200 наименованиями компаний «Lotte», «Orion», «Doshirak Food & Beverages», «Ottogi Foods», «CJ. Daesang», «Jin Yang Product», «Joeun Food», «Kukje Confectionary», «OKF», «Ottogi», «Samhwa Hanyang», «Samjin», «Shany», «Youngwoo», «Nong Shim», «Haitai Beverage»; 6) рынок сбыта косметики, товаров для обеспечения здорового образа жизни и бытовой химии «Coreana Cosmetics», «VOV», «LG Household and Healthcare» («LG H&H») и его официальный дистрибьютор во Владивостоке – «Норд-Косметик», водоочистители «Doonam Biotech» и его дистрибьютор компания «Кулмарт»; 7) рынок автотехники, где представлены южнокорейские компании «Hyundai Motor», «Daewoo», «SangYoung Motor» и «Kia», рынок автомобильных шин и автосервисной продукции компаний «Kumho», «Hancock», «Hyundai», «Daewoo», «SangYoung Motor», «Kia».

Южнокорейские компании в основном ориентированы на маркетинг, совместную предпринимательскую деятельность и в меньшей степени – на прямые инвестиции, создание собственных предприятий (рис. 1).



Рис. 1. Доля южнокорейских компаний с различными стратегическими ориентациями на рынке Приморского края

Прежде чем приступить к анализу организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке, необходимо уточнить факторы, способствующие формированию и развитию поля. Под факторами генезиса организационного поля будем понимать не столько совокупность материальных и нематериальных средств достижения экономических результатов, сколько возможности и условия для реализации бизнес-идей, разделив их на стратегические, тактические и эндогенные. Среди стратегических факторов респондентами отмечены следующие: 1) уникальность географического положения дальневосточного региона России, имеющего выход к двум океанам (78 % респондентов); 2) возможность эффективной логистики через северный морской путь, позволяющий значительно сократить «транспортное плечо» (79 %); 3) расположение региона от арктического до субтропического климатических поясов, что дает возможность для реализации широкого спектра бизнес-идей (47 %); 4) наличие огромных запасов ресурсов, большая часть которых еще не освоена, включая и рекреационные (49 %); 5) успешная реализация крупных инфраструктурных проектов (51 %); 6) значительный социально-экономический рост Дальневосточного федерального округа (38 %). Большинство респондентов рассматривают дальневосточный рынок как пробный «заход» на российский рынок, что подтверждается ответами на следующие вопросы: «Предполагаете ли Вы дальнейшее расширение бизнеса на территории Российской Федерации?» (47 % опрошенных ответили утвердительно «да», 38 % – «да», при благоприятных условиях); «Рассматриваете ли Вы дальневосточный рынок как пробный полигон для дальнейшего продвижения бизнеса в России?» (67 % ответили положительно).

К тактическим факторам респонденты относят: 1) эффективную деятельность дальневосточного представительства некоммерческой корейской организации КОТРА (98 %); 2) сложившиеся добрососедские отношения между Россией и Республикой Корея (41 %); 3) активный туристический обмен и надежду на его восстановление в послепандемный период (36 %); 4) значительное влияние

азиатской культуры на население Дальнего Востока России (53 %); 5) признание россиянами высокого качества корейских товаров, что значительно упрощает ведение бизнеса (62 %); 6) созданные благоприятные условия инвестирования и предпринимательства; 7) наличие развитой маркетинговой инфраструктуры в ДФО (27 %); 8) открытое взаимодействие представителей федеральных и региональных органов власти с бизнес-сообществом (21 %). Основным эндогенным фактором, объясняющим географическую экспансию южнокорейского бизнеса, – это рост производственного потенциала, превосходящий емкость национального рынка (49 %). Южнокорейские бизнесмены, как правило, рассматривают российский дальневосточный рынок как стартовый, опытный полигон для дальнейшего «выхода» бизнеса на весь рынок Российской Федерации (63 %).

Ответы респондентов на вопросы «В чем заключаются, на Ваш взгляд, конкурентные преимущества южнокорейских товаров на российском дальневосточном рынке?» и «Заинтересованы ли Вы в долгосрочном сотрудничестве с российскими дальневосточными компаниями?» позволяют утверждать, что основой формирования и развития организационного поля южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке являются конкуренция на основе высокого качества предлагаемой продукции по доступным ценам и кооперация с дальневосточным бизнесом. Все респонденты отмечают важность сетевого взаимодействия с местным бизнес-сообществом, что значительно упрощает процесс культурной и бизнес-адаптации. Сетевое взаимодействие, по мнению респондентов, позволяет получить дополнительные знания о рынке, понять и предсказать поведение потребителя без привлечения дополнительных маркетинговых исследований, а также способствует поиску новых партнеров и заключению более выгодных контрактов, повышает знания юридической и финансовой документации.

Респонденты оценивают российский Дальний Восток как территорию рискованного бизнеса. Практически для всех респондентов (87 %) риск «входа» на дальневосточный рынок ассоциируется с негативным опытом соотечественников, информация о котором быстро и широко распространяется. Южнокорейские предприниматели выбирают бизнес-стратегии, минимизирующие возможные инвестиционные потери, придерживаясь франчайзинговой формы взаимодействия с российскими дальневосточными филиалами. Выбирая франчайзинг бизнес-формата, южнокорейские предприниматели предоставляют права на использование бренда и очень редко – на систему организации и управления дочерней компанией. Как правило, владельцы франшизы сами разрабатывают маркетинговую стратегию (87 %), определяют систему продаж (69 %) и стиль обслуживания клиентов (58 %), принимают участие в выборе помещения (72 %) и подборе персонала (48 %), сопровождают разработку сайта (34 %), проводят обучение (51 %), участвуют в переговорах различного уровня (52 %).

В теории организационных полей значимая роль в процессе гомогенизации и структуризации поля отводится профессиональным и деловым ассоциациям, институтам профессиональной подготовки. В формирующемся поле южнокорейского бизнеса создано несколько коммуникативных площадок (Форум межрегионального сотрудничества, День корейского инвестора) и институтов (Россий-

ско-корейский инновационный центр в Республике Корея, офис Агентства Дальнего Востока по привлечению инвестиций и поддержке экспорта в Сеуле, представительство провинции Северной Кенсан во Владивостоке), основная деятельность которых направлена на организацию совместного российско-корейского бизнеса. К сожалению, большинство респондентов не знают об этих организациях (82 %). Среди тех, кто информирован об их существовании, никто не воспользовался их услугами при организации бизнеса на российском Дальнем Востоке. По мнению подавляющего большинства респондентов (94 %), наиболее значимой региональной координационно-информационной структурой является дальневосточное представительство некоммерческой корейской организации КОТРА, выполняющее роль координатора российско-корейского взаимодействия. КОТРА оказывает поддержку при поиске партнеров, периодически организует деловые встречи с представителями органов власти регионального и федерального уровня, помогает в решении ряда организационных вопросов в части подготовки деловой документации и правовой защищенности.

Авторам не удалось найти информацию о профессиональных ассоциациях южнокорейского (совместного российско-южнокорейского) бизнеса в Дальневосточном федеральном округе, возможно, они находятся на стадии формирования. Часть функционала профессиональных ассоциаций успешно выполняет КОТРА, но ее высококвалифицированные немногочисленные сотрудники не могут обеспечить устойчивость и развитие отдельных профессиональных сообществ поля на основе их специфичных организационных паттернов.

Немного лучше обстоит дело с институциями профессиональной подготовки. В Дальневосточном федеральном округе ряд университетов федерального и регионального уровня реализуют программы дополнительного образования, программы подготовки специалистов среднего и высшего управленческого звена в области международного бизнеса: Школа экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета, Институт международного бизнеса, экономики и управления Владивостокского государственного университета, Международная школа бизнеса Тихоокеанского государственного университета. Анализ образовательных программ подтвердил их нацеленность на формирование специалистов, обладающих универсальными компетенциями, позволяющими компенсировать межкультурные расхождения в стилях ведения бизнеса и формирующими когнитивную основу, которая может быть рассмотрена как один из механизмов гомогенизации организационного поля взаимодействия дальневосточного и южнокорейского бизнеса.

Итак, среди основных коллективных акторов организационного поля южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке выделим:

- профессиональные поля взаимодействия;
- профессиональные и деловые ассоциации;
- центр информационного обеспечения организационного поля;
- институции профессиональной подготовки.

Коллективные акторы объединены единой целью – обеспечение эффективной интернационализации южнокорейского бизнеса на российском дальнево-

сточном рынке. На основе сформировавшегося в процессе исследования представления, подкрепленного теоретическим анализом и эмпирическими данными, была разработана модель организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке, которая была доработана после полученных замечаний и рекомендаций экспертов – сотрудников представительства КОТРА (г. Владивосток), Торгового представительства России в Республике Корея (г. Сеул) и Посольства РФ (г. Сеул).

Заключение

Проведенные эмпирические исследования показали, что теория полей вполне применима для исследования бизнес-взаимодействия в процессе интернационализации компаний. Она показала свою эффективность при структурно-интеракционистском анализе. Организационное поле, формирующееся в процессе интернационализации бизнеса, рассмотрено как взаимодействующая общность: 1) разнопрофильных компаний, реализующих бизнес в едином пространстве, преодолевающих схожие проблемы интернационализации; 2) организаций, оказывающих содействие им в преодолении проблем адаптации в новых рыночных условиях. В качестве одного из механизмов гомогенизации организационного поля, формирующегося в процессе интернационализации компаний, может рассматриваться франчайзинг бизнес-формата, направленный на структурный, процессуальный, поведенческий изоморфизм дочерних компаний.

Анализ организационного поля присутствия южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке позволил установить следующее:

1. Процесс географической экспансии южнокорейского бизнеса на российский дальневосточный рынок носит стратегический характер, где главной целью является закрепление и увеличение доли профильного рынка в надежде на скорую реализацию огромного потенциала Дальнего Востока России. Стремление к интернационализации южнокорейских компаний на российском рынке определяется наличием избыточных бизнес-мощностей в пределах национального рынка и желанием укрепить позиции на дальневосточном рынке как опытном полигоне при дальнейшем расширении бизнеса на весь российский рынок с целью получения дополнительной прибыли, повышения стабильности компании и усиления бренда.

2. В большей степени южнокорейские компании на российском дальневосточном рынке ориентированы на маркетинг, в меньшей степени – на прямые инвестиции и создание собственных предприятий.

3. Южнокорейские предприниматели при работе на дальневосточном рынке предпочитают холдинговую организационную структуру взаимодействия с «дочерними» компаниями, где «материнские» компании владеют большей частью или всем уставным капиталом и осуществляют контроль за деятельностью дочерних компаний.

4. Опираясь на полученные эмпирические данные, можем предположить, что организационное поле южнокорейского бизнеса находится на стадии формирования статусной иерархии, в каждом профессиональном сегменте поля определены компании лидеры, которые со временем могут сформировать статусную группу профессионального поля.

5. Дальнейшая гомогенизация организационного поля южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке будет способствовать его устойчивости и эффективному функционированию. В качестве основных механизмов гомогенизации, направленных на структурный, процессуальный, поведенческий изоморфизм поля, можно выделить следующие:

- широко представленный на дальневосточном рынке франчайзинговый формат взаимодействия с дочерними компаниями;
- дальневосточное представительство некоммерческой корейской организации КОТРА, которая на основе «групповой солидарности» [16] будет способствовать распространению определенных, наиболее эффективных в существующих условиях организационных моделей взаимодействия с российским бизнесом;
- развивающееся сетевое взаимодействие южнокорейских и дальневосточных компаний;
- центры формирования и распространения определенных организационных форм.

6. Отсутствие сформированных и активно функционирующих профессиональных ассоциаций может являться серьезной проблемой дальнейшего стабильного развития организационного поля южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке. Согласно концепции внутренних управленческих единиц Н. Флигстина именно профессиональные ассоциации обеспечивают стабильность и воспроизводство отдельных структурных единиц организационного поля, являются связывающим звеном организационного поля с внешними полями, способствуют разрешению как внешних, так и внутренних конфликтов [33].

В дальнейшем было бы интересно провести следующие исследования: 1) выполнить анализ динамики развития организационного поля; 2) определить критериальные характеристики каждой стадии развития организационного поля; 3) установить и описать механизмы стадийного перехода. Исследование процесса институционализации южнокорейского бизнеса на российском дальневосточном рынке, его взаимодействие с дальневосточными компаниями в аспекте формирования и развития организационного поля послужат основой для дальнейшей разработки инструментов управления бизнес-отношениями, направленными на долгосрочное и эффективное партнерство с южнокорейскими предпринимателями в интересах развития экономики Дальневосточного федерального округа.

Список источников

1. Бордачев Т. Поворот России на Восток: между выбором и необходимостью. 2022. URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/povorot-rossii-na-vostok/> (дата обращения: 28.01.23).
2. Волынский А.И. Мезоуровень как объект исследования в экономической литературе современной России // *Journal of Institutional Studies*. 2017. Т. 9, № 3. С. 36–49.
3. Кирдина-Чэндлер С.Г., Маевский В.И. Методологические вопросы анализа мезоуровня в экономике // *Journal of Institutional Studies*. 2017. Т. 9, № 3. С. 7–23.
4. Кирдина-Чэндлер С.Г. Мезоэкономика как новое направление в экономической теории: состояние и перспективы. 2020. URL: https://www.inecon.org/docs/2020/Kirdina_Ekaterinburg_2020.pdf (дата обращения: 20.09.2023).

5. Тарануха Ю.В. Макро- и микроэкономические исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Экономика. 2022. Т. 38, Вып. 2. С. 259–285.
6. Шаститко А.Е. Мезоинституты: умножение сущностей или развитие программы экономических исследований? // Вопросы экономики. 2019. № 5. С. 5–25.
7. Круглова М.С. Теория мезоинститутов Клода Менара и ее использование в институциональном дизайне // Журнал институциональных исследований. 2018. Т. 10, № 3. С. 49–57.
8. Вольнский А.И. Мезоуровень в экономических исследованиях: необходимость или будущая жертва бритвы Оккама? // Актуальные проблемы экономики и права. 2020. Т. 14, № 4. С. 667–682.
9. Dopfer K. and Potts J. Why evolutionary realism underpins evolutionary economic analysis and theory: A reply to Runde's critique // Journal of Institutional Economics. 2010. No. 6 (3). P. 401–413.
10. Dopfer K., Foster J. and Potts J. Micro-meso-macro // Journal of Evolutionary Economics. 2004. No. 14 (3). P. 263–279.
11. Elsner W. The process and a simple logic of 'meso'. Emergence and the coevolution of institutions and group size // Journal of Evolutionary Economics. 2009. No. 20 (3). P. 445–477.
12. Menard C. Research Frontiers in New Institutional Economics // Management Journal. 2018. No. 53 (1). P. 3–10.
13. Бурдьё П. Поле экономики // Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики / под ред. Н.А. Шматко. Москва: Изд-во Алетейя, 2005. С. 129–176.
14. Вебер М. Социологические категории хозяйствования // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / под ред. В.В. Радаева. Москва: Изд-во РОССПЭН, 2004. С. 59–81.
15. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / под ред. В.В. Радаева. Москва: Изд-во РОССПЭН, 2004. С. 131–158.
16. ДиМаджио Дж., Пауэлл У.В. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях // Экономическая социология. 2010. № 1 (11). С. 34–56.
17. Радаев В.В. Экономическая социология. Москва: Изд-во ГУ ВШЭ, 2005.
18. Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход // Общественные науки и современность. 2007. № 3. С. 115–128.
19. Радаев В.В. Современные экономико-социологические концепции рынка // В кн.: Радаев В. В., Добрякова М.С. Анализ рынков в современной экономической социологии. Москва: Изд-во ГУ ВШЭ, 2007. С. 21–60.
20. Радаев В.В. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом российском ритейле // Экономическая социология. 2009. № 10 (1). С. 19–56.
21. Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений // Экономическая социология. 2001. № 2 (4). С. 28–55.
22. Флигстин Н. Экономическая социология капитализма // Экономическая социология. 2007. Т.8, № 2. С. 41–60.
23. Флигстин Н., Макадам Д. Теория полей // Экономическая социология. 2022. Т. 23, № 1. С. 60–101.
24. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. под ред. Д.В. Складнева. Санкт-Петербург: Изд-во Наука, 2001.
25. Климов И.А. Социологическая концепция Энтони Гидденса // Социологический журнал. 2000. № 1. С. 147–179.

26. Scott W.R., Meyer J. The Organization of Societal Sectors. In: Meyer J., Scott W. R. (eds) *Organizational Environments: Ritual and Rationality*. Beverly Hills, CA: SAGE, 1983. P. 129–153.
27. Meyer D., Whittier N. Social Movement Spillover // *Social Problems*. 1994. No. 41 (2). P. 277–298.
28. КОТРА (2020, 2021, 2022). Available at: <http://kotra.ru/centr-podderzhki-korejskix-investorov-vo-vladivostoke> (accessed date: 20.01.23).
29. Центр развития региональной политики. URL: <https://finance.rambler.ru/other/44055026-eksperty-sostavili-reyting-potentsiala-regionov-dfo> (дата обращения: 20.04.23).
30. Дальневосточное таможенное управление. URL: <http://dvtu.customs.ru/> (дата обращения: 10.12.2023).
31. Деловой еженедельник «Конкурент». URL: www.konkurent.ru/ (дата обращения: 17.11.2023).
32. Деловой еженедельник «Эксперт». URL: www.expert.ru/ (дата обращения: 17.11.2023).
33. Флигстин Н. *Архитектура рынков. Экономическая социология капиталистических обществ XXI века*. Москва: Изд-во ГУ Высшей школы экономики, 2013.

References

1. Bordachev T. Russia's turn to the East: between choice and necessity. 2022. URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/povorot-rossii-na-vostok/> (accessed date: 28.01.23).
2. Volynsky A.I. Mezroven as a research object in the economic literature of modern Russia. *Journal of Institutional Studies*. 2017; 9 (3): 36–49.
3. Kirdina-Chandler S.G., Maevsky V.I. Methodological questions of meso-level analysis in economics. *Journal of Institutional Studies*. 2017; 9 (3): 7–23.
4. Kirdina-Chandler S.G. Mesoeconomics as a new direction in economic theory: state and perspectives. 2020. URL: https://www.inecon.org/docs/2020/Kirdina_Ekaterinburg_2020.pdf (accessed date: 20.09.2023).
5. Taranukha Yu.V. Macro- and microeconomic research. *Bulletin of St. Petersburg University. Series: Economics*. 2022; 38 (2): 259–285.
6. Shastitko A.E. Mesoinstituts: multiplication of entities or development of the economic research program? *Economic issues*. 2019; (5): 5–25.
7. Kruglova M.S. The theory of mesoinstituts by Claude Menard and its use in institutional design. *Journal of Institutional Research*. 2018; 10 (3): 49–57.
8. Volynsky A.I. Mesoreven in economic research: the need or future victim of Occam's razor? *Actual problems of economics and law*. 2020; 14 (4): 667–682.
9. Dopfer K. and Potts J. Why evolutionary realism underpins evolutionary economic analysis and theory: A reply to Runde's critique. *Journal of Institutional Economics*. 2010; 6 (3): 401–413.
10. Dopfer K., Foster J. и Potts J. Micro-meso-macro. *Journal of Evolutionary Economics*. 2004; 14 (3): 263–279.
11. Elsner V. Process and simple logic of "meso". Emergence and coevolution of institutions and group size. *Journal of Evolutionary Economics*. 2009; 20 (3): 445–477.
12. Menard S. Boundaries of research in the new institutional economy. *Journal of Management*. 2018; 53 (1): 3–10.
13. Bourdieu P. Field of Economics // Bourdieu P. Social space: fields and practices / ed. N.A. Shmatko. Moscow: Publishing House of Aleteya; 2005. P. 129–176.
14. Weber M. Sociological categories of management. *Western economic sociology: a text-book of modern classics / edited by V.V. Radaev*. Moscow: ROSSPEN Publishing House; 2004. P. 59–81.

15. Granovetter M. Economic action and social structure: the problem of rootedness. *Western economic sociology: a textbook of modern classics / edited by V.V. Radaev*. Moscow: ROSSPEN Publishing House; 2004. P. 131–158.
16. DiMaggio J., Powell W.W. New view of the "iron cell": institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *Economic sociology*. 2010; 1 (11): 34–56.
17. Radaev V.V. Economic sociology. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics; 2005.
18. Radaev V.V. What is the market: economic and sociological approach. *Social sciences and modernity*. 2007; (3): 115–128.
19. Radaev V.V. Modern economic and sociological concepts of the market. In book: Radaev V.V., Dobryakova M.S. Market analysis in modern economic sociology. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics; 2007. P. 21–60.
20. Radaev V.V. Economic struggle and social ties: the structure of competitive relations in the new Russian retail. *Economic sociology*. 2009; 10 (1): 19–56.
21. Outstee N. Fields, power and social skills: a critical analysis of new institutional trends. *Economic sociology*. 2001; 2 (4): 28–55.
22. Outstee N. Economic sociology of capitalism. *Economic sociology*. 2007; 8 (2): 41–60.
23. Fligstee N., Macadam D. Field Theory. *Economic Sociology*. 2022; 23 (1): 60–101.
24. Habermas Yu. Moral consciousness and communicative action / trans. From German under. ed. D.V. Sklyadneva. St. Petersburg: Publishing House Science; 2001.
25. Klimov I.A. Sociological concept of Anthony Giddens. *Sociological journal*. 2000; (1): 147–179.
26. Scott W.R., Meyer J. The Organization of Societal Sectors. In: Meyer J., Scott W.R. (eds) Organizational Environments: Ritual and Rationality. Beverly Hills, CA: SAGE; 1983. P. 129–153.
27. Meyer D., Whittier N. Social Movement Spillover. *Social Problems*. 1994; 41 (2): 277–298.
28. KOTRA (2020, 2021, 2022). Available at: <http://kotra.ru/centr-podderzhki-korejskix-investorov-vo-vladivostoke> (accessed date: 20.01.23).
29. Regional Policy Development Center. URL: <https://finance.rambler.ru/other/44055026-eksperty-sostavili-reyting-potentsiala-regionov-dfo> (accessed date: 20.04.23).
30. Far Eastern Customs Administration. URL: <http://dvtu.customs.ru/> (accessed date: 10.12.2023).
31. Business weekly "Competitor". URL: www.konkurent.ru/ (accessed date: 17.11.2023).
32. Business weekly "Expert". URL: www.expert.ru/ (accessed date: 17.11.2023).
33. Outstee N. Market architecture. Economic sociology of capitalist societies of the 21st century. Moscow: Publishing House of the State University of the Higher School of Economics; 2013.

Информация об авторах:

Соколова Дарья Андреевна, канд. социол. наук, доцент, доцент департамента Менеджмента и предпринимательства, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, sokolova.dand@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2941-7937>

Резник Елена Валентиновна, канд. экон. наук, доцент, доцент департамента Менеджмента и предпринимательства, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, reznik.eva@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2444-0524>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2024-1/106-118>

Дата поступления:
28.02.2024

Одобрена после рецензирования:
01.03.2024

Принята к публикации:
05.03.2024