

Р. А. Гресь

**РАЗВИТИЕ СЕТЕВЫХ БИЗНЕС-СТРУКТУР
В ПРОСТРАНСТВЕННО РАСПРЕДЕЛЕННОМ КЛАСТЕРЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ –
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Балтийский федеральный университет им. И. Канга, Калининград, Россия

Поступила в редакцию 05.08.2023 г.

Принята к публикации 13.09.2023 г.

doi: 10.5922/gikbfu-2023-3-4

51

Для цитирования: Гресь Р. А. Развитие сетевых бизнес-структур в пространственно распределенном кластере Санкт-Петербург – Ленинградская область – Калининградская область как инструмент межрегионального взаимодействия // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канга. Сер. Естественные и медицинские науки. 2023. №3. С. 51 – 62. doi: 10.5922/gikbfu-2023-3-4.

В современных условиях повышения геополитической напряженности и волатильности мировой экономики в качестве источника экономического роста для регионов России все чаще принимается развитие межрегионального взаимодействия. Однако изучение такого взаимодействия должно включать не только анализ торговых потоков, но и анализ сетевого взаимодействия, попытка осуществить который представлена в данной работе. В статье приведены результаты исследования по анализу представленности петербургских компаний, имеющих собственные бренды, на территории Калининградской области. Исследованием были охвачены 33 компании из Санкт-Петербурга. Было установлено, что на территории Калининградской области региональные представительства, офисы, филиалы, собственные магазины или дилерские центры имеют только восемь петербургских компаний, считая организации федерального уровня, пять – без учета организаций федерального уровня. Наиболее представленной оказалась отрасль финансовых услуг, наименее представленными – IT-индустрия, фармацевтика, пищевая промышленность и АПК. Все это происходит на фоне расширения присутствия петербургского бизнеса в регионах РФ за пределами СЗФО РФ.

Ключевые слова: межрегиональное взаимодействие, товарные потоки, сетевые структуры, география поставок, экономическая безопасность, Северо-Запад России, Балтийский регион

Введение

Последнее десятилетие для российской экономической и географической мысли ознаменовалось поиском новых источников экономического роста страны и ее регионов. Высказываются различные идеи: от приоритизации на перспективных отраслях или формирования цир-



кулярной экономики до создания дополнительных «точек роста» или фокусирования на развитии ключевых агломераций. В этом ряду неоднократно звучат предложения о развитии межрегионального взаимодействия как инструменте обеспечения социально-экономического развития России. Аксиоматически принимается, что развитие такого сотрудничества не является антагонистической игрой (в отличие от взаимодействий в глобальном мире) и воспринимается как исключительное благо. Согласимся с данной установкой.

Несмотря на то что межрегиональное сотрудничество неоднократно упоминается учеными и экспертами исключительно в позитивном ключе, практических моделей для его реализации и «лучших практик» не так много. Регионы России и их управленческие команды скорее находятся в парадигме межрегиональной конкуренции, соперничая за федеральные ресурсы и средства инвесторов. Такая позиция косвенно прослеживается и в системе стратегического планирования. В региональных стратегиях социально-экономического развития не часто упоминаются те или иные сюжеты межрегионального взаимодействия. Это касается и стратегий регионов СЗФО РФ. Если о межрегиональном взаимодействии и говорится, то преимущественно в общем виде или же упоминаются те инициативы, которые реализуются на федеральном уровне.

Сложившуюся практику абстрактной и теоретизированной имплементации сюжетов межрегионального взаимодействия как в стратегических документах, так и в научной литературе [8] нельзя назвать правильной. При рассмотрении подобных вопросов в большинстве случаев необходима конкретизация с указанием форматов взаимодействия, действующих сторон (акторов), потенциальных интересантов, механизмов развития сотрудничества. Кто, с кем и зачем должен осуществлять межрегиональное сотрудничество — часто эти вопросы оставлены без ответа.

Торговая связанность регионов РФ

В каждом конкретном случае показатели межрегиональной торговли в пределах России на сегодняшний день оказались значительно сниженными, в том числе и по причине отсутствия проработанного стратегического видения развития межрегионального взаимодействия в стратегических документах. Как отмечают В.Л. Макаров, А.И. Агеев, А.Р. Бахтизин и др. со ссылкой на расчеты А.Б. Гусева, торговая связанность федеральных округов по данным 2009 г. характеризовалась значительной неоднородностью с доминированием Центрального и Приволжского федеральных округов. Эти два округа и определяют целостность экономического пространства страны, концентрируя основные потоки. Торговая связанность большинства других федеральных округов между собой, напротив, оказалась минимальна [4, с. 27, 29].

Согласно расчетам А.В. Котова по показателям центральности регионов по собственному вектору существуют два выраженных полюса межрегиональных экономических взаимодействий (Московская и Пе-



тербургская агломерации). Неплохие показатели отмечаются в старопромышленных Приволжском и Уральском федеральных округах. Наихудшим образом здесь выделяются Сибирский и Дальневосточный федеральные округа [3, с. 49].

Недостаточный уровень развития межрегиональной торговли показывает в целом проблему экономической связанности и целостности страны. Торговый баланс региона в существующей модели национального государства акцептирует на себя внимание с точки зрения обеспечения национального суверенитета на территории. Социально-экономическое развитие региона, экономика которого тесно связана с экспортно-импортными потоками, становится крайне зависимо от любых глобальных или макрорегиональных процессов. Трансформации внешних факторов превращаются в вызовы резильентности социально-экономических систем. Поэтому межрегиональное сотрудничество может пониматься как некоторая более стабильная альтернатива ориентации на глобальный рынок.

По мнению Г.М. Федорова, в современных геополитических условиях для таких геостратегических регионов, как Калининградская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, особенно важна межрегиональная кооперация в рамках создания пространственно распределенного кластера [7, с. 34]. Первым признаком существования такого кластера можно назвать развитую межрегиональную торговлю. К сожалению, на текущий момент объемы внутренней торговли в СЗФО РФ явно недостаточны. Из материалов исследования М.А. Сидорова следует, что большинство регионов Северо-Запада РФ практически не торгуют друг с другом. Так, составленная автором матрица торговых потоков показывает, что Калининградская область в СЗФО РФ торгует только с Санкт-Петербургом, Ленинградской, Мурманской и Новгородской областями. Показатели торговли с другими регионами СЗФО близки к нулю [5, с. 107]. Данная ситуация характерна не только для Калининградской области, похожая картина наблюдается в Псковской и Новгородской областях.

Также нужно отметить, что включенность Калининградской области в межрегиональные взаимодействия на национальном уровне оказалась многократно выше, чем в рамках СЗФО РФ [5, с. 102]. Косвенно эти данные подтверждают К.Ю. Волошенко и А.А. Новикова. Касательно Калининградской области они отмечают, что происходит «переключение на географические центры межрегиональных торговых потоков, сокращение импортных потоков из стран со сложной геополитической ситуацией, усиление мер в части развития собственного потенциала региона» [1, с. 12]. Сказанное можно интерпретировать и как дальнейшую задачу для реализации поставленной стратегической цели социально-экономического развития региона. Такая задача должна включать мероприятия по развитию межрегионального взаимодействия. Оценка выполнения задачи может строиться на показателях, отражающих уровень товарных потоков, взаимных инвестиций, сетевого взаимодействия.



Товарные потоки

Товарные потоки достаточно основательно закрепились в качестве источника для анализа в экономических и экономико-географических исследованиях. Основные подходы эмпирического анализа межрегиональных взаимодействий базируются на гравитационных или балансовых моделях, которые опираются на измерение товарных потоков. Подробный анализ применения гравитационных моделей для оценки межрегиональной торговли изложен в [6]. Дополняет гравитационное и балансовое моделирование метод графов [3, с. 46], который также предполагает изучение товарных потоков. Также необходимо отметить модель Г.М. Федорова и Т.Р. Гареева, включающую оценку торговых потоков международного и межрегионального уровней [2].

Товарные потоки действительно представляют собой некие универсальные данные для анализа экономических межрегиональных взаимодействий за счет своей сравнимости и наличия статистического учета. Однако с помощью таких данных крайне сложно сделать релевантные выводы о наличии всех видов и форм взаимодействий между конкретными регионами, сложно описать взаимодействие в перспективных формирующихся отраслях четвертичного сектора и дать оценку наличия намерений по реализации совместных проектов. Товарные потоки описывают некоторую фактическую ситуацию без ее фундаментальной экспликации и только крайне ограниченно могут позволить сделать оценку перспективам развития сотрудничества.

Таким образом, товарные потоки должны дополняться данными о перекрестных инвестициях, финансовых потоках, трудовой миграции, объемах транспортной работы, количестве совместных инициатив на региональном и муниципальном уровнях, деловых контактов, рекламных интеграций и т.д. Недостаток статистических данных по указанным показателям представляет собой серьезное ограничение для выхода за пределы изучения товарных потоков. Например, количество деловых контактов в макрорегиональном масштабе раскрывает перспективы кооперации при получении одним из экономических акторов крупного подряда, а также создания каналов сбыта и поставок. То есть, говоря о нетоварных потоках, логичным образом нужно поставить вопрос о скрытом за ними существовании и развитии сетевых структур.

Сетевые структуры

Особенно важным в межрегиональном взаимодействии представляется создание и развитие сетевых структур, закладывающих и реализующих структуру этого взаимодействия. Сетевая модель взаимодействия приобретает особое значение в логике коммуникационной теории М. Кастельса. Наличие сетевой структуры на языке общей теории систем позволяет уменьшить время отклика системы на внешние воздействия и ускорить адаптивные процессы (геоадаптацию) за счет распределенного управления и развитой системы горизонтальных связей.



Важным маркером развития межрегиональных сетевых структур является прямое присутствие бизнеса в других регионах: присутствие собственных точек сбыта, представительств, филиалов, центров управления, сервисных центров и т.д. Передача некоторых управленческих функций будет напрямую свидетельствовать о наличии сетевой структуры. Конечно, многие из компаний демонстрируют скорее вертикальную интеграцию, чем горизонтальную (сетевую), но само по себе наличие бизнес-интересов в другом регионе уже проявляет существование потенциальной выгоды и ниши для создания сетевых структур. В этом смысле актуальной задачей представляется проведение анализа бизнес-присутствия петербургских компаний с собственными брендами на рынке Калининградской области.

Цель исследования — определить степень развитости сетевых бизнес-структур в пределах пространственно распределенного кластера Санкт-Петербург — Ленинградская область — Калининградская область на примере представленности компаний-брендов Санкт-Петербурга в Калининградской области.

Задачи исследования:

1) составить перечень зарегистрированных в Санкт-Петербурге компаний, имеющих товарный, корпоративный бренд или бренд услуги. Выбрать наиболее известные петербургские компании в потребительской среде;

2) распределить компании по группам в зависимости от их отраслей, ранжировать компании по финансовым показателям (по выручке);

3) установить по материалам открытых источников и официальных сайтов компаний наличие какой-либо экономической деятельности в соответствии с двумя категориями (производства/офисы и магазины/дилерские центры) на территории Калининградской, а также Ленинградской области и Москвы (для сравнения);

4) сформировать выводы относительно представленности петербургских компаний-брендов на территории Калининградской области, а также о степени развитости сетевых структур.

Методы исследования: сравнительно-географический, картографический, статистический, аналитический, метод синтеза, методы аналогии, абдукции, формализации, конкретизации.

Материалы исследования. Источниками данных для исследования послужили официальные сайты компаний (разделы про сбыт продукции, региональные представительства, дилерские центры и центры продаж, филиалы), а также интернет-платформы с открытыми данными юридических лиц: «СПАРК», «РБК Компании». Дополнительно собиралась информация о наличии региональных представительств, офисов, фирменных торговых точек и т.п. с помощью открытых интернет-ГИС («Яндекс.Карты», «2ГИС», «Google Карты») в случае, если информация на сайтах компаний была недостаточной или неверифицируемой.



Результаты исследования и их обсуждение

О развитии межрегионального сотрудничества в СЗФО РФ говорится давно. Актуальность вопроса прямо пропорциональна возрастающему геополитическому напряжению в Балтийском регионе, что формирует для приграничных регионов РФ на Балтике необходимость обеспечения экономической безопасности. Развитие внутренней торговли в пространственном распределенном кластере Санкт-Петербург — Ленинградская область — Калининградская область видится одним из инструментов обеспечения экономической безопасности. Стремление подтверждается объективными возможностями, сфер для сотрудничества достаточно: от судостроения и судоремонта до инжиниринга и архитектуры. Потенциал развития торговли далеко не исчерпан. Однако не все крупные и известные компании в Санкт-Петербурге вовлечены в процессы развития межрегионального сотрудничества.

Некоторые петербургские компании, продукция которых широко представлена в регионах России, вообще не осуществляют отгрузки в Калининградскую область. Например, фармацевтическая компания «Эркафарм» имеет долю на рынке Санкт-Петербурга 50 %, в Ленинградской области — 14,2 %, в Псковской области ее доля уже составляет 3,9 %. В остальные регионы СЗФО РФ компания не осуществляет поставки. При этом доля компании в Новосибирской области достигает 13,9 %, в Москве — 15 % [9]. Другая компания, в сфере пищевой промышленности, — «Балтийский берег» в пределах СЗФО РФ (не считая Ленинградской области) осуществляет поставки в Псков, Петрозаводск, Костомукшу, Мурманск, Архангельск, Нарьян-Мар, Вологду, Котлас, Сыктывкар, Печору, Инту, Воркуту. Города Калининградской области в географии поставок не представлены [12].

К сожалению, многие другие петербургские компании открыто не публикуют данные о географии своих поставок. Но даже пример «Эркафарма» и «Балтийского берега» демонстрирует возможность петербургского бизнеса работать на удаленных от Санкт-Петербурга территориях (Ненецкий АО, Новосибирская область, Красноярский край и др.), при работе на которых возникают достаточно высокие логистические издержки. Таким образом, присутствие петербургских компаний в Калининградской области более чем возможно. Однако нужно учитывать и фактор конкурентной среды, логично предположить, что петербургским компаниям сложно выйти на рынок Калининградской области при наличии высокорентабельного местного бизнеса. Конкуренция должна уступить место взаимовыгодному сотрудничеству. Здесь необходимо проводить большую комплексную работу с участием всех ключевых акторов для создания равных конкурентных возможностей при сохранении региональных производств и эффективного малого и среднего бизнеса. Приход новых петербургских компаний не должен привести к разрушению региональной экономики и росту безработицы, наоборот, важно добиться синергетического эффекта, а не идемпотентности.

Говоря более широко не просто о торговле, а обо всем комплексе экономических взаимоотношений, стоит вновь упомянуть о сетевых структурах, выступающих объектом данного исследования. Сетевая



бизнес-структура может включать в себя региональные представительства, филиалы, отделения с разной степенью автономности. Даже наличие любого реализуемого проекта на территории другого региона показывает возможное зарождение сетевой структуры. С другой стороны, непосредственное наличие товаров из Петербурга на полках магазинов не может в данном случае быть релевантным показателем, товары появляются благодаря большому количеству посредников, что исключает какую-либо целевую направленность и заинтересованность самого производителя.

В данной статье сделана попытка оценить уровень представленности петербургских компаний с товарными, корпоративными брендами или брендами услуг на рынке Калининградской области через анализ наличия представительств, фирменных магазинов, филиалов, дилерских центров, отделений в Калининградской области. Результаты представлены в таблице.

Представленность петербургских компаний-брендов на территории Калининградской, Ленинградской областей и в Москве

Тип бренда*	Юридическое лицо	Выручка, млрд руб., 2022 г.**	Форма представленности в регионе***	Представленность в регионе		
				Ленинградская область	Калининградская область	Москва
ТБ, КБ	ПАО «Газпромнефть»	3000	М	+	+	+
<i>Строительство и торговля строительными товарами</i>						
ТБ, КБ	ООО «СТД "Петрович"»	98	М	+	-	+
ТБ, КБ	ООО «Сэтл строй»	58	П	+	+	-
ТБ, КБ	ООО «ЛСР. Недвижимость-СЗ»	52	П	+	-	+
ТБ	ООО «Пеноплэкс СПб»	28	П	+	-	+
ТБ, КБ	ООО «Максидом»	27	М	-	-	+
ТБ, КБ	АО «Эталон ЛенспецСМУ»	16	П	-	-	+
<i>Связь и телекоммуникации</i>						
БУ, КБ	ПАО «Ростелеком»	351	М	+	+	+
БУ, КБ	ОАО «Мегафон»	321,8	М	+	+	+
<i>IT-индустрия</i>						
БУ, КБ	ООО «В Контакте»	97,8	П	-	-	+
БУ	АО «Нэксайн» (NEXIGN)	9,2	П	-	-	+
БУ	ООО «Сигма»	4,68	П	-	-	+
БУ	ООО «Геоскан»	0,8	П	-	-	+
<i>Финансовые услуги</i>						
БУ	ООО «Балтийский лизинг»	77	М	-	+	+
БУ, КБ	ПАО «Банк «Санкт-Петербург»»	45,8	М	+	+	+



Окончание табл.

Тип бренда*	Юридическое лицо	Выручка, млрд руб., 2022 г.**	Форма представленности в регионе***	Представленность в регионе		
				Ленинградская область	Калининград- ская область	Москва
<i>Фармацевтика</i>						
ТБ	АО «Биокад»	93	П	-	-	+
ТБ	АО «Эркафарм»	19	М	+	-	+
ТБ	ООО «Вертекс»	14	П	-	-	+
<i>Машиностроение и иная промышленная продукция</i>						
ТБ	АО «Группа «Илим»	180	П	+	-	-
ТБ	АО «Петербургский тракторный завод»	27	М	-	+	+
ТБ	ООО «Свеза-лес»	14	П	-	-	+
ТБ, КБ	АО «Императорский фарфоровый завод»	2,7	М	-	-	+
<i>Пищевая промышленность и АПК</i>						
ТБ, КБ	ООО «Лента»	496	М	+	-	+
ТБ, КБ	ООО «О'кей»	156	М	+	-	+
ТБ, КБ	ООО «Пивоваренная компания «Балтика»	83	П	-	-	-
ТБ	ООО «ТК "Благо"»	38	П	-	-	-
ТБ	ООО «ТД «Балтийский берег»	18	П	+	-	+
ТБ	ООО «Агро-Альянс»	16	П	-	-	+
ТБ	ООО «Виола»	8	П	+	-	+
ТБ	ООО «Север-Метрополь»	1,9	М	+	-	+
ТБ	ООО «Кондитерская фаб- рика им. Н. К. Крупской»	1	М	-	-	-
<i>Легкая промышленность и fashion-индустрия</i>						
ТБ	АО «Мэлон фэшн груп» (BeFree)	37	М	+	+	+
ТБ	АО «БТК групп» (Urban Tiger)	29,6	М	-	-	+

Примечание:

* ТБ – товарный бренд; БУ – бренд услуги; КБ – корпоративный бренд.

** При отсутствии данных за 2022 г. указывались имеющиеся значения за предыдущий период.

*** П – производства, офисы и объекты; М – магазины, дилерские центры, точки сбыта.

Источник: составлено автором с использованием официальных сайтов компаний, интернет-ГИС, агрегаторов финансовой информации.



Как следует из таблицы, представленность петербургских компаний в Калининградской области сильно сужена по сравнению с аналогичной представленностью в Москве и Ленинградской области. Только 8 петербургских компаний из 33 исследованных работают в Калининградской области. В Ленинградской области аналогичный показатель — 16 компаний, в Москве — 28. То, что Ленинградская область уступает здесь Москве, весьма объяснимо за счет эффекта централизации. Бизнес не считает нужным создание каких-то полупериферийных структур, когда все функции можно сосредоточить в центре (в Санкт-Петербурге) и не нести дополнительные издержки, клиенты в пределах агломерации будут охвачены этими центральными офисами. Высокая степень представленности петербургских брендов в Москве дополнительных комментариев не требует: большая емкость рынка, размещение органов власти, высокий человеческий потенциал, общероссийский коммуникативный и логистический центр.

Достаточно нетривиально выглядит ситуация при рассмотрении представленности петербургских компаний в Калининградской области по отраслям. Так, ни одна из петербургских компаний в сферах АПК и пищевой промышленности, IT-индустрии, фармацевтики не присутствует в Калининградской области. Полностью представлены из исследованных организаций только компании в сфере связи и коммуникаций: «Ростелеком» и «Мегафон», а также в сфере продажи продуктов нефтепереработки — «Газпромнефть». Но здесь нужно сказать о федеральном статусе этих компаний и принадлежности первых двух к «большой четверке сотовых операторов». Их присутствие вертикально интегрировано. Интересна и полная представленность в Калининградской области финансовых учреждений из Петербурга — «Банк «Санкт-Петербург» и «Балтийский лизинг».

В области строительства и торговли строительными товарами в Калининградской области представлен только «Setl Group», имеющий в регионе реализованные и реализуемые проекты [11]. Остальные крупные застройщики из Санкт-Петербурга не осуществляют профильную деятельность на территории Калининградской области и ориентируются на другие регионы. Например, «ЛСР» реализует ряд проектов в Москве и Екатеринбурге, а «Эталон ЛенСпецСМУ» — в Москве, Омске, Тюмени, Казани, Екатеринбурге.

Из отрасли машиностроения в Калининградской области представлен только «Петербургский тракторный завод», имеющий один дилерский центр в Черняховске [10]. Говоря о легкой промышленности и fashion-индустрии, нужно отметить «Мэлон фэшн груп», имеющую собственные магазины в Калининградской области. Таким образом, если исключить из выборки петербургские компании с федеральным статусом, то в Калининградской области окажутся представленными только пять известных петербургских компаний, что свидетельствует о начальной стадии развития сетевых бизнес-структур в пространственно распределенном кластере Санкт-Петербург — Ленинградская область — Калининградская область.



Выводы

Проведение данного исследования позволило выявить крайне низкую степень представленности петербургских брендов и компаний в Калининградской области. Свои магазины, производства, офисы, представительства или дилерские центры в Калининградской области имеют только пять известных петербургских компаний, не считая компаний федерального уровня: «Setl Group», «Банк «Санкт-Петербург», «Балтийский лизинг», «Петербургский тракторный завод», «Мэлон фэшн груп». По рассматриваемому показателю Калининградская область значительно уступает Ленинградской области и Москве. В Москве представлено 28 из 33 исследованных петербургских компаний с собственными брендами. Сложившаяся ситуация диссонирует с тем фактом, что ряд петербургских компаний осуществляет свою деятельность в других регионах России за пределами СЗФО РФ.

Полученные результаты позволяют говорить только о начальной стадии развития сетевых бизнес-структур в пространственно распределенном кластере Санкт-Петербург – Ленинградская область – Калининградская область. Полученный вывод согласуется с низкими показателями развития межрегиональной торговли в СЗФО РФ, установленными в ряде других исследований [3–5]. С учетом имеющегося потенциала, низкой базы и необходимости развития межрегионального взаимодействия в Балтийском регионе формируется окно возможностей для реализации различных совместных инициатив, в том числе на коммерческой основе. Проработка конкретных идей со стороны бизнеса и органов власти – актуальная задача сегодняшнего дня, от решения которой зависит экономическая безопасность прибалтийских регионов. Данная задача должна быть отражена в соответствующих документах стратегического планирования.

Полученные в ходе исследования данные могут быть использованы при проведении более глубинного изучения сетевого взаимодействия в СЗФО РФ с применением метода графов. Подтвердить или опровергнуть полученные выводы можно путем реализации дополнительных аналогичных перекрестных исследований по изучению представленности брендов Калининградской области в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, брендов Ленинградской области в Калининградской области и Санкт-Петербурге. Исследовательское поле может быть расширено на все регионы СЗФО РФ.

Статья подготовлена при финансовой поддержке проекта РНФ №22-27-00289 «Обоснование реструктуризации международных связей и мер обеспечения военно-политической безопасности российских регионов на Балтике в условиях углубления геополитических противоречий».

Список литературы

1. Волошенко К.Ю., Новикова А.А. Экономико-географический подход к оценке торговых потоков приграничного региона // Региональные исследования. 2020. №4. С. 4–18. <https://doi.org/10.5922/1994-5280-2020-4-1>.
2. Гареев Т.Р., Жданов В.П., Федоров Г.М. Новая экономика Калининградской области // Вопросы экономики. 2005. №2. С. 23–39.



3. Котов А. В. Асимметрия межрегиональных экономических связей в России: синтез гравитационного и сетевого подходов // Межтерриториальное неравенство: проблема или драйвер развития : материалы VI Междунар. симпозиума по региональной экономике. Екатеринбург, 2021. С. 45–51.

4. Макаров В. Л. и др. Матрица финансовых потоков – инструмент реализации экономической политики страны // Экономические стратегии. 2021. Т. 23, №4. С. 22–35.

5. Сидоров М. А. Рынки сбыта продукции регионов Северо-Запада России: количественное измерение // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2022. Т. 15, №3. С. 91–112. <https://doi.org/10.15838/esc.2022.3.81.5>.

6. Томаев А. О., Павлов П. Н., Каукин А. С. Внутренняя торговля России: применение гравитационной модели // Экономическая политика. 2020. Т. 15, №5. С. 60–89. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2020-5-60-89>.

7. Федоров Г. М. Экономика регионов России на Балтике: уровень и динамика развития, структура, внешнеторговые партнерства // Балтийский регион. 2022. Т. 14, №4. С. 20–38. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2022-4-2>.

8. Чепурина Е. О., Щебарова Н. Н. Инструменты развития межрегиональной торговли Мурманской области как фактора роста валового регионального продукта // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Экономика и Право. 2021. №3. С. 55–57.

9. География. Группа компаний Эркафарм. URL: <https://erkapharm.com/компания/география/> (дата обращения: 01.08.2023).

10. Карта дилеров. Петербургский тракторный завод. URL: <https://kirovets-ptz.com/buy/dealers/> (дата обращения: 01.08.2023).

11. Новостройки от Setl Group в Калининграде. Setl Group. URL: <https://setlgroup.ru/projects/kaliningrad-city> (дата обращения: 01.08.2023).

12. О нас. Балтийский берег. URL: https://www.baltbereg.com/about_us/ (дата обращения: 01.08.2023).

Об авторе

Роберт Андреевич Гресь – аспирант, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: Robert.a.gres@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5502-1074>

R. A. Gres

DEVELOPMENT OF NETWORK BUSINESS STRUCTURES IN THE SPATIALLY DISTRIBUTED CLUSTER ST. PETERSBURG – LENINGRAD REGION-KALININGRAD REGION AS A TOOL OF INTER-REGIONAL INTERACTION

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

Received 5 August 2023

Accepted 13 September 2023

doi: [10.5922/gikbfu-2023-3-4](https://doi.org/10.5922/gikbfu-2023-3-4)

To cite this article: Gres R. A. 2023, Development of network business structures in the spatially distributed cluster St. Petersburg-Leningrad region-Kaliningrad region as a tool of inter-regional interaction, *Vestnik of Immanuel Kant Baltic Federal University. Series: Natural and Medical Sciences*, №3. P. 51–62. doi: [10.5922/gikbfu-2023-3-4](https://doi.org/10.5922/gikbfu-2023-3-4).



In the current conditions of increasing geopolitical tension and volatility in the global economy, the development of interregional interaction is increasingly seen as a source of economic growth for Russian regions. However, the study of such interaction should not only include an analysis of trade flows but also an analysis of network interaction, an attempt to carry out which is presented in this work. The article presents the results of a study analyzing the presence of Saint Petersburg companies with their own brands in the Kaliningrad region. The research covered 33 companies from Saint Petersburg. It was found that in the Kaliningrad region, only eight Saint Petersburg companies, including federal-level organizations, have regional representations, offices, branches, own stores, or dealer centers. Excluding federal-level organizations, this number is five. The financial services sector turned out to be the most represented, while the least represented were the IT industry, pharmaceuticals, food industry, and agriculture. All of this is happening against the backdrop of the expansion of the presence of Saint Petersburg businesses in the regions of the Russian Federation beyond the Northwestern Federal District.

Keywords: interregional interaction, commodity flows, network structures, geography of deliveries, economic security, North-West of Russia, Baltic region

The author

Robert A. Gres, PhD Student, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.
E-mail: Robert.a.gres@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5502-1074>