Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 33–37
State and Municipal Management. Scholar Notes. 2023;(4):33–37

Проблемы управления

Научная статья
УДК 659.1+334
https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-33-38 EDN CVCWHK

Методика междисциплинарного исследования проблем экономики и маркетинга одиночества

Александра Михайловна Пономарева[1], Максим Александрович Пономарев[2]

[1]Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия, alexandra22003@rambler.ru
[1]Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия
[2]Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Ростов-на-Дону, Россия, maxuumaxuu@gmail.com

Аннотация. В статье представлено описание методики междисциплинарного исследования экономики одиночества на основе совмещения вторичных и первичных исследований и набора различных исследовательских методов. Целью исследования является описание экономики одиночества и экономического одиночества человека и разработка принципов и методов маркетинга одиночества как управленческого инструмента государства, бизнеса и гражданского общества в рамках экономики одиночества.

Ключевые слова: городское пространство, маркетинг одиночества, социально-экономические системы, управленческие решения, управленческий инструмент, экономика одиночества

Для цитирования: Пономарева А. М., Пономарев М. А. Методика междисциплинарного исследования проблем экономики и маркетинга одиночества // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 4. С. 33–37. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-33-37. EDN CVCWHK

Problems of Management

Original article

Methodology for interdisciplinary research into the problems of economics and marketing of loneliness

Alexandra M. Ponomareva[1], Maxim A. Ponomarev[2]

[1]Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, amponomareva@sfedu.ru
[1]Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia
[2]South-Russia Institute of Management – Branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Rostov-on-Don, Russia, maxuumaxuu@gmail.com

Abstract. The article represents a description of the methodology for interdisciplinary research into the economics of loneliness based on a combination of secondary and primary research and a set of various research methods. The purpose of the study is to describe the economy of loneliness and economic loneliness of a person and to develop principles and methods of marketing loneliness as a management tool of the state, business and civil society within the framework of the economy of loneliness.

Keywords: urban space, marketing of loneliness, socio-economic systems, management decisions, management tool, economics of loneliness

For citation: Ponomareva A. M., Ponomarev M. A. Methodology for interdisciplinary research into the problems of economics and marketing of loneliness. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2023;(4):33–37. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-33-37. EDN CVCWHK

Исследования последних лет показали, что одиночество – это не маргинальное проявление в отдельных социальных группах, как считалось ранее, а всемирный тренд социально-экономических систем, что обусловливает значимость научной проблемы изучения экономики одиночества.

Одной из причин формирования экономического одиночества горожанина является тренд на доминирование on line социально-экономических связей и коммуникаций в омниканальном пространстве мегаполиса, воспринимаемых индивидуумом как менее надежные, недолговечные, «ненастоящие».

© Пономарева А. М., Пономарев М. А., 2023

Среда обитания современного жителя мегаполиса во многом формируется digital-пространством, в том числе, управленческой системой smart city, создающими особую, новую среду для возникновения и развития омниканальных социально-экономических и социально-психологических связей и коммуникаций, объединяющей off line и on line реальность.

Значимость и важность проблемы одиночества ощущает на себе как отдельный человек, так и общество и социально-экономическая система, в целом. В наших исследованиях мы опираемся на человекоцентристский подход, означающий, что в исследованиях макроэкономических систем точкой отсчета для оценки их эффективности, успешности, значимости является отдельный человек, его жизнь, его эмоции, его счастье. Примером такого подхода являются индексы счастья стран и территорий с их системой оценки, в значительной степени отличающейся от традиционных систем оценки социально-экономической деятельности государств, территорий, городов[1].

Научная проблема, на решение которой направлено представленное в статье исследование – теоретико-методическое описание экономики одиночества и экономического одиночества человека и разработка принципов и методов маркетинга одиночества как управленческого инструмента государства, бизнеса и гражданского общества в рамках экономики одиночества. Научная новизна исследования предопределяется выбором нового изучаемого явления – экономики одиночества и ее институтов, социально-экономических связей ее субъектов – одиноких в экономическом аспекте людей, инструментами управления – маркетингом одиночества с его спецификой использования различными участниками рынков индустрии одиночества, государственными структурами, гражданским обществом.

Научная значимость исследования социально-экономического явления «одиночество» состоит в формировании основ для нового направления экономической зарубежной и отечественной науки – экономики одиночества. Общественная значимость решаемых проектом проблем обусловлена высокой актуальностью проблем одиночества, необходимостью нейтрализации негативных эффектов одиночества как для отдельного человека, так и для общества в целом. Выявление позитивного потенциала одиночества и описание его сущности на основе разработанной в рамках проекта матрицы одиночества способно дать старт новым подходам в формировании общественного пространства крупных городов, развитию новых направлений бизнеса, формированию новых рынков индустрии одиночества, консолидации гражданского общества.

Исследование концепта и явления одиночества в экономическом и маркетинговом аспекте предполагает решение целого ряда задач, к которым можно отнести описание основных черт экономики одиночества; разработку теоретико-методические основ и принципов маркетинга одиночества; проектирование портрета одинокого горожанина как объекта и субъекта экономики одиночества, разработку системы сегментирования целевых рынков маркетинга одиночества; систематизацию городских практик нейтрализации негативного и развития позитивного одиночеств, а также информации о бизнес-проектах, услугах и товарах, нейтрализующих негативное одиночество и развивающие позитивное одиночество горожанина; систематизацию инструментов государственного и муниципального маркетинга одиночества, проведение их анализа. Подобного рода исследования способны создать базу для решения целого ряда задач – таких как: формирование муниципальных и государственных программ, направленных на создание системного подхода к решению проблем социально-экономического и социально-психологического одиночества; разработка и внедрение инструмента «маркетинг одиночества», что позволит выстроить систему нейтрализации негативных аспектов социально-психологического и социально-экономического явления «одиночество»; проектирование матрицы маркетинга одиночества на основе его классификации, что позволит предложить государственные, муниципальные и бизнес-продукты и проекты для одиноких потребителей-горожан; разработка проекта муниципальной программы «Экономика и маркетинг одиночества городского пространства».

Реализация этих задач позволит создать теоретические основы нового направления научных исследований – экономики одиночества, раскрыть особенности нового формирующегося развивающегося явления – индустрия одиночества и направления ее развития, разработать управленческий инструмент – маркетинг одиночества, который позволит реализовывать проектный подход развития городского пространства на основе обобщения зарубежного и российского опыта практик экономики одиночества, а их решение способно масштабироваться как в крупных российских, так и зарубежных городах.

[1] World Happiness Report, 2023 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR+23.pdf Дата обращения 5.10.2023; The 2019 Happy Planet Index& [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://happyplanetindex.org/hpi/?show_all=true Дата обращения 6.10.2023.

Оставаясь в рамках парадигмы экономических исследований, мы планируем применить междисциплинарный подход, в наибольшей степени соответствующий исследуемым феноменам «экономическое одиночество», «экономика одиночества», «маркетинг одиночества как управленческий инструмент для государства, бизнеса и общества»; междисциплинарный подход позволит рассмотреть феномен экономического одиночества в различных его манифестациях, аспектах и проявлениях – физическом, психологическом, социальном, медицинском, культурном, семейном, духовном, научном, технологическом, эмоциональном, интеллектуальном и др. Комплексность нашего исследовательского подхода способна создать основу а) для разработок управленческих решений для государственных структур в рамках регулирования экономики одиночества, б) для бизнес-решений на рынках индустрии одиночества, в) для организации практик формирования комфортного общественного городского пространства, на основе деятельности НКО и инициатив гражданского общества.

Междисциплинарный подход – используется при описании сущности экономического одиночества, формируемого физическим, психологическим, социальным, медицинским, культурным, семейным, духовным, научным, технологическим, эмоциональным, интеллектуальным и другими видами одиночества субъекта социально-экономических отношений. Полноценное исследование феномена одиночества возможно за счет использования комплекса методов различных наук – экономики, социологии, психологии, философии [1-5], маркетинг/менеджмента. Результаты подобного рода междисциплинарных исследований применимы в различных сферах – государственно-муниципального управления, маркетинга и брендинга городов, бизнес-маркетинга и маркетинга гражданского общества в рамках функционирования экономики одиночества.

Реализация междисциплинарного подхода возможна на основе поиска и анализа массива научных публикаций по темам «экономика одиночества», «маркетинг одиночества», «креативная экономика», «креативно-инновационный маркетинг и креативно-инновационные коммуникации», «территориальный маркетинг и брендинг», «smart city», «государственное и муниципальное администрирование в области управления элементами экономики одиночества». Важен синтез результатов исследования феномена «одиночество» в рамках психологии, социологии, философии, анализ используемых инструментов, выводы о возможности/невозможности использования имеющихся инструментов для изучения экономики одиночества. Эмпирический анализ манифестаций экономики одиночества, в том числе с использованием баз данных с описанием элементов экономики одиночества, оценка их доступности в организационном и экономическом аспектах, поиск и оценка результатов проведенных первичных исследований экономики одиночества, описание возможностей доступа к их результатам – фундамент междисциплинарных исследований. Немаловажным дополнением является анализ существующей российской и зарубежной правовой базы функционирования экономики одиночества и ее элементов.

Междисциплинарность исследования обеспечивается комплексом применяемых методов: поисковых, описательно-аналитических, методами мониторинга, сравнения, классификационными методами, методами обобщения и анализа статистических данных.

Общий план междисциплинарного исследования может включать два этапа: этап вторичных исследований и этап первичных исследований. На первом этапе комплексного междисциплинарного исследования на основе использования поисковых, описательно-аналитических методов, метода мониторинга, сравнения, классификации, обобщения и анализа статистических данных решаются задачи поиска и анализа массива научных публикаций по темам «экономика одиночества», «маркетинг одиночества», «креативная экономика», «креативно-инновационный маркетинг и креативно-инновационные коммуникации», «территориальный маркетинг и брендинг» [6], «smart city», «государственное и муниципальное администрирование в области управления элементами экономики одиночества», изучаются существующие инструменты исследования феномена «одиночество» в рамках психологии, социологии, проводится анализ используемых инструментов с выводами о возможности/невозможности использования имеющихся инструментов для изучения экономики одиночества. Анализ существующей российской правовой базы функционирования экономики одиночества и ее элементов позволит сформировать информационную базу для разработки рекомендаций в сфере государственного регулирования экономики одиночества. Необходим поиск баз данных с описанием элементов экономики одиночества, оценка их доступности в организационном и экономическом аспектах. Предварительный поиск позволил сформировать гипотезу о том, что открытые систематизированные базы данных практически отсутствуют, доступны отдельные кейсы, репрезентирующие проявления экономики одиночества, которые ждут своей систематизации. Еще одно направление вторичных исследование – поиск и оценка результатов проведенных первичных исследований экономики одиночества, описание возможностей доступа к их результатам, в том числе, на платной основе.

На втором этапе полевых исследований на основе использования комплекса методов социологических, психологических, экономических исследований – социологического опроса городских жителей, фокус-групп, глубинных интервью, экономического анализа предприятий экономики одиночества – планируется разработка комплексной методики междисциплинарного полевого исследования на основе формирования диагностической карты экономического одиночества, организации, координации системы первичных исследований экономики одиночества, ее институтов, субъектов, в том числе, с привлечением сторонних исследовательских организаций.

Такое построение исследовательской траектории позволит на первом этапе сформировать теоретико-методологическую базу исследования, а также сделать выводы о возможности/невозможности использования имеющихся психологических и социологических инструментов исследования одиночества для изучения экономики одиночества, разработки адаптированной матрицы для исследования экономического одиночества [7-9]. Систематизация существующих юридических инструментов влияния, имеющихся в российском законодательстве, позволит сформировать рекомендации, внедрение которых положительно повлияет на законодательное поле экономики одиночества.

На втором этапе исследования комплекс результатов проведенных полевых исследований позволит подтвердить или опровергнуть выдвинутые на этапе вторичных исследований гипотезы.

Результаты комплекса планируемых исследований составят эмпирическую базу для аналитической работы, выводов, научных разработок и рекомендаций, применимых на рынках экономики одиночества.

К социально-экономическим продуктам, которые можно сформировать в результате проведенных исследований, можно отнести проект муниципальной программы «Экономика и маркетинг одиночества городского пространства», включающей: рекомендации для государственных и муниципальных институтов; рекомендации для бизнеса; рекомендации для институтов гражданского общества. Подобного рода программа должна корректироваться и уточняться в ходе общественного обсуждения, оцениваться экспертами и исследователями с применением методов экспертных оценок, мозгового штурма, парных сравнений, ранжирования.

Список источников

1. Krieger T., Seewer N. Einsamkeit. - Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, 2022. – 106 s. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://doi.org/10.1026/03172-000 Дата обращения: 5.10.2023.
2. Старостина Ю., Ткачев И. Росстат показал связь бедности с одиночеством. 20.03.2019. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.rbc.ru/economics/20/03/2019/5c8b6f9c9a794752fda31c4c Дата обращения: 7.01.2023.
3. Козырева П. М., Смирнов А. И. Особенности возрастной структуры одиночества // Социологические исследования. 2020. № 9. С. 56–69. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ras.jes.su/socis/s013216250009617-1-1. Дата обращения: 3.10.2023.
4. Покровский Н. Е., Иванченко Г. В. Универсум одиночества. Социологический и психологические очерки. М.: Логос, 2008. 424 с.
5. Тихонов Г. М. Феномен одиночества: экзистенциальный аспект // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. No 1 (27): в 2-х ч. Ч. I. С. 183-186. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.gramota.net/materials/3/2013/1-1/47.html Дата обращения: 3.01.2023.
6. Ernst, M., Niederer, D., Werner, A. M., Czaja, S. J., Mikton, C., Ong, A. D., Rosen, T., Brähler, E., & Beutel, M. E. (2022). Loneliness before and during the COVID-19 pandemic: A systematic review with meta-analysis. American Psychologist, 77(5), 660–677. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://doi.org/10.1037/amp0001005 Дата обращения: 5.10.2023.
7. Ponomareva, A., Ponomarev, M. (2022). Marketing of Loneliness in the Omnichannel Communication Space of the City. In: Reis, J.L., Peter, M.K., Cayolla, R., Bogdanović, Z. (eds) Marketing and Smart Technologies. Smart Innovation, Systems and Technologies, vol 280. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-9272-7_21 P. 251-263. Дата обращения: 5.10.2023.
8. Пономарева А. М., Костоглодов Д. Д. Маркетинг одиночества как инструмент ESG // Реализация ESG принципов в стратегии устойчивого развития экономики России: монография. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2022. 508 с. / С. 110-119.
9. Пономарева А. М. Маркетинговый инструмент «Матрица проектирования продуктов для рынков экономики одиночества» // Детерминанты развития экономики России в условиях цифровой трансформации и обеспечения технологического суверенитета : монография / Н. Г. Вовченко, Н. Г. Кузнецов и др.; под ред. д.э.н., профессора Е. Н. Макаренко. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс Рост. гос. экон. ун-та (РИНХ), 2023. – 546с. / С.490-501. ISBN 978-5-7972-3086-1

References

1. Krieger T., Seewer N. *Einsamkeit.* - Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, 2022. – 106 p. Available from: https://doi.org/10.1026/03172-000 [Accessed 5 October 2023].
2. Starostina Yu., Tkachev I. *Rosstat showed the connection between poverty and loneliness.* 03/20/2019. [Electronic resource]. Available from: https://www.rbc.ru/economics/20/03/2019/5c8b6f9c9a794752fda31c4c. [Accessed 1 January 2023]. (In Russ.)
3. Kozyreva P. M., Smirnov A. I. Age structure features of loneliness. *Sociological studies.* 2020;(9):56–69. [Electronic resource]. Available from: https://ras.jes.su/socis/s013216250009617-1-1. [Accessed 3 October 2023].
4. Pokrovsky N. E., Ivanchenko G. V. *A universe of loneliness. Sociological and psychological essays.* Moscow: Logos; 2008. 424 p. (In Russ.)
5. Tikhonov G. M. The phenomenon of loneliness: the existential aspect. *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice.* 2013;1(27): in 2 parts. Part I. P. 183-186. [Electronic resource]. Available from: www.gramota.net/materials/3/2013/1-1/47.html. [Accessed 3 January 2023]. (In Russ.)
6. Ernst, M., Niederer, D., Werner, A. M., Czaja, S. J., Mikton, C., Ong, A. D., Rosen, T., Brähler, E., & Beutel, M. E. (2022). Loneliness before and during the COVID-19 pandemic: A systematic review with meta-analysis. *American Psychologist,* 77(5), 660–677. Available from: https://doi.org/10.1037/amp0001005 [Accessed 5 October 2023].
7. Ponomareva, A., Ponomarev, M. (2022). Marketing of Loneliness in the Omnichannel Communication Space of the City. In: Reis, J.L., Peter, M.K., Cayolla, R., Bogdanović, Z. (eds) Marketing and Smart Technologies. Smart Innovation, Systems and Technologies, vol 280. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-9272-7_21 P. 251-263. [Accessed 5 October 2023].
8. Ponomareva A. M., Kostoglodov D. D. Marketing of loneliness as an ESG tool. In: *Implementation of ESG principles in the strategy for sustainable development of the Russian economy:* monograph. Rostov-on-Don; 2022. 508 pp. P. 110–119. (In Russ.)
9. Ponomareva A. M. Marketing tool "Product design matrix for markets of the economy of loneliness". In: *Determinants of the development of the Russian economy in the conditions of digital transformation and ensuring technological sovereignty:* monograph / N. G. Vovchenko, N. G. Kuznetsov and others; edited by Doctor of Economics, Professor E. N. Makarenko. Rostov-on-Don: Publishing and printing complex Rostov state University of Economics, 2023. – 546 pp. P. 490–501. ISBN 978-5-7972-3086-1. (In Russ.)

Информация об авторах

А. М. Пономарева – доктор экономических наук, профессор.
М. А. Пономарев – доктор экономических наук, доцент.

Information about the authors

A. M. Ponomareva – Dr. Sci. (Economics), Professor.
M. A. Ponomarev – Dr. Sci. (Economics), Associate Professor.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 25.10.2023; одобрена после рецензирования 10.11.2023; принята к публикации 11.11.2023.
The article was submitted 25.10.2023; approved after reviewing 10.11.2023; accepted for publication 11.11.2023.