

DOI 10.47309/2713-2358-2024-1-38-53

УДК 332.146.2

JEL Q13, Q18

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКИХ ЭТНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

© Ахметов Вилюр Ямилевич

Институт социально-экономических исследований Уфимского федерального  
исследовательского центра РАН  
Уфа, Российская Федерация

© Матинова Файруза Валитовна

Сибайский институт (филиал) Уфимского университета науки и технологий  
Уфа, Российская Федерация

**Аннотация.** В России, как и в других странах, рынок органической продукции, выращенной или изготовленной без применения синтетических пестицидов, минеральных удобрений, антибиотиков, гормонов роста и прочего, является в настоящее время одним из самых динамично развивающихся. По оценкам экспертов ОАО «Россельхозбанк» к 2024 году глобальный рынок органических продуктов и напитков, в основном производимых малыми формами хозяйствования, достигнет 324 млрд долларов. В этом секторе большой потенциал в регионах РФ, в том числе в Республике Башкортостан, имеет производство специфичных национальных, этнических продуктов питания. Сейчас целесообразна сертификация натуральных продуктов питания как по стандартам органик-контроля, так и некоторых, производимых по уникальным национальным рецептам и технологиям, по стандартам системы «Халяль» и «Кашрут». В рамках данной статьи обосновывается необходимость сертификации, патентования и брендинга этнических продуктов питания (талкан, корот, казылык, кумыс, буза и др.), характерных для башкир и других народов, проживающих в Республике Башкортостан. Это будет способствовать сохранению и возрождению на рыночной основе технологий их производства, традиций и обычаев народов региона, что, в свою очередь, должно активизировать предпринимательскую деятельность из-за повышения спроса на этническую продукцию, гастрономические и этнотуры, стимулировать открытие новых предприятий, турфирм, этнических кафе и ресторанов.

---

**Для цитирования:** Ахметов В.Я., Матинова Ф.В. Перспективы производства и реализации органических этнических продуктов питания в Республике Башкортостан // Уфимский гуманитарный научный форум. 2024. №1. С. 38-53. DOI 10.47309/2713-2358-2024-1-38-53.

**Ключевые слова:** органическая продукция, этнические продукты, халяльная продукция, кошерная продукция, сертификация, патентование, этнобренды, этнорынки, этническая кооперация, регион, сельские территории, Республика Башкортостан.

## **PROSPECTS FOR THE PRODUCTION AND SALE OF ORGANIC ETHNIC FOOD PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN**

© **Akhmetov Vilyur Yamilevich**

Institute of Socio-Economic Research, Ufa Federal Research Center of the  
Russian Academy of Sciences  
Ufa, Russian Federation

© **Matinova Fairuza Valitovna**

Sibay Institute (branch) of the Ufa University of Science and Technology  
Ufa, Russian Federation

**Summary.** In Russia, as in other countries, the market for organic products grown or manufactured without the use of synthetic pesticides, mineral fertilizers, antibiotics, growth hormones and others is currently one of the most dynamically developing. According to experts of JSC "Russian Agricultural Bank", by 2024 the global market of organic products and beverages, mainly produced by small businesses, will reach 324 billion dollars. In this sector, the production of specific national and ethnic food products has great potential in the regions of the Russian Federation, including in the Republic of Bashkortostan. Now it is advisable to certify natural food products according to organic control standards, as well as some produced according to unique national recipes and technologies, according to the standards of the Halal and Kashrut systems. Within the framework of this article, the need for certification, patenting and branding of ethnic food products (talkan, korot, kazylyk, kumys, buza, etc.) characteristic of Bashkirs and other peoples living in the Republic of Bashkortostan is substantiated. This will contribute to the preservation and revival on a market basis of their production technologies, traditions and customs of the peoples of the region, which, in turn, should intensify entrepreneurial activity due to increased demand for ethnic products, gastronomic and ethnic tours, stimulate the opening of new enterprises, travel agencies, ethnic cafes and restaurants.

**Keywords:** organic products, ethnic products, halal products, kosher products, certification, patenting, ethnic brands, ethnic markets, ethnic cooperation, region, rural areas, Republic of Bashkortostan.

**Введение.** Рынок органической продукции, выращенной или изготовленной без применения синтетических пестицидов, синтетических минеральных удобрений, антибиотиков, гормонов роста и прочего, является одним из самых быстроразвивающихся в зарубежных странах и в России.

К 2025 году, по оценкам экспертов Института прикладных экономических исследований РАНХиГС Валерия и Ольги Виноградских, розничные продажи такой продукции могут достигнуть 212-230 млрд долларов и заместить 3-5% рынка всей сельхозпродукции в мире. Число потребителей органических продуктов в мире приблизилось к 700 млн человек [16].

На начальном этапе вступления в силу Федерального закона № 280-ФЗ «Об органической продукции» [1] насчитывалось всего 19 сертификатов соответствия производства органической продукции, выданных производителям из 9 регионов.

В течение последних лет количество производителей органической продукции в стране постоянно увеличивалось. Сейчас в стране в 46 регионах производят сертифицированную органическую продукцию. На начало 2024 г. первенство, по данным Роскачества, по-прежнему удерживает Воронежская область. В регионе сертифицировано 14 производителей органической продукции. Второе место разделили Краснодарский край и Московская область – по 13 производителей. Тройку лидеров замыкают Новосибирская, Ярославская и Калужская области – по 8 производителей. Следом идут Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Республика Мордовия, Республика Татарстан (по 7 производителей), Алтайский край (6 производителей). Ставропольский край (5 производителей), Тамбовская область, Пензенская область, Республика Адыгея (по 4 производителя), Кабардино-Балкарская Республика, Ивановская область, Белгородская область, Липецкая область, Новгородская область, Ростовская область, Самарская область, Севастополь (по 3 производителя), Тульская область, Республика Крым, Томская область, Пермский край, Оренбургская область, Калининградская область, Рязанская область, Санкт-Петербург, Приморский край, Удмуртская Республика, Иркутская область, Ямало-Ненецкий автономный округ (по 2 производителя), Красноярский край, Хабаровский край, Вологодская область, Костромская область, Нижегородская область, Омская область, Тверская область, Орловская область, Смоленская область, Свердловская область, Москва, Ульяновская область, Республика Башкортостан, Ленинградская область (по 1 производителю). Из 173 производителей и экспортеров органической продукции, имеющих российский сертификат соответствия и (или) иностранный сертификат соответствия, 31% таких производителей и экспортеров занимаются производством зерновых, зернобобовых, масличных и кормовых культур, 17% – переработкой (производство сока, масла, консервированной продукции), 12% – выращиванием овощей и фруктов, 10% – выпуском алкогольной продукции, 10% – производством мясной и молочной продукции, 8% – сбором и экспортом пищевых лесных ресурсов и продуктов их переработки, в основном кедровых орехов и ягод, 6% процентов – производством биологических препаратов и удобрений, 3% – производством чая и меда, 3% – производством другой продукции [15].

Министерством сельского хозяйства РФ, с учетом трендов мирового рынка органических продуктов, разработан проект «Стратегии развития органического производства в РФ до 2030 года», который предусматривает рост внутреннего производства органической продукции с 9,1 млрд рублей в 2021 году до 114,5 млрд рублей к 2030 году, то есть почти в 13 раз. Объемы потребления органической продукции в России планируется увеличить в 6 раз – с 24,4 млрд рублей в 2021 году до 149,8 млрд рублей в 2030 году [2].

Как нам представляется, многие регионы многонациональной России, в том числе Республика Башкортостан, обладают огромным потенциалом в производстве органической продукции, прежде всего, экологически чистых, натуральных этнических продуктов питания. Например, в Башкортостане есть огромные перспективы в производстве и реализации продуктов, характерных, прежде всего, для богатой башкирской национальной кухни, которой посвящены труды Арслановой И.А. [3], Миграновой Э.В., Шитовой С.Н. [12], Хажина Р.Р. [16].

В целом, этнические продукты питания представляют собой продукты, которые тесно связаны с определенной этнической культурой и традициями. Они могут включать в себя традиционные блюда, напитки и ингредиенты, специфичные для определенной культуры или региона, которые характеризуются следующими структурными элементами:

1. Традиционные блюда и национальная кухня, кулинария: этнопродукты могут включать в себя разнообразные традиционные блюда народов, рецепты которых передаются из поколения в поколение.

Национальная кухня может включать совокупность национальных блюд, кулинарных изделий, напитков, а также технологии, традиционные рецепты, специфические методы их приготовления с уникальным сочетанием ингредиентов, обычаи и нормы их подачи на стол. При этом должно быть понимание того, что одни и те же блюда могут входить в состав различных национальных кухонь, учитывая историческую общность проживания этносов на одних и тех же или сопредельных территориях со схожими природно-климатическими условиями, идентичный образ жизни (кочевой, полукочевой, оседлый), религиозные каноны и предпочтения (ислам, христианство, буддизм, иудаизм и др.) и другие факторы, поэтому практически одни и те же блюда (плов, шашлык, бишбармак и др.) могут готовить представители разных народов и каждый народ справедливо может считать это блюдо своим. Определенная национальная специфика достигается, как правило, за счет особых ингредиентов, специй, некоторого отличия и совершенствования технологий, способов приготовления, обработки используемых продуктов и подачи на стол готового блюда, что дает возможность и определенное право добавлять название нации в непосредственное название конкретного произведения национальной кухни и кулинарии. Например, «узбекский», «таджикский» плов, «армянский», «грузинский» шашлык, «башкирский», «казахский» бишбармак и т.п.

2. Ингредиенты и приправы, традиционные национальные напитки, в том числе локальные: этнопродукты могут включать уникальные ингредиенты и приправы, которые являются ключевыми для определенных кухонь. Примеры включают масла, специи, травы, сыры и т.д. Локальные этнопродукты часто связаны с определенными регионами или странами. Это может включать в себя местные породы скота, лошадей (например, башкирская лошадь), пчел (дикая башкирская бортевая пчела), местные сорта фруктов, овощей, ягод, мяса, рыбы и других продуктов. Чай, кофе, национальные алкогольные напитки, также могут быть частью этнопродуктов.

**Результаты исследования.** В Республике Башкортостан с давних времен производили высококачественный мед, кумыс, получивших широкую известность благодаря лечебному эффекту, описанному в произведениях П.С. Палласа, С.Т. Аксакова, Л.Н. Толстого, А.П. Чехова и др. писателей. Сейчас, кроме кумыса и многочисленный вариаций кумысных напитков, производят также бузу, айран, башкирскую медовуху и другие напитки. Многие этнопродукты производятся все еще локально, с использованием традиционных и экологически устойчивых методов, являясь достаточно дорогими крафтовыми продуктами, занимая премиум-сегмент продуктов питания на региональных рынках. А некоторые этнопродукты РБ неплохо тиражируются и реализуются даже за рубеж, становясь национальными брендами (например, «Башкирский мед»). В некоторых случаях, традиционные продукты подвергаются модернизации для соответствия современным вкусам и требованиям (например, кроме традиционного кумыса, бузы производится кумыс и буза с добавлением определенных ингредиентов (меда, ягод, фруктов и др.)). Здесь очень важно понимать, что важно сохранение и законодательное закрепление через патентование, брендинг как традиционных рецептов приготовления, так и географических названий национальных блюд и напитков по району производства. Например, как и закрепленный бренд «Башкирский мед», должны быть официально оформлены бренды и на другие популярные качественные этнопродукты, например: «Баймакский кумыс», «Абзелиловский кумыс», «Талкан», «Сибайская буза», «Хайбуллинский корот» и другие, под видом которых часто продают некачественную продукцию [5].

На мировом и российском рынках этнических продуктов питания, включающем в себя разнообразные продукты, представляющие культурные традиции и вкусы различных народов, можно наблюдать растущий интерес и стабильное увеличение спроса. В качестве важнейших факторов, влияющих на этот рынок, можно выделить следующие:

1. Многокультурная динамика: с ростом миграции и культурного разнообразия в различных странах мира, потребление этнических продуктов питания становится более широким и многообразным. Сегодня многие люди могут наслаждаться и экспериментировать с блюдами из различных культур, что способствует культурному обмену между народами.

Этнопродукты тесно связаны с наукой, образованием, культурными обычаями, традициями и праздниками, предоставляют отличную возможность для развития системы образования и обогащения культуры народов. Этнические продукты могут стать объектом исследований в научных и образовательных учреждениях, а также способствовать обмену опытом и знаниями между различными культурами. Например, определенные блюда могут быть традиционно связаны с определенными праздниками или религиозными событиями. Рассмотрение этих аспектов добавляет глубину пониманию культуры народов через её кухню. Непосредственно конкретные этнические продукты питания могут привлекать внимание исследователей и специалистов в области питания и здорового образа жизни (питательная ценность, биологически активные элементы продуктов, функциональное питание и др. направления перспективных научных исследований), могут стать объектом интересных кулинарных исследований и опытов, предоставляют возможность для обогащения мировой кухни и погружения в культуру этносов через еду и кулинарные традиции.

2. Глобализация: глобальная доступность продуктов и возможность легкого обмена информацией о разнообразных кулинарных традициях поддерживают интерес к этнической кухне.

Одна из угроз глобализации, которая ежегодно отмечается на Петербургском международном экономическом форуме, это утрата культурной идентичности народов. Именно поэтому в современном мире увеличивается спрос на национальную и этнопродукцию, а исторические культурные коды приобретают особую актуальность. На смену унифицированным товарам приходят уникальные продукты, в основе которых лежат культурные различия и особенности территории создания. Стимулирование использования культурно-исторического наследия в современных глобальных брендах может стимулировать экономический рост страны [14].

Глобализация, современные технологии производства и реализации продукции, в том числе через Интернет-площадки, маркетплейсы, позволяют этнопродуктам становиться более доступными для людей в различных уголках мира. Это может привести к новым кулинарным трендам и инновациям национальной кулинарии и гастрономическом туризме.

3. Мода на здоровый образ жизни и здоровое питание: растущий интерес к здоровому образу жизни и разнообразным диетам может стимулировать спрос на традиционные и экзотические этнические продукты с уникальными питательными свойствами.

Этнопродукты могут также привлекать внимание своими полезными свойствами и способностью укреплять здоровье. Например, определенные виды зерен, фруктов и овощей, мяса, традиционно употребляемые в определенных культурах, могут быть богаты витаминами и минералами.

В Республике Башкортостан в этом плане большие перспективы, кроме башкирского меда и кумыса (уже широко известных отечественным и

зарубежным покупателям в качестве полезных продуктов), имеют пока еще недооцененные талкан, буза, казы, тултырма и другие этнопродукты как составляющие здорового и функционального питания. Например, талкан (измельченные в муку жареные семена ячменя, овса и пшеницы) является кладью витаминов, антиоксидантов и микроэлементов, необходимых организму. Он нормализует обмен веществ, улучшает состояние кожи и волос. Содержащаяся в нем клетчатка помогает работе кишечника. Продукт является неплохим диетическим средством для диабетиков, помогает при заболеваниях печени, почек и желчного пузыря. Считается, что такая мука дает омолаживающий эффект для взрослых, а детям помогает справиться с аллергией. Есть его можно по-разному: в сухом виде, с медом, маслом или сметаной. Иногда добавляют в супы, каши и даже блины. Из талкана также сейчас готовят напитки и коктейли.

4. Популяризация кулинарного, гастрономического и этнотуризма: этнопродукты часто привлекают любителей кулинарного и гастрономического туризма, которые стремятся попробовать и насладиться местной национальной кухней во время экскурсий и путешествий.

Этнические продукты питания являются частью гастрономического, кулинарного наследия народов, которое передается от поколения к поколению. Они играют важную роль в формировании культурного идентитета и помогают сохранять традиции. Они могут быть ключевым элементом гастрономического туризма в Республике Башкортостан при организации специфичных гастротуров, в том числе в сельскую глубинку, что может стимулировать развитие внутреннего туризма в регионе. Обширное многообразие этнопродуктов создает увлекательную панораму для изучения и понимания культур народов через национальную кухню. Разработка кулинарных и гастрономических маршрутов и туров, организация новых и ежегодное проведение уже ставших традиционными этнофестивалей («Бурзянский мед» в Бурзянском районе, «Хайбуллинский корот» в Хайбуллинском районе, «Башкирская лошадь» в Баймакском районе, «Бирские пельмени» в Бирском районе и других) может привлекать туристов, заинтересованных в изучении местных традиций через еду. Разработка гастрономических путеводителей и карт может способствовать росту интереса к местной национальной кухне и этническим продуктам, что может повысить спрос на них как на сувениры или для домашнего приготовления национальных блюд.

5. Справедливая торговля: растущий интерес к этичным и устойчивым покупкам также может поддерживать этнические продукты, особенно если они производятся с учетом принципов справедливой торговли и устойчивого развития. Развитие онлайн-торговли способствует доступности этнических продуктов для потребителей в различных частях мира, что расширяет глобальный рынок.

6. Развитие инноваций и модернизация национальных кухонь: некоторые этнические продукты могут привлекать потребителей благодаря инновациям и модернизации блюд и рецептур их приготовления. Например, адаптация традиционных блюд под современные требования к здоровью, тенденциям развития рынка фаст-фуда и стилю жизни. Современные темпы жизни могут влиять на модернизацию способов приготовления, реализации и употребления этнопродуктов.

Готовые этноблюда, предлагаемые в супермаркетах, ресторанах фаст-фуда, уличных киосках могут предоставлять быстрый и удобный доступ к традиционным вкусам. Глобальная миграция и взаимодействие между культурами могут приводить к кросс-культурным влияниям в кухне. Это может привести к появлению новых блюд и вариаций, объединяющих элементы различных культур. Этническая тематика может стать источником вдохновения для создания новых рецептов, продуктов и кулинарных традиций. Современные технологии также способствуют обмену рецептами и опытом через социальные сети и онлайн-кулинарные сообщества.

7. Растущая популярность местных рынков и столовых, кафе, ресторанов: в некоторых странах и регионах существует тенденция роста популярности местных рынков, где предлагаются этнические продукты, а также столовых, кафе, ресторанов, специализирующихся на кухне определенной этнической группы. Так, в Республике Башкортостан, с активным развитием внутреннего туризма, ростом интереса к разнообразию культур и кухонь, многие производители и учреждения общепита активно внедряют этнопродукты в свои меню.

Маркетинг и брендинг этнических продуктов (этномаркетинг и этнобрендинг) может также подчеркивать их аутентичность и уникальные характеристики, привлекая внимание потребителей. С этих позиций в Республике Башкортостан большие перспективы имеет организация этнокафе и этноресторанов, фудд-кортвов башкирской национальной кухни. Существующие в настоящее время в регионе подобные точки общепита (рестораны «Азык-Тулук», «Башкирия», «Terra Bashkiria», кафе «Дом башкирской кухни», «Aibat Hallyar» и др.), в основном представлены только в столице республики – Уфе, полностью спрос на разнообразный ассортимент и традиции подачи этнических продуктов питания не удовлетворяют.

Разнообразные направления этнического предпринимательства наиболее перспективны применительно к юго- и северо-восточным районам РБ, так как именно здесь проживает больше всего коренного башкирского населения и лучше сохранились его традиции и обычаи, в том числе в производстве уникальных национальных продуктов, соответствующим стандартам «Халяль» (бишбармак, тултырма, казылык, кумыс, курут, кызыл эремсек, буза, билдэме, талкан и др.), рынок которых имеет устойчивую тенденцию к росту [9].

8. Экономические, социальные и экологические позитивные эффекты этнопродуктового бизнеса: производство этнопродуктов часто является важной



частью экономики определенных стран, регионов, районов, городов и сел. Популяризация, поддержка производства и реализации этнопродуктов может способствовать открытию новых рабочих мест и повышению занятости, росту доходов населения и предприятий, лучшему пополнению бюджетов разных уровней. Многие этнопродукты производятся и реализуются на местных этнических рынках и могут быть связаны с идеями справедливой торговли. Это способствует поддержке местных производителей и улучшению условий труда в различных регионах. Кроме того, многие этнопродукты основаны на использовании местных и традиционных сортов растений и пород животных, способствуя сохранению биоразнообразия. Это может быть важным аспектом для устойчивости и сохранения уникальных экосистем.

Рост спроса на этнические продукты питания во многом объясняется общим трендом роста осознанного спроса на «органику» в мире и в России в последние годы, вызванного расширением предложения качественных, натуральных продуктов питания, в том числе реализуемых через Интернет-магазины, ростом доходов населения и повышением его внимания к своему здоровью, модой на здоровый образ жизни и здоровое питание, уменьшением количества доступных и бесплатных медицинских услуг, распространением информации о пользе «здоровых» и вреде «нездоровых» ингредиентов в продуктах питания, использовании пестицидов, гербицидов, антибиотиков и других химических веществ и стимуляторов роста в сельском хозяйстве.

С нашей точки зрения многие блюда башкирской национальной кухни экономически недооценены по достоинству (талкан, корот, казы, тултырма, кызыл эремсек, кумыс, башкирский мед и др.), хотя имеют хороший потенциал для тиражирования и экспорта при научном подходе к вопросам хранения и транспортировки продукции, соответствующей сертификации и брендированию в качестве экологически чистых, органических продуктов питания. Однако проблемой является то, что многие продукты национальной кухни, будучи реально натуральными, халяльными, не являются формально «органическими», «халяльными» из-за отсутствия соответствующей сертификации и брендирования. В настоящее время только один продукт Республики Башкортостан – Мед натуральный цветочный ИП Харрасовой Лены Римовны сертифицирован как «органический». Немногочисленное количество производителей «органики» можно объяснить ощутимыми затратами (от 150 тыс. руб.) на сертификацию продукции, небольшими объемами производства продукции и др. факторами [11].

Начиная с I национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России» в 2021 году республику ежегодно представляют более 15 башкирских брендов, в том числе «Башкирский учпочмак», «Башкирский талкан», «Ремесленный шоколад из Башкирии», «Башкирский соус», «Башкирский кумыс», «Башкирская безалкогольная медовуха», «Бурзянский бортовой мёд», «Федоровский гусь», «Башкирский выдержанный сыр»,

«Башкирский сыровяленый казы», «Башкирский корот», «Башкирский медовый сыр», Минеральная вода «Кургазак» и другие, которые по потенциалу не уступают «Тульскому прянику», «Оренбургскому пуховому платку», «Адыгейскому сыру», «Астраханскому арбузу», «Вологодскому маслу» [6].

В настоящее время для целенаправленного продвижения этих и других этнобрендов на российский и международный рынки необходимо целенаправленное исследование российского и зарубежного опыта в сфере этнобрендинга руководством предприятий.

Сегодня, несмотря на рост популярности в мире и в России этно- и гастротуризма, национальной кухни, наличие многих федеральных, региональных и муниципальных программ, фондов по поддержке и развитию сельского хозяйства, сельскохозяйственной кооперации, малого и среднего предпринимательства, народных промыслов, системное производство этнических продуктов питания, в том числе в сельской местности, пока оставляет желать лучшего. Многие технологии производства уникальных национальных продуктов находятся на грани исчезновения. Однако все же в последние годы, что отрадно, появляются некоторые производители эксклюзивных этнических продуктов питания, поставляющие в города Республики Башкортостан продукцию высокого качества и разнообразного ассортимента. Так, сельскохозяйственный снабженческо-сбытовой потребительский кооператив «Бай» Баймакского района, кроме традиционной сметаны, творога, масла, успешно реализует через торговые сети столицы республики г. Уфы башкирские национальные продукты: курут, кызыл эремсек, талкан, бузу, кумыс и др. [4].

В целом, рынок этнических продуктов питания демонстрирует большой потенциал для роста и инноваций, поддерживаемый культурными и социальными тенденциями, однако для его поступательного развития необходима государственная поддержка, в том числе в организации кооперации между производителями однотипной продукции – этнокооперации производителей башкирского меда, кумыса, конины и продуктов ее переработки и др., налаживании системы сертификации [13], патентования, брендинга, логистики – хранения, транспортировки и сбыта продукции, в том числе в зарубежные страны.

Многие производители этнических продуктов питания из-за отсутствия или слабой кооперации между собой часто не могут поставлять продукцию через крупных ритейлеров, которые требуют бесперебойные крупные объемы продукции с соответствующей качественной упаковкой и сертификацией. Поэтому производство органической этнопродукции весьма перспективно для развития производственной и потребительской кооперации, агрофранчайзинга и образования этнопродуктовой кооперативной системы – этнокластеров по производству этнических продуктов питания.

На рисунке 1 представлена Концептуальная схема формирования и развития этнопродуктовой кооперативной системы РБ.



Рисунок 1 – Концептуальная схема формирования и развития этнопродуктовой кооперативной системы Республики Башкортостан

Этнокооперативная система в перспективе должна становиться многоуровневой, в том числе за счет активизации межмуниципального и межрегионального сотрудничества [7]. Только тогда она будет устойчивой в долгосрочном плане. Объединяясь, местные (первичные) этнокооперативы должны образовывать локальные отраслевые кооперативные союзы второго и последующего уровней, которые, в свою очередь, могут послужить основой зональных и региональных ассоциаций, союзов кооперативов, создаваемых на уровне административных районов или региона в целом. Региональные ассоциации, в свою очередь, могут входить в национальные кооперативные союзы на уровне РФ.

**Выводы.** Следует обратить более пристальное внимание повышению предпринимательской и финансовой грамотности населения за счет проведения на базе научно-образовательных учреждений, а также в выездом в районы, курсов по различным направлениям этнобизнеса, сертификации и продвижения органической продукции, способствующим развитию, возрождению исчезающих традиций производства национальной продукции: основы

организации малого бизнеса; бизнес-планирование; пчеловодство; садоводство; технологии производства и реализации этнопродуктов; основы агро- и этнографического туризма; организация различных видов кооперативов (сбытовых, кредитных, сервисных, производственных и др.) [9].

Целесообразна также по опыту других субъектов РФ организация маркетплейсов [8], онлайн- и сетевых продаж [10] эко- и этнопродукции, разработка отдельных Интернет-сайтов, групп в социальных сетях, посвященных описанию успешных мировых и отечественных практик, нормативно-правовой базы этнического предпринимательства. Это даст возможность реализации, тиражирования бизнес-проектов, моделей организации этнобизнеса и будет способствовать увеличению объемов и качества сертифицированной органической этнопродукции в регионе.

**Финансирование.** Данное исследование выполнено в рамках государственного задания Уфимского федерального исследовательского центра РАН № 075-01134-23-00 на 2024 г. и на плановый период 2025 года.

**Financing.** This study was carried out within the framework of the state assignment of the Ufa Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences No. 075-01134-23-00 for 2024 and for the planning period of 2025.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 03.08.2018 № 280-ФЗ (последняя редакция), вступивший в силу 1 января 2020 г. \ КонсультантПлюс (consultant.ru) [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304017/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304017/) (дата обращения: 20.01.2024).
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 04.07.2023 № 1788-р «Стратегия развития производства органической продукции в Российской Федерации до 2030 года» [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_452275/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_452275/) (дата обращения: 20.01.2024).
3. Арсланова И.А. Традиционная и современная башкирская кухня. Уфа, 2012. 256 с.
4. Ахметов В.Я. Перспективы регионального рынка этнопродукции и этноуслуг в Республике Башкортостан // Уфимский гуманитарный научный форум. 2023. № 3 (15). С. 27-36. DOI 10.47309/2713-2358-2023-3-27-36. EDN QGWKPN.
5. Ахметов В.Я., Якшимбетова Г.И. Этнобрендинг и его роль в повышении инвестиционной и туристской привлекательности сельских районов в условиях пандемии коронавируса (на примере Башкирского Зауралья) / В.Я. Ахметов, // Вестник Евразийской науки. 2020. Т 12. № 6.

- URL: <https://esj.today/PDF/22ECVN620.pdf>. DOI: 10.15862/22ECVN620 (дата обращения: 25.01.2024).
6. Башкирские бренды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bashpredmsk.bashkortostan.ru/ru/republic/brands/> (дата обращения 29.01.2024).
  7. Галикеев Р.Н. Развитие межмуниципального сотрудничества при производстве экологически безопасной продукции // Экономика сельского хозяйства России. 2023. № 12. С. 89-94. DOI 10.32651/2312-89. EDN YABAIE.
  8. Дуркина Е. Евгений Тимошин: Маркетплейс – командный инструмент продвижения товаров НАО за пределами региона // Новости Нарьян-Мара сегодня. Последние события в НАО – Информационное агентство NAO24.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nao24.ru/biznes/22636-evgeniy-timoshin-marketpleys-komandnyy-instrument-prodvizheniya-tovarov-nao-za-predelami-regiona.html> (дата обращения 29.01.2024).
  9. Исянбаев М.Н., Гатауллин Р.Ф., Ахметов В.Я. Этнопредпринимательство в юго-восточных и северо-восточных районах Башкортостана: проблемы и перспективы развития // Проблемы функционирования и развития территориальных социально-экономических систем: материалы X международной научно-практической internet-конференции (14 октября – 14 ноября 2016, г. Уфа, Россия). – Уфа, ИСЭИ УФИЦ РАН, 2016. – С. 77-81.
  10. Как поднять рынок органики? Рассказали эксперты ниши на международной выставке «ЭкоГородЭкспо-2023» | рубрика События | MilkLife [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://milklife.ru/publication/11336.html> (дата обращения 29.01.2024).
  11. Макеева Ю. В России сертифицировали 153 производителя органической продукции | Ветеринария и жизнь (vetandlife.ru) 30 марта 2023, 12:25 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vetandlife.ru/sobytiya/v-rossii-sertificirovali-153-proizvoditelya-organicheskoy-produkcii/> (дата обращения 29.01.2024).
  12. Мигранова Э.В., Шитова С.Н. Кухня башкирская // Башкирская энциклопедия / Гл. ред. М. А. Ильгамов. Уфа : ГАУН «Башкирская энциклопедия», 2015-2020.
  13. Нечаева Е.Б. Органическая пищевая продукция сегодня: регулирование, сертификация, маркировка (rtmsk.ru)/ 25 октября 2023 [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://rtmsk.ru/dajdzhest/organicheskaya\\_pishchevaya\\_produktsiya\\_segodnya\\_regulirovanie\\_sertifikatsiya\\_markirovka/](https://rtmsk.ru/dajdzhest/organicheskaya_pishchevaya_produktsiya_segodnya_regulirovanie_sertifikatsiya_markirovka/)(дата обращения: 25.01.2024).
  14. Новые национальные бренды на основе культурно-исторических традиций (forumspb.com). Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ). 16 Июня, 09:00–10:15 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://forumspb.com/archive/2022/programme/97177/> (дата обращения: 25.01.2024).

15. Роскачество представило обновленный рейтинг органических регионов России – Роскачество (roskachestvo.gov.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roskachestvo.gov.ru/news/roskachestvo-predstavilo-obnovlennyy-reyting-organicheskikh-regionov-rossii/> (дата обращения: 25.01.2024).
16. Тема дня: Роскачество заявило о росте числа производителей органической продукции за 2022 год на 46% // Телеграм канал РАНХиГС Экспертиза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/news/tema-dnya-roskachestvo-zayavilo-o-roste-chisla-proizvoditeley-organicheskoy-produktsii-za-2022-god-n/> (дата обращения: 25.01.2024).
17. Хажин Р.Р. Башкирская кухня. Уфа, 2010. 254 с.

### *References:*

1. Federal Law “On Organic Products and on Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation” dated August 3, 2018 No. 280-FZ (latest edition), which entered into force on January 1, 2020 \ ConsultantPlus (consultant.ru) / Access mode: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304017/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304017/) (access date: 01/20/2024).
2. Order of the Government of the Russian Federation dated July 4, 2023 No. 1788-r “Strategy for the development of organic production in the Russian Federation until 2030” Access mode: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_452275/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_452275/) (access date: 01/20/2024).
3. Arslanova I.A. Traditional and modern Bashkir cuisine. Ufa, 2012. 256 p.
4. Akhmetov V.Ya. Prospects for the regional market of ethnoproducts and ethnoservices in the Republic of Bashkortostan // Ufa Humanitarian Scientific Forum. 2023. No. 3 (15). pp. 27-36. DOI 10.47309/2713-2358-2023-3-27-36. EDN QGWKPN.
5. Akhmetov V.Ya., Yakshimbetova G.I. Ethnobrading and its role in increasing the investment and tourist attractiveness of rural areas in the context of the coronavirus pandemic (on the example of the Bashkir Trans-Urals) / V.Ya. Akhmetov, // Bulletin of Eurasian Science. 2020. T 12. No. 6. URL: <https://esj.today/PDF/22ECVN620.pdf>. DOI: 10.15862/22ECVN620 (access date: 01/25/2024).
6. Bashkir brands [Electronic resource]. Access mode: <http://bashpredmsk.bashkortostan.ru/ru/republic/brands/> (access date 01/29/2024).
7. Galikeev R.N. Development of intermunicipal cooperation in the production of environmentally friendly products // Russian Agricultural Economics. 2023. No. 12. P. 89-94. DOI 10.32651/2312-89. EDN YABAIE.
8. Durkina E. Evgeniy Timoshin: Marketplace is a command tool for promoting goods of the NAO outside the region // News of Naryan-Mar today - Latest events in the NAO - Information agency NAO24.RU [Electronic resource]. Access mode: <https://nao24.ru/biznes/22636-evgeniy-timoshin-marketpleys-komandnyy->

- instrument-prodvizheniya-tovarov-nao-za-predelami-regiona.html (access date 01/29/2024).
9. Isyanbaev M.N., Gataullin R.F., Akhmetov V.Ya. Ethnoentrepreneurship in the south-eastern and north-eastern regions of Bashkortostan: problems and development prospects // Problems of the functioning and development of territorial socio-economic systems: materials of the X international scientific and practical internet conference (October 14 - November 14, 2016, Ufa, Russia). Ufa, ISEI UFITs RAS, 2016. Pp. 77-81.
  10. How to increase the organic market? Niche experts spoke at the international exhibition “EcoCityExpo-2023” | category Events | MilkLife [Electronic resource]. Access mode: <https://milklife.ru/publication/11336.html> (access date 01/29/2024).
  11. Makeeva Yu. In Russia, 153 producers of organic products have been certified | Veterinary medicine and life (vetandlife.ru) March 30, 2023, 12:25 [Electronic resource]. Access mode: <https://vetandlife.ru/sobytiya/v-rossii-sertificirovali-153-proizvoditelya-organicheskoy-produkcii/> (access date 01/29/2024).
  12. Migranova E.V., Shitova S.N. Bashkir cuisine // Bashkir encyclopedia / Ch. ed. M. A. Ilgamov. Ufa: GAUN “Bashkir Encyclopedia”, 2015-2020. ISBN 978-5-88185-306-8.
  13. Nechaeva E.B. Organic food products today: regulation, certification, labeling (rtmsk.ru) / October 25, 2023 [Electronic resource] / Access mode: [https://rtmsk.ru/dajdzhest/organicheskaya\\_pishchevaya\\_produktsiya\\_segodnya\\_regulirovanie\\_sertifikatsiya\\_markirovka/](https://rtmsk.ru/dajdzhest/organicheskaya_pishchevaya_produktsiya_segodnya_regulirovanie_sertifikatsiya_markirovka/) (access date: 01/25/2024).
  14. New national brands based on cultural and historical traditions (forumspb.com). St. Petersburg International Economic Forum (SPIEF). June 16, 09:00–10:15 [Electronic resource]. Access mode: <https://forumspb.com/archive/2022/programme/97177/> (access date: 01/25/2024).
  15. Roskachestvo presented an updated rating of organic regions of Russia - Roskachestvo (roskachestvo.gov.ru) [Electronic resource]. – Access mode: <https://roskachestvo.gov.ru/news/roskachestvo-predstavilo-obnovlennyy-reyting-organicheskikh-regionov-rossii/> (date of access: 01/25/2024).
  16. Topic of the day: Roskachestvo announced an increase in the number of producers of organic products in 2022 by 46% // Telegram channel RANEPА Expertise [Electronic resource]. Access mode: <https://www.ranepa.ru/news/tema-dnya-roskachestvo-zayavilo-o-roste-chisla-proizvoditeley-organicheskoy-produkcii-za-2022-god-n/> (access date: 01/25/2024).
  17. Khazhin R.R. Bashkir cuisine. Ufa, 2010. 254 p.

***Сведения об авторах:***

***Ахметов Вилюр Ямилевич***, старший научный сотрудник сектора экономики и управления развитием территорий Института социально-экономических исследований Уфимского федерального исследовательского центра РАН, кандидат экономических наук, доцент. 450054, Республика Башкортостан, г. Уфа, проспект Октября, 71. willi76@mail.ru, тел. +7 (927) 357-55-59. <https://orcid.org/0000-0003-0575-0903>.

***Матинова Файруза Валитовна***, доцент кафедры экономики и менеджмента Сибайского института (филиала) Уфимского университета науки и технологий, кандидат экономических наук. 453837, Республика Башкортостан, г. Сибай, ул. Белова, 21. [matinova.fairuza@yandex.ru](mailto:matinova.fairuza@yandex.ru), тел. +7 (927) 342-27-16.

***Author's personal details:***

***Akhmetov Vilyur Yamilevich***, Senior Researcher in the sector of economics and Territorial Development Management at the Institute of Socio-Economic Research of the Ufa Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor. 450054, Republic of Bashkortostan, Ufa, Prospekt Oktyabrya, 71. willi76@mail.ru , tel. +7 (927) 357-55-59. <https://orcid.org/0000-0003-0575-0903>.

***Matinova Fayruza Faritovna***, Associate Professor of the Department of Economics and Management of the Sibai Institute (branch) of the Ufa University of Science and Technology, Candidate of Economic Sciences. 453837, Republic of Bashkortostan, Sibai, Belova str., 21. [matinova.fairuza@yandex.ru](mailto:matinova.fairuza@yandex.ru) , tel. +7 (927) 342-27-16.

© АХМЕТОВ В.Я., МАТИНОВА Ф.В.