

Оптимизация взаимных поставок газированных напитков между Россией и Японией: сетевой анализ в действии

Optimization of Mutual Supplies of Carbonated Beverages Between Russia and Japan: Network Analysis in Action

Попова Дарья Артемовна

Daria Popova

Студентка Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург). Образовательная программа «Востоковедение»

daropova_4@edu.hse.ru

BA student of the National Research University Higher School of Economics (St. Petersburg). Educational Program “Asian and African Studies”

Данная статья посвящена исследованию торговых взаимоотношений в сфере газированных напитков между Россией и Японией и поиску возможных путей их совершенствования. Автор представляет результаты исследования, проведенного на основе данных о поставках напитков между двумя странами. С помощью метода сетевого анализа были выявлены основные акторы торговых отношений, чья успешная политика была проанализирована и применена для дальнейшего развития торговой связи между Россией и Японией. Также были представлены гипотетические пути развития и улучшения торговых поставок в интересующих нас взаимоотношениях. Результаты исследования могут быть полезны как для компаний, занимающихся поставками газированных напитков, так и для научного сообщества, интересующегося проблемами логистики и спроса на газированные напитки. Исследование отражает культурную и экономическую составляющую изучаемых стран.

Ключевые слова: Россия, Япония, сетевой анализ, газированные напитки, экспорт, импорт

This article is devoted to the study of trade relations in the sphere of carbonated beverages between Russia and Japan and the search for possible ways to improve them. The author presents the results of a study based on data on beverage shipments between the two countries. Using the network analysis method, the main actors of the trade relationship were identified, whose successful policies were analyzed and applied to further develop the trade relationship between Russia and Japan. Hypothetical ways to develop and improve trade supply in the relationship of interest were also presented. The results of the study may be useful to both carbonated beverage companies and the academic community interested in the logistics and demand for carbonated beverages. The study reflects the cultural and economic background of the countries studied.

Keywords: Russia, Japan, network analysis, carbonated beverages, exports, imports

Введение

Данная статья посвящена анализу взаимных поставок газированной воды между Россией и Японией, а также рассмотрению основных торговых тенденций в сравнении с лидирующими поставщиками, такими как Китайская Народная Республика (КНР) и Южная Корея. Актуальность исследования обоснована тем, что после введения ряда санкций, Россия была вынуждена произвести ряд отечественных аналогов воды, которую более не импортируют из-за рубежа [24]. Также после выпуска огромного количества российских газированных напитков, стала интересна идея продвижения данного товара на мировом уровне, а самым очевидным рынком сбыта видится азиатский регион [30]. В связи с тем, что в Японии существует культура потребления безалкогольных газированных напитков, торговые отношения с этой страной стали фокусом представленного исследования. Видится, что грамотный анализ и развитие экономических взаимоотношений двух изучаемых государств может стать актуальным и выгодным для рыночного развития. Особое внимание стоит уделить группе «Газированные напитки с содержанием этилового спирта не более 0,5% от общей тары», поскольку именно она пользуется наибольшим спросом в Японии, о чем далее будет рассказано более подробно [31].

В процессе проведения сетевого анализа в выборку стран кроме России и Японии были включен ряд других азиатских государств как ближайшие потенциальные конкуренты в сфере торговли. А также Великобритания и Франция как европейские страны, имеющие опыт успешного сбыта продукции в Юго-Восточной и Восточной Азии, а также на Ближнем Востоке.

Работа носит прикладной характер, поскольку основной целью данной статьи является поиск наиболее выгодных способов финансового взаимодействия между Россией и Японией в контексте торговли газированными безалкогольными напитками и оптимизация путей поставок. Основные задачи исследовательской работы – проанализировать данные о поставках газированных напитков между Россией и Японией, выявить и обосновать роль ключевых сторонних акторов, а также рассмотреть пути возможного продвижения.

Исследовательский вопрос данной работы был сформулирован следующим образом: выгодно ли для России и Японии сотрудничество в контексте торговли газированными напитками и как оптимально выстроить логистику поставок? В процессе написания статьи был использован метод сетевого анализа и обзора литературы для статьи, что дает возможность наиболее полно осветить изучаемую тему.

В контексте исследования будут проанализированы три группы газированных напитков и их востребованность в торговых отношениях рассматриваемых стран: минеральная вода без добавления сахара и сиропов; газированная вода с добавлением сахара, сиропов и соков; безалкогольное пиво. Такое деление изучаемого товара на подгруппы даст возможность детально разобраться в успешности международных поставок.

Литературный обзор

Сетевой анализ данных предлагает широкий спектр инструментов для исследований в сфере международных отношений и мировых экономических вза-

имосвязей, а также позволяет наглядно продемонстрировать прочность торговых отношений, выгодные пути сотрудничества и многое другое.

Данный метод широко используется за рубежом. Так, в статье Хафнер-Бертон, Калер и Монтогомери, посвященной сетевому анализу в международных отношениях, демонстрируется, что преимущество такого вида анализа заключается в возможности рассмотрения не только двусторонних связей государств, но и более широких групп международных отношений, что позволяет в полной мере изучить процесс возникновения и развития конфликтных ситуаций, формирования союзов, экономических и торговых связей и прочих мировых процессов [2]. Сиккинк в своей работе «Сила сетей в международной политике» высказывает мысль о том, что с помощью сетевого анализа можно изучить политические связи государств, а также приходит к выводу, согласно которому сети могут быть источником власти, распространять идеи и ценности, которые позднее меняют политическую повестку [4]. В работе Маоз «Сети наций: эволюция, структура и влияние международных сетей» развивается теория о международных сетях, которые могут влиять на мировую повестку, рассматривая тенденции в сфере исторической эволюции, войн и экономического развития [3]. Так или иначе, все выше перечисленные работы подтверждают, что метод сетевого анализа способен отразить довольно продолжительный процесс изменения глобальных мировых процессов, главных акторов, методы влияния и многие другие факторы, требующие учета в процессе проведения исследования.

В российской научной среде метод сетевого анализа данных чаще всего рассматривается в вопросах внутригосударственных политических процессов или анализа связей на основе военно-политических блоков. Так Д. А. Дегтерев в своей статье «Сетевой анализ международных отношений» в полной мере описывает, как на основе сетевого анализа делаются выводы о прочности связей в системе государств, состоящих в политических альянсах, а также поясняет, с какими проблемами можно столкнуться при трактовке полученных графиков [19]. В статье И.Е. Гавриленковой «Государства в сетях: Сетевой подход в международных исследованиях» подтверждается актуальность исследований в сфере сетевого анализа в контексте международной торговли, а также военных конфликтов и действий международных акторов [18].

Метод сетевого анализа данных используется в широком спектре исследований, часто связанных с политологической или экономической тематикой. К примеру, в статье А. В. Владимировой «Сети санкций и внешняя политика Китая» внимание уделяется рассмотрению взаимосвязей стран, попавших под действие санкций, а также их влиянию на политические и экономические отношения [15]. Работа «Сетевой подход в изучении межгосударственных конфликтов» Ф. Т. Алескерова и его коллег была посвящена сетевому анализу в сфере военных альянсов, военных противостояний различных государств, а также развитию конфликтных ситуаций [9]. В работе А. В. Владимировой, посвященной гуманитарной помощи, наглядно рассматривается сеть связей между страной, передающей помощь, и государствами, принимающими ее, а также отслеживаются потоки помощи и организации, участвующие в процессе [11]. Н. Голубев и А. В. Владимирова используют сетевой анализ для выявления общественных настроений на основе политических карикатур, а также изучения ключевых политических акторов, наиболее часто задействованных в карикатурах [1]. Сетевой ана-

лиз использовался в научных работах Дегтерева В. А. [19], Голубева Д. С., Варнавского В. Г. с целью выявления взаимосвязей между государствами, как в вопросах политики, так и экономики и международной торговли.

Говоря об исследованиях с помощью метода сетевого анализа в сфере внешнеэкономической торговли, нельзя не упомянуть работу Ю. В. Зинькиной, С. Г. Шульгина и А. В. Коротаева «Эволюция глобальных сетей: Закономерности, тенденции, модели». В данной работе показывается, что сетевой анализ данных позволяет не просто зафиксировать состояние глобальной торговли в момент изучения, но и создать динамическую измеряемую систему, отражающую эволюцию международной торговли [20]. Через сетевой анализ рассматриваются глобальные процессы Великой конвергенции и рассматривается вопрос существования в современном мире конвергенции или дивергенции ценностей.

Применяя сетевой анализ в сфере востоковедных наук, мы получаем возможность изучить «асеаноцентричность» и внешнеторговые связи в Азиатско-Тихоокеанском регионе [12], рассмотреть торговые связи России со странами АСЕАН и оценить силу связей с различными государствами [9]. Также можно проанализировать изменения в торговых отношениях Турции с внерегиональными партнерами [23], и понять, как связаны Франция и Япония, которым с географической точки зрения совсем невыгодно строить торговые отношения [6]. Более того, сетевой анализ позволяет проанализировать не только уже существующие налаженные потоки торговых связей, но и договора по преференциальной торговле внутри интересующих азиатских регионов [16].

Итак, метод сетевого анализа – это универсальный способ отобразить связи в различных сферах, начиная от политологии и заканчивая экономикой, широко применяемый как в России, так и за рубежом. Он позволяет анализировать как глобальные международные сети, так и более мелкие, ограниченные конкретным регионом или даже страной. Данный метод позволяет подробно изучить приоритетность связей, их обоюдность, а также направление торговых и политических процессов. Может отражать уже устоявшиеся связи, прогнозировать теоретические варианты развития или же выстраивать систему задающихся внутри общества трендов.

Методы

В данном разделе статьи будет рассматриваться базовая терминология, используемая в процессе трактовки результатов, полученных в процессе проведения сетевого анализа. Для начала, необходимо понять, что такое *центральность* и какую роль она играет в контексте исследования.

Центральность показывает степень важности узлов (вершин) в сети. Существует множество видов центральности, основными из которых являются центральность по степени, посредничеству, собственному вектору и близости. В рамках данного исследования особую роль играет центральность по степени, которая и будет подробно раскрыта далее.

Так, центральность по степени показывает важность конкретной вершины с точки зрения количества связей (а также их силы, если сеть взвешенная, т.е. когда связям присвоены веса) с другими вершинами сети. Центральность в ориентированном графе позволяет учесть направление связей. В случае, если граф ориентированный и взвешенный, мы оцениваем исходящие и входящие связи, а

также их вес в процессе расчета метрики центральности. Например, ориентированной может считаться связь, при которой из страны А в страну Б экспортируются товары, т.е. связь исходит из страны А в страну Б. Если говорить о взвешенной центральности, то мы можем посчитать, сколько затрат требуется для экспорта товара из одной страны в другую через посредника и посчитать минимальный уровень затрат, а значит самый выгодный.

Подобная метрика может быть полезна востоковеду, если он хочет оценить взаимосвязь торговли в различных странах, уровень ее развитости и выгодности. Также можно проанализировать ведущих партнеров стран в сфере внешней торговли, их позиции и роли.

Данные

В процессе написания работы использовалась база данных «Комтрейд ООН». Выбор данного источника обоснован хорошей репутацией ООН и популярностью базы данных в сфере сетевого анализа.

В процессе проведения анализа важно учитывать специфику данных, а также их источника. Так, следует обратить внимание, что «Комтрейд ООН» обновляет систему без объявления новой версии, поэтому важно указывать дату обращения, которая позволит оценить актуальность данных, представленных в исследовании [32]. К преимуществам используемой базы данных стоит отнести достаточность данных и хорошую репутацию ООН как провайдера, однако также стоит отметить, что пользователи могут столкнуться с такими проблемами как пропуски в данных, замена и удаление записей [17]. Примечательно, что в «Комтрейд ООН» представлено достаточно большое количество наблюдений, на данный момент это свыше 3 миллиардов записей [5]. В процессе использования упомянутого источника не стоит забывать об асимметрии данных, так как информация, полученная от статистических служб разных стран, может не совпадать и содержать большие противоречия [13].

Возвращаясь к вопросу пропусков в данных, отметим, что несмотря на этот частный дефект «Комтрейд ООН» хорошо подходит для анализа информации, необходимой для изучения торговли в XXI веке, поскольку является достаточно достоверным источником исследования. Выбор подобного надежного источника важен, потому что учеными высказываются опасения по поводу достоверности данных, создаваемых непрофессиональными историками, а также опасность «размывания» границы между науками, которые могут повлиять на переход к нетрадиционным способам изучения источников [14].

Асимметрия зеркальной статистики в контексте международной торговли – это ситуация, при которой в базе данных не совпадают показатели экспорта и импорта двух изучаемых стран. Отметим, что это достаточно давняя проблема, возникающая в процессе изучения внешней торговли, однако существует несколько путей решения, в зависимости от того, насколько велика разница в данных [8]. Примечательно, что возникновение такой проблемы не всегда означает фальсификацию данных со стороны одного из государств. Причиной может служить даже колебание валютных курсов [10]. К тому же, влияние зеркальной асимметрии не всегда сказывается критично на определении центральности по степени, как, например, пропуск данных [10].

На основе всего выше сказанного, было принято решение обратить особое внимание на проблему асимметрии и взять только данные импорта, поскольку охват базы данных ООН за последние годы достаточен.

Представление сетевой модели и интерпретация результатов

Ниже представлены построенные нами сетевые модели, использование которых позволяет сделать выводы о самых влиятельных экспортерах, импортерах и важности других акторов мировой торговли. Для наглядного представления результатов моделирования использована программа Visone, которая позволяет визуально отобразить все взаимосвязи и центральности как с помощью цвета, так и через масштабирование [33].

Так, в процессе рассмотрения торгового оборота газированной воды между Россией и Японией, были созданы шесть графов, отражающих экспортные и импортные поставки трех ранее упомянутых категорий товара. Далее будут приведены последовательные описания каждого из них с пояснениями и дополнениями.

Для начала, рассмотрим торговые сети, касающиеся поставок минеральной воды без газа в ряде изучаемых стран.

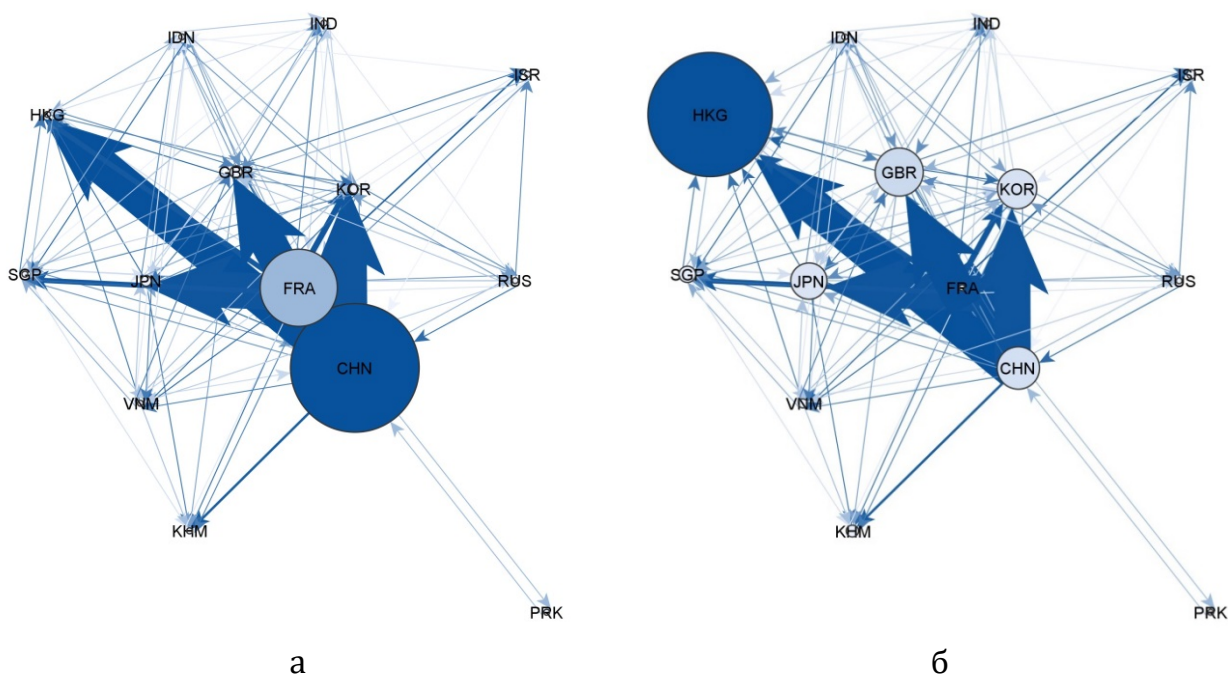


Рис. 1. Экспорт (а) и импорт (б) минеральной воды без сахара

Рассматривая экспортную сеть, представленную на рис. 1 (а), отметим, что основными экспортерами в выбранном пуле стран, являются Китай и Франция (центральность по степени демонстрирует большое количество экспортных связей). Интересующие нас Япония и Россия не занимают ведущих позиций с точки зрения экспортных поставок минеральной воды. Лидирующая позиция Китая обусловлена достаточно низкой ценой на изучаемый товар, а также длительным пребыванием на азиатском рынке и высоким уровнем узнаваемости бренда. Примечательно, что в Китае минеральная вода как продукт появилась

именно после экспортной поставки из России [34], однако эпидемия COVID-19 негативно повлияла на уже устоявшуюся связь и поставки из РФ фактически прекратились [30]. Основными рынками сбыта для КНР являются Южная Корея и Гонконг, что объяснимо низкими затратами на логистику и политическими аспектами взаимоотношений. Франция может соперничать с Китаем, поскольку минеральные воды, поставляемые именно из этой страны, обладают высочайшим уровнем качества. Именно поэтому основным азиатским рынком сбыта французской минеральной воды является Япония. В связи с очень высоким стандартом JIS, малое количество стран-экспортеров может позволить себе ввозить воду в Японию, однако вода премиум-класса из Франции отвечает всем запросам и активно потребляется на рынке [27]. Глядя на граф, отражающий сеть импорта минеральной воды, стоит акцентировать внимание на том, что в Японии существует активный запрос на поставку минеральной воды, который удовлетворяется только Францией. Используя информацию о том, что с конца января Франция переживает кризис поставок минеральной воды в связи со скандалом Nestle, Россия может воспользоваться шансом и начать продвигать минеральную воду на японском рынке, возобновив торговые отношения с Китаем для упрощения сети поставок [28].

Далее уделим внимание сетям поставок газированной воды с добавлением сахара. Ниже на рисунках 2 и 3 представлены графы, отражающие экспортные и импортные поставки соответственно.

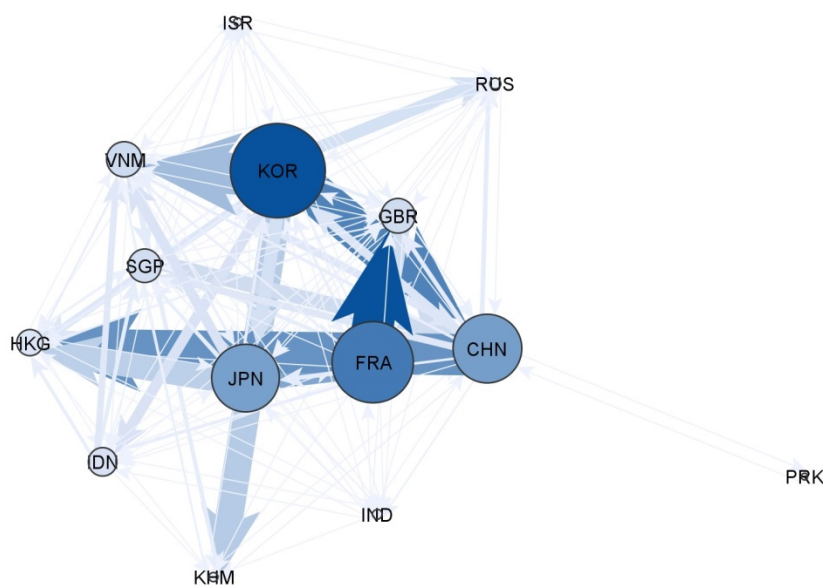


Рис. 2. Экспорт газированной воды с сахаром

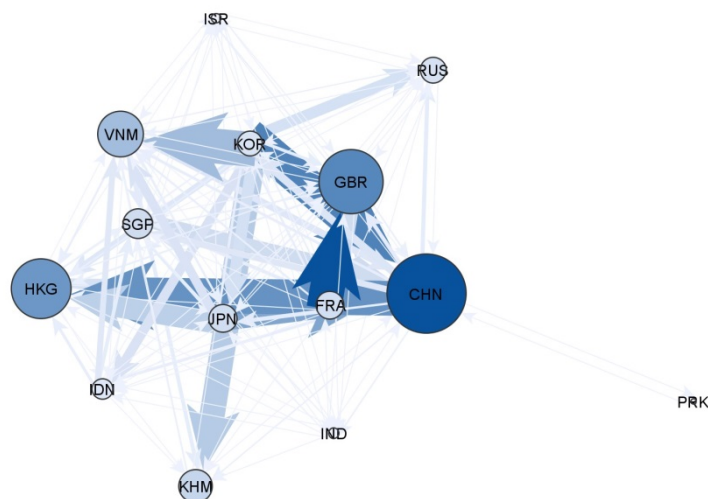


Рис. 3. Импорт газированной воды с сахаром

Проанализировав графики, стоит сразу акцентировать внимание на том, что основными экспортными акторами согласно центральности по степени являются Южная Корея, Франция, Китай и Япония. Франция не будет рассматриваться в данном контексте подробно, поскольку основным рынком сбыта газированной воды для нее является Великобритания, в азиатские страны экспорт представлен слабо. Внутри азиатского рынка основные поставки направлены из Южной Кореи во Вьетнам, Китай и Камбоджу, что объяснимо резкой волной популярности корейской продукции в целом и логистическими связями в частности. Китай также числится в лидерах экспортных поставок, однако самый крупный поток идет в Гонконг. Япония значительно уступает своим конкурентам, поэтому предлагается сделать ставку на популяризацию азиатских товаров в России [25]. Как мы можем заметить по графику импорта, Россия заинтересована в поставках азиатской газированной воды, и на данный момент самая прочная торговая связь установлена с Южной Кореей. Для Японии наиболее разумным вариантом развития торговых взаимоотношений будет являться разработка сети поставок более дешевого аналога, схожего с уже имеющимся на российском рынке корейским конкурентом.

Последним товаром, рассматриваемым с точки зрения поставок газированных напитков между Россией и Японией, являются газированные напитки с содержанием этилового спирта не более 0,5%. На рисунках 4 и 5 представлены экспортно-импортные поставки безалкогольных напитков, содержащих в составе солод.

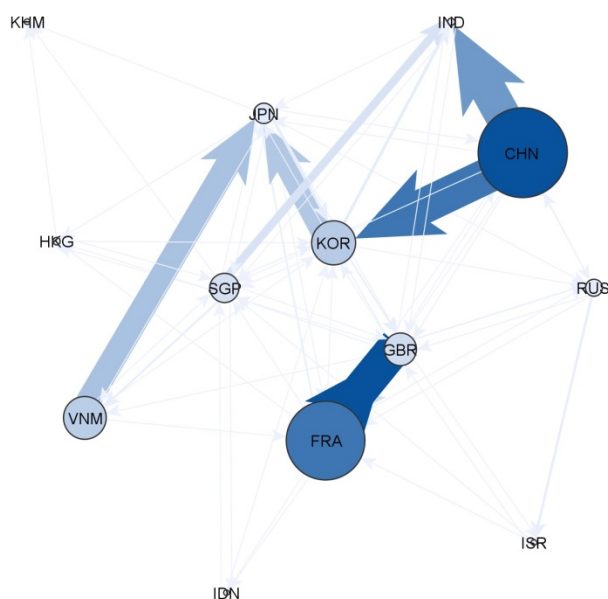


Рис. 4. Экспорт безалкогольных газированных напитков с содержанием солода

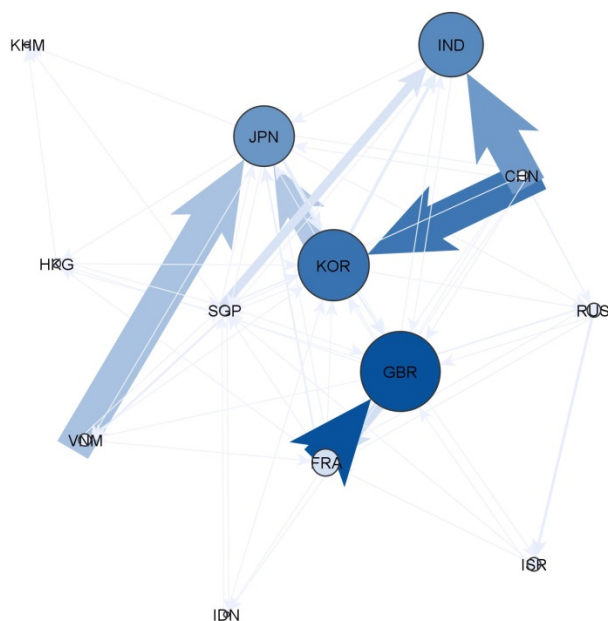


Рис. 5. Импорт безалкогольных газированных напитков с содержанием солода

Примечательно, что основными поставщиками безалкогольных напитков с содержанием солода в азиатском регионе являются Китай, Южная Корея и Вьетнам. Причем Корея потребляет безалкогольное пиво, произведенное в Китае, а рынком сбыта для собственной продукции считает Японию. Это происходит потому, что Япония и Китай давно перешли к фазе соперничества за торговое лидерство, поэтому зачастую их торговые взаимоотношения сильно страдают [21]. Также важно отметить, что во всех странах-импортерах существует культура потребления именно безалкогольного пива, обусловленная религиозными и светскими мотивами, как например, в Индии или Японии [22]. На пер-

вый взгляд, Россия никак не проявляет себя в процессе торговых отношений в сфере реализации безалкогольного пива, однако это обусловлено недавним выходом на рынок. Безалкогольное пиво не пользуется спросом на внутреннем рынке РФ, поэтому с недавнего времени было принято решение о его реализации в азиатском пространстве. Например, фирма «Балтика» начала экспорт безалкогольного пива во Вьетнам и стала первой российской компанией представленной в данной стране [29]. Установление торговых взаимоотношений с Вьетнамом в сфере реализации безалкогольного пива значительно упрощают процесс поставок в Японию, что может позитивно сказаться на экспортно-импортных отношениях России и Японии при грамотной политике их дальнейшего развития.

Заключение

Подводя итоги исследования, стоит отметить, что установление торговых взаимоотношений между Россией и Японией в сфере газированных напитков имеет большой потенциал развития. Примечательно, что существует разделение интересов в реализации отдельных видов товара. К примеру, удивительно, что Россия более заинтересована в поставках японской газированной воды с добавлением сахара, так как изначально выдвигалась гипотеза развития торговли отечественной газированной водой. В то же время, в Японии более актуальным запросом являются поставки безалкогольного пива и минеральной воды. Восстребованность безалкогольных напитков на основе солода обоснована падением спроса на алкогольную продукцию в целом на японском рынке, в то время как поставки минеральной воды необходимы в связи с недоверием к действующему основному поставщику.

Однако стоит отметить, что для успешного установления торговых отношений и конкурентоспособности на японском рынке российскому производству стоит сделать акцент на следующих аспектах: развитие цепей логистических поставок (через Вьетнам и КНР в связи с уже имеющимися устойчивыми логистическими отношениями), повышение качества продукции до уровня JAS (Japanese Agricultural Standards, 日本農林規格), повышение узнаваемости бренда на рынке и ценовая и качественная конкурентоспособность на рынке.

Так, подчеркнем, что на данный момент лидером по поставкам минеральной воды является Франция, однако в связи со скандалом о производстве некачественной воды, Россия в полной мере может соперничать с действующим лидером в случае удовлетворения стандартов ГОСТ. Анализируя поставки газированной воды, отметим, что более выгодны будут поставки напитков из Японии в Россию, поскольку все еще велик запрос на закрытие внутренних потребностей в импортной газированной воде с добавлением сахара. Причем необходимо сделать акцент на более выгодное сотрудничество, чем уже существующее с Южной Кореей. По результатам анализа поставок безалкогольного пива и установления новых торговых отношений, наиболее логичным решением будет установление экспортных поставок из России в Японию через партнерство с Вьетнамом. Также возможно восстановление торговых отношений с Китаем, однако важно реализовывать продукцию исключительно под российской маркой.

Таким образом, поставки газированных напитков между РФ и Японией имеют огромный потенциал и могут стать выгодным аспектом внешнеэкономического сотрудничества двух государств.

Библиография

1. Golubev N., Vladimirova A. V. Drawing Networks of Political Leaders: Global Affairs in The Economist's KAL's Cartoons. // *Studies in Computational Intelligence*. 2020. Vol. 881 SCI. P. 673–681.
2. Hafner-Burton E. M., Kahler M., Montgomery A. H. Network Analysis for International Relations // *International Organization*. 2009. Vol. 63. No. 03. P. 559–592.
3. Maoz Z. *Networks of Nations: The Evolution, Structure, and Impact of International Networks, 1816–2001*. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2010. P. 448.
4. Sikkink K. The Power of Networks in International Politics // *Networked Politics: Agency, Power, and Governance* / Edited by M. Kahler. Ithaca: Cornell University Press, 2009. P. 228–247.
5. Vladimirova A. V. Exploring Evolution of International Trade Networks: Overview of Data Preprocessing Issues // *Исторические исследования в контексте науки о данных: информационные ресурсы, аналитические методы и цифровые технологии*. Материалы международной конференции. Москва, 4–6 декабря 2020 г. М.: МАКС Пресс, 2020. С. 209–217.
6. Азизова Н. А., Отелли Ж.-М. Франко-японские торговые отношения через призму сетевого анализа экономических связей Японии со странами-партнёрами // *Цифровое востоковедение*. 2021. Т. 1. № 2. С. 67–75.
7. Алескерев Ф. Т. и др. Сетевой подход в изучении межгосударственных конфликтов // *Политическая наука*. 2016. № 4. С. 111–137.
8. Владимирова А. В. Аналитический обзор основных факторов, влияющих на рост асимметрии показателей экспорта и импорта стран Юго-Восточной Азии // *Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития*. 2020. Т. 1. № 1 (46). С. 45–68.
9. Владимирова А. В. Внешнеторговые отношения России и стран АСЕАН: курс на сближение? // *Юго-Восточная Азия: Актуальные проблемы развития*. 2021. Т. 4. № 4 (53). С. 55–66.
10. Владимирова А. В. Влияние асимметрии зеркальной статистики на результаты сетевого анализа внешней торговли стран Юго-Восточной Азии // *Юго-Восточная Азия: Актуальные проблемы развития*. 2019. Т. II. № 3 (44). С. 57–70.
11. Владимирова А. В. Гуманитарная помощь России странам Востока в период пандемии COVID-19: от новых данных к новым исследованиям // *Востоковедение: история и методология*. 2021. № 1. С. 75–83.
12. Владимирова А. В. Измерения «асеаноцентричности»: сетевой анализ внешнеторговых связей Азиатско-Тихоокеанского региона // *Теоретическая и прикладная экономика*. 2017. № 2. С. 1–9.
13. Владимирова А. В. Особенности диагностики пропущенных данных при проведении историко-экономических исследований сетей внешней торговли // *Исторические исследования в контексте науки о данных: информационные ресурсы, аналитические методы и цифровые технологии*. Материалы

- международной конференции. Москва, 4–6 декабря 2020 г. М.: МАКС Пресс, 2020. С. 203–208.
14. Владимирова А. В. Сетевой анализ и верификация данных: асимметрия в показателях статистики внешней торговли стран Азиатско-Тихоокеанского региона // Альманах «Казачество». 2018. № 36. С. 35–47.
 15. Владимирова А. В. Сети санкций и внешняя политика Китая // I Молодежная международная конференция «Методы точных наук в востоковедении», 10–11 ноября 2015 г.: Материалы конференции / Под ред. М. А. Солощева. СПб.: Изд-во РХГА, 2015. С. 91–92.
 16. Владимирова А. В. Сети соглашений о свободной торговле в Азиатско-Тихоокеанском регионе: позиционный анализ стран АСЕАН // Юго-Восточная Азия: Актуальные проблемы развития. 2017. № 37. С. 28–44.
 17. Владимирова А. В. Статистика внешней торговли стран Юго-Восточной Азии: проблема целостности данных, предоставляемых через API // Юго-Восточная Азия: Актуальные проблемы развития. 2018. Т. 2. № 3 (40). С. 71–83.
 18. Гавриленкова И. Е. Государства в сетях: Сетевой подход в международных исследованиях // Политическая наука. 2019. № 3. С. 264–278.
 19. Дегтерев Д. А. Сетевой анализ международных отношений // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2015. № 4. С. 119–138.
 20. Зинькина Ю. В., Шульгин С. Г., Коротаев А. В. Эволюция глобальных сетей: Закономерности, тенденции, модели. М.: ЛЕНАНД, 2016. 280 С.
 21. Зуев В., Островская Е., Кузнецов М. Влияние ВРЭП на торгово-экономические связи КНР и Японии // Экономический журнал ВШЭ. 2023. № 2.
 22. Литвинова Л. В., Крель А. М. Проявление традиции употребления алкоголя в современной Японии // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 10–2.
 23. Пасышина Е.Д. История стабильности: внешнеторговые отношения Турции с внерегиональными партнерами и соседней Сирией // Востоковедение: история и методология. 2021. № 1. С. 92–101.
 24. Румянцева Ю. В., Митрофанова О. Н. Трансформация структуры российского рынка безалкогольных напитков в условиях импортозамещения // Вестник ЧелГУ. 2022. № 12 (470).
 25. Смирнова О. В., Денисова Г. В., Бобылева М. А. К пониманию феномена «корейской волны» в отечественном медиадискурсе // Меди@льманах. 2023. №5 (118).
 26. Экспорт минеральной воды. 2022. <http://xn--j1aiacgdk6f.xn--p1ai/proekty/eksport-mineralnoy-vodyi> (дата обращения 17 марта 2024 г.)
 27. Nihon no mineraru wota no rekishi [日本のミネラルウォーターの歴史 =История минеральной воды в Японии] <https://minekyo.net/files/libs/211/201807111706211171.pdf> (Дата обращения: 17 марта 2024)
 28. Скандал вокруг очистки питьевой воды Nestlé разразился в конце января после того, как газета Les Echos обнародовала информацию о несоблюдении стандартов производства. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/nestle->

[et-d-autres-industriels-ont-purifie-illegalement-de-l-eau-contaminee-pour-continuer-de-la-vendre-6817370](#) (Дата обращения 17 марта 2024)

29. «Балтика» начала экспорт пива во Вьетнам. https://logistics.ru/9/3/i84_5520.htm (Дата обращения: 17 марта 2024)
30. В Японии растёт потребление безалкогольных напитков. 2022. <https://www.nippon.com/ru/news/yjj2022041800625/> [дата обращения 17 марта 2024 г.]
31. Японцы любят пиво: как менялись продажи напитков в Японии. 2018. <https://www.nippon.com/ru/features/h00253/> [дата обращения 2024 г.]
32. UN Comtrade Database // United Nations. <https://comtradeplus.un.org/> (дата обращения: 25.02.2024).
33. Visone. <https://visone.ethz.ch/> (Дата обращения 17 марта 2024)
34. Колесниченко И. А. Экспорт российских продуктов в Китай: интерес потребителей и перспективы продвижения // International scientific review. 2019. №LVI. <https://cyberleninka.ru/article/n/eksport-rossiyskih-produktov-v-kitay-interes-potrebiteley-i-perspektivy-prodvizheniya> (Дата обращения: 17 марта 2024).

References

1. Golubev N., Vladimirova A. V. Drawing Networks of Political Leaders: Global Affairs in The Economist's KAL's Cartoons. // Studies in Computational Intelligence. 2020. Vol. 881 SCI. P. 673-681.
2. Hafner-Burton E. M., Kahler M., Montgomery A. H. Network Analysis for International Relations // International Organization. 2009. Vol. 63. No. 03. P. 559-592.
3. Maoz Z. Networks of Nations: The Evolution, Structure, and Impact of International Networks, 1816-2001. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2010. P. 448.
4. Sikkink K. The Power of Networks in International Politics // Networked Politics: Agency, Power, and Governance / Edited by M. Kahler. Ithaca: Cornell University Press, 2009. P. 228-247.
5. Vladimirova A. V. Exploring Evolution of International Trade Networks: Overview of Data Preprocessing Issues // Historical Research in the Context of Data Science: Information Resources, Analytical Methods and Digital Technologies. Proceedings of the International Conference. Moscow, December 4-6, 2020. Moscow: MAKSPress, 2020. C. 209-217.
6. Azizova N. A., Otelli J.-M. Franco-Japanese trade relations through the prism of network analysis of Japan's economic ties with partner countries // Digital Orientalism. 2021. T. 1. № 2. C. 67-75.
7. Aleskerov F. T. et al. Network approach in the study of interstate conflicts // Political Science. 2016. № 4. C. 111-137.
8. Vladimirova A. V. Analytical review of the main factors affecting the growth of asymmetry of export and import indicators of Southeast Asia // Southeast Asia: Actual Problems of Development. 2020. T. 1. № 1 (46). C. 45-68.
9. Vladimirova A. B. Foreign trade relations between Russia and ASEAN countries: a course for rapprochement? // Southeast Asia: Actual problems of development. 2021. T. 4. № 4 (53). C. 55-66.

10. Vladimirova A. B. Influence of asymmetry of mirror statistics on the results of network analysis of foreign trade of Southeast Asian countries // *Southeast Asia: Actual problems of development*. 2019. VOL. II. NO. 3 (44). С. 57-70.
11. Vladimirova A. V. Humanitarian aid of Russia to the countries of the East during the pandemic COVID-19: from new data to new research // *Oriental Studies: History and Methodology*. 2021. № 1. С. 75-83.
12. Vladimirova A. V. Dimensions of "aseanocentricity": network analysis of foreign trade relations of the Asia-Pacific region // *Theoretical and Applied Economics*. 2017. № 2. С. 1-9.
13. Vladimirova A. V. Features of diagnostics of missing data when conducting historical and economic research of foreign trade networks // *Historical research in the context of data science: information resources, analytical methods and digital technologies*. Proceedings of the International Conference. Moscow, December 4-6, 2020. Moscow: MAKSPress, 2020. С. 203-208.
14. Vladimirova A. V. V. Network analysis and data verification: asymmetry in the indicators of foreign trade statistics of the Asia-Pacific region // *Almanac "Kazachestvo"*. 2018. № 36. С. 35-47.
15. Vladimirova A. V. Sanctions networks and China's foreign policy // *I Youth International Conference "Methods of exact sciences in Oriental Studies"*, November 10-11, 2015: Conference materials / Edited by M. A. Soloshev. SPb.: Izd-v. RCHGA, 2015. С. 91-92.
16. Vladimirova A. V. Networks of free trade agreements in the Asia-Pacific region: position analysis of ASEAN countries // *Southeast Asia: Actual problems of development*. 2017. № 37. С. 28-44.
17. Vladimirova A. V. Foreign trade statistics of Southeast Asia: the problem of data integrity provided through API // *Southeast Asia: Actual Problems of Development*. 2018. T. 2. № 3 (40). С. 71-83.
18. Gavrilenkova I. E. States in Networks: Network Approach in International Studies // *Political Science*. 2019. № 3. С. 264-278.
19. Degterev D. A. Network analysis of international relations // *Vestnik of St. Petersburg University. Series 6. Political Science. International relations*. 2015. № 4. С. 119-138.
20. Zinkina Y. V., Shulgin S. G., Korotaev A. V. Evolution of global networks: Regularities, trends, models. M.: LENAND, 2016. 280 С.
21. Zuev V., Ostrovskaya E., Kuznetsov M. The impact of REEP on trade and economic relations between China and Japan // *Economic Journal of Higher School of Economics*. 2023. № 2.
22. Litvinova L. V., Krel A. M. Manifestation of the tradition of alcohol consumption in modern Japan // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2022. № 10-2.
23. Pasyshina E.D. History of stability: foreign trade relations of Turkey with extra-regional partners and neighboring Syria // *Oriental Studies: History and Methodology*. 2021. № 1. С. 92-101.
24. Rumyantseva Yu. V., Mitrofanova O. N. Transformation of the structure of the Russian market of soft drinks in the conditions of import substitution // *Vestnik ChelSU*. 2022. № 12 (470).

25. Smirnova O. V. V., Denisova G. V., Bobyleva M. A. Toward understanding the phenomenon of “Ko-rai wave” in the domestic media discourse // Medi@lmanah. 2023. №5 (118).
26. Export of mineral water. 2022. <http://xn--j1aiacgdk6f.xn--p1ai/proekty/eksport-mineralnoy-vodyi> (accessed March 17, 2024).
27. Nihon no mineraru wota no rekishi [日本のミネラルウォーターの歴史=History of mineral water in Japan] <https://minekyo.net/files/libs/211/201807111706211171.pdf> (Date accessed March 17, 2024)
28. The scandal surrounding Nestlé drinking water purification broke in late January after Les Echos newspaper publicized the failure to meet production standards. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/nestle-et-d-autres-industriels-ont-purifie-illegalement-de-l-eau-contaminee-pour-continuer-de-la-vendre-6817370> (Accessed March 17, 2024)
29. “Baltika” started exporting beer to Vietnam. https://logistics.ru/9/3/i84_5520.htm (Date of access: March 17, 2024)
30. Consumption of soft drinks is growing in Japan. 2022. <https://www.nippon.com/ru/news/yjj2022041800625/> [accessed March 17, 2024].
31. Japanese love beer: how beverage sales have changed in Japan. 2018. <https://www.nippon.com/ru/features/h00253/> [accessed 2024]
32. UN Comtrade Database // United Nations. <https://comtradeplus.un.org/> (accessed 25.02.2024).
33. Visone. <https://visone.ethz.ch/> (Date accessed March 17, 2024)
34. Kolesnichenko I. A. Export of Russian products to China: consumer interest and promotion prospects // International scientific review. 2019. No. LVI. <https://cyberleninka.ru/article/n/eksport-rossiyskih-produktov-v-kitay-interes-potrebiteley-i-perspektivy-prodvizheniya> (Date of access: March 17, 2024).