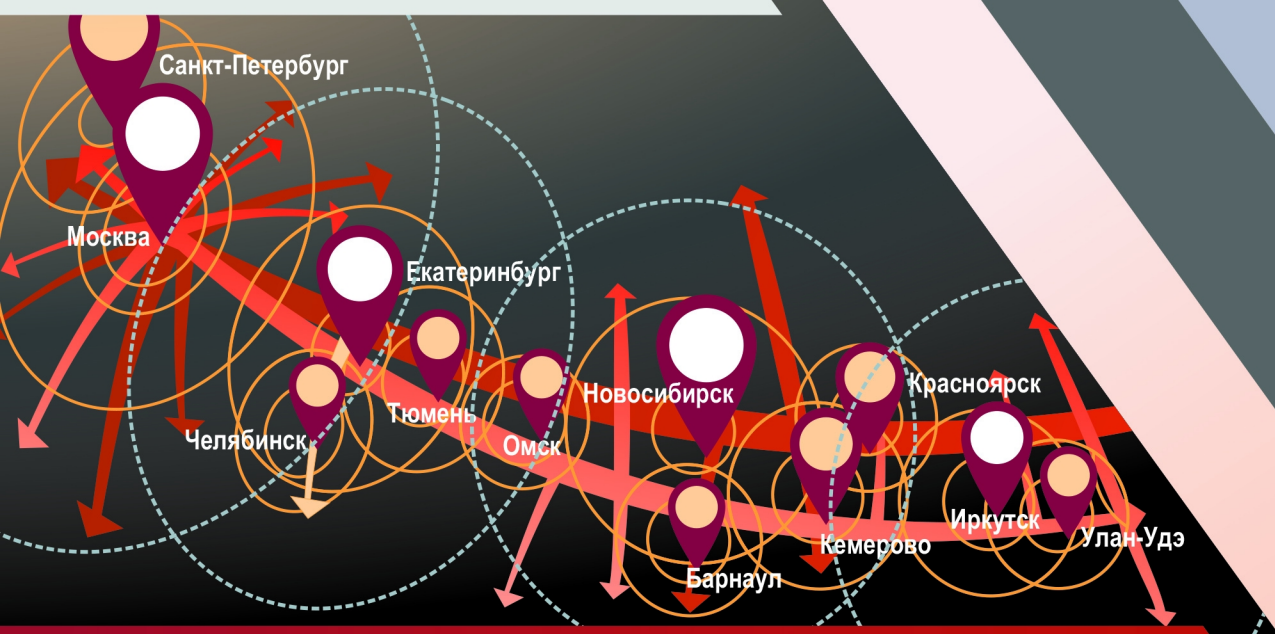


РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ



1 (39)
2025

TERRITORY DEVELOPMENT

Quarterly
scientific-practical journal

FOUNDED IN 2015

2025. № 1 (39)

EDITORIAL BOARD

Vladimir V. Glinskiy, Doctor of Economics, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Leonid K. Bobrov, Doctor of Technical Sciences, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Nikolay I. Krasnyakov, Doctor of Law, Associate Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Vladimir F. Minakov, Doctor of Technical Sciences, Professor (Russian Federation, St. Petersburg)

Lyudmila K. Serga, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

The point of view of the editorial board may not coincide with the point of view of the authors.

Link to the journal "Territory Development" is mandatory when materials are used.

© Siberian Institute of Management — branch of RANEPА

Founder
Federal State-funded Educational Institution
of Higher Education
"Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration"

"Territory Development" journal —
media partner of division
of the Russian Historical Society
(Novosibirsk)

Editor in chief
Leonid V. Savinov, Doctor of Political Science

Assistant Editor
Sergey M. Koba

Editorial office address:
Nizhegorodskaya street, 6,
Novosibirsk, 630102

Phone: +7 (383) 373-12-18
rasv_ter@siu.ranepa.ru

Editors:
V. V. Popova
N. V. Ivanova

Technical Editor *O. A. Gladunova*

SibAGS Publishing House.
Nizhegorodskaya street, 6, Novosibirsk, 630102.

Release date 25.03.2025.
OCE print. Format 60x84 1/8.
Conventional printed sheet 10,23.
Publisher's signature 10,30.
Edition of 500 copies. Order 2.

The Journal is included in the Federal Service
for Supervision of Communications, Information
Technology, and Mass Media Register.
Register number and date of registration:
III № ФС77-81592
dated August 6, 2021.

Printed
on the printing facility
of the Siberian Institute of Management —
branch of RANEPА.
Nizhegorodskaya street, 6, Novosibirsk, 630102.
Subscription price 180.

РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

Ежеквартальный
научно-практический журнал

ОСНОВАН В 2015 Г.

2025. № 1 (39)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Глинский Владимир Васильевич, доктор экономических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Бобров Леонид Куприянович, доктор технических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Красняков Николай Иванович, доктор юридических наук, доцент (Россия, Новосибирск)

Минаков Владимир Федорович, доктор технических наук, профессор (Россия, Санкт-Петербург)

Серга Людмила Константиновна, кандидат экономических наук, доцент (Россия, Новосибирск)

Точка зрения редакционной коллегии может не совпадать с точкой зрения авторов.

При использовании материалов журнала «Развитие территорий» ссылка на журнал обязательна.

© Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС

Учредитель
ФГБОУ ВО
«Российская академия
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»

Журнал «Развитие территорий» —
информационный партнер отделения
Российского исторического общества
в г. Новосибирске

Главный редактор
Леонид Вячеславович Савинов
доктор политических наук

Ответственный секретарь
Сергей Михайлович Коба

Адрес редакции:
630102, г. Новосибирск,
ул. Нижегородская, 6.

Тел. +7 (383) 373-12-18
rasv_ter@siu.ranepa.ru

Редакторы:
В. В. Попова
Н. В. Иванова

Технический редактор *О. А. Гладунова*

Издательство СибАГС.
630102, г. Новосибирск, ул. Нижегородская, 6.

Дата выхода в свет 25.03.2025.
Печать ОСЕ. Формат 60x84 1/8.
Усл. п. л. 10,23. Уч.-изд. л. 10,30.
Тираж 500 экз. Заказ 2.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой
по надзору в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций.
Регистрационный номер и дата регистрации:
ПИ № ФС77-81592
от 6 августа 2021 г.

Отпечатано
на полиграфической базе
Сибирского института управления —
филиала РАНХиГС.
630102, г. Новосибирск, ул. Нижегородская, 6.
Цена по подписке 180 руб.

EDITORIAL COUNCIL

Yuri I. Shokin, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Academician of the Russian Academy of Sciences (Russian Federation, Novosibirsk)

Valery A. Kryukov, Doctor of Economics, Professor, Academician of the Russian Academy of Sciences (Russian Federation, Novosibirsk)

Vyacheslav I. Molodin, Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the Russian Academy of Sciences (Russian Federation, Novosibirsk)

Sergey M. Drobyshevsky, Doctor of Economics, Professor (Russian Federation, Moscow)

Ruben O. Agavelyan, Doctor of Psychology, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Sergey V. Biryukov, Doctor of Political Sciences, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Vladimir N. Borisov, Doctor of Economics, Professor (Russian Federation, Moscow)

Roman N. Borovskikh, Doctor of Law (Russian Federation, Tomsk)

Vladimir A. Volokh, Doctor of Political Sciences, Professor (Russian Federation, Moscow)

Anna I. Guseva, Doctor of Technical Sciences, Professor (Russian Federation, Moscow)

Paul Desendorf, PhD, University of West Carolina (USA, Kallouhy)

Vladimir Yu. Zorin, Doctor of Political Sciences, Professor (Russian Federation, Moscow)

Andrey S. Zuev, Doctor of Historical Sciences, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Nikolay E. Kalenov, Doctor of Technical Sciences, Professor (Russian Federation, Moscow)

Dmitry V. Kim, Doctor of Law, Professor (Russian Federation, Omsk)

Irina V. Knyazeva, Doctor of Economics, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Sergey V. Kodan, Doctor of Law, Professor (Russian Federation, Yekaterinburg)

Kremer Raimund, PhD (Germany, Potsdam)

Chimiza K.-O. Lamazhaa, Doctor of Philosophy, Professor (Russian Federation, Moscow)

Arbaban K. Magomedov, Doctor of Political Sciences, Associate Professor (Russian Federation, Ulyanovsk)

Izabella P. Malinova, Doctor of Philosophy, Professor (Russian Federation, Yekaterinburg)

Lyudmila A. Mokretsova, Doctor of Pedagogy (Russian Federation, Professor, Biysk)

Alexander V. Novokreschenov, Doctor of Sociology, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Roza A. Nurtazina, Doctor of Political Sciences, Professor (Kazakhstan, Nur-Sultan)

Tatyana V. Poplavskaya, Doctor of Philology, Professor (Belarus, Minsk)

Mikhail L. Pyatov, Doctor of Economics, Professor (Russian Federation, St. Petersburg)

Olga V. Simagina, Doctor of Economics, Associate Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Galina V. Timofeeva, Doctor of Economics, Professor (Russian Federation, Moscow)

Baktykan M. Torogeldieva, Doctor of Political Science, Professor (Kyrgyzstan, Bishkek)

Irbulat T. Utepbergenov, Doctor of Technical Sciences, Professor (Kazakhstan, Almaty)

Tatyana E. Fassenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

Alexey V. Fedyakin, Doctor of Political Sciences, Professor (Russian Federation, Moscow)

Larisa L. Khoperskaya, Doctor of Political Sciences, Professor (Kyrgyzstan, Bishkek)

Sergey N. Chirun, Doctor of Political Sciences, Associate Professor (Russian Federation, Kemerovo)

Cheng Runyu, PhD (China, Shanghai)

Vladimir I. Shishkin, Doctor of Historical Sciences, Professor (Russian Federation, Novosibirsk)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Шокин Юрий Иванович, доктор физико-математических наук, профессор, академик Российской академии наук (Россия, Новосибирск)

Крюков Валерий Анатольевич, доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии наук (Россия, Новосибирск)

Молодин Вячеслав Иванович, доктор исторических наук, профессор, академик Российской академии наук (Россия, Новосибирск)

Дробышевский Сергей Михайлович, доктор экономических наук, профессор (Россия, Москва)

Агавелян Рубен Оганесович, доктор психологических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Бирюков Сергей Владимирович, доктор политических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Борисов Владимир Николаевич, доктор экономических наук, профессор (Россия, Москва)

Боровских Роман Николаевич, доктор юридических наук (Россия, Томск)

Волох Владимир Александрович, доктор политических наук, профессор (Россия, Москва)

Гусева Анна Ивановна, доктор технических наук, профессор (Россия, Москва)

Зорин Владимир Юрьевич, доктор политических наук, профессор (Россия, Москва)

Зуев Андрей Сергеевич, доктор исторических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Каленов Николай Евгеньевич, доктор технических наук, профессор (Россия, Москва)

Ким Дмитрий Владимирович, доктор юридических наук, профессор (Россия, Омск)

Князева Ирина Владимировна, доктор экономических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Кодан Сергей Владимирович, доктор юридических наук, профессор (Россия, Екатеринбург)

Кремер Раймунд, PhD (Германия, Потсдам)

Ламажаа Чимиза Кудер-Ооловна, доктор философских наук, профессор (Россия, Москва)

Магомедов Арбахан Курбанович, доктор политических наук, доцент (Россия, Ульяновск)

Малинова Изабелла Павловна, доктор философских наук, профессор (Россия, Екатеринбург)

Мокрецова Людмила Алексеевна, доктор педагогических наук, профессор (Россия, Бийск)

Новокрещёнов Александр Васильевич, доктор социологических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

Нуртазина Роза Ауталиповна, доктор политических наук, профессор (Казахстан, Нур-Султан)

Поплавская Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, профессор (Беларусь, Минск)

Пятов Михаил Львович, доктор экономических наук, профессор (Россия, Санкт-Петербург)

Симагина Ольга Владимировна, доктор экономических наук, доцент (Россия, Новосибирск)

Тимофеева Галина Владимировна, доктор экономических наук, профессор (Россия, Москва)

Торогельдиева Бактыкан Макишевна, доктор политических наук, профессор (Кыргызстан, Бишкек)

Утепбергенов Ирбулат Туремуратович, доктор технических наук, профессор (Казахстан, Алматы)

Фасенко Татьяна Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент (Россия, Новосибирск)

Федякин Алексей Владимирович, доктор политических наук, профессор (Россия, Москва)

Хопёрская Лариса Львовна, доктор политических наук, профессор (Кыргызстан, Бишкек)

Чирун Сергей Николаевич, доктор политических наук, доцент (Россия, Кемерово)

Ченг Жунью, PhD (Китай, Шанхай)

Шишкин Владимир Иванович, доктор исторических наук, профессор (Россия, Новосибирск)

CONTENTS

ECONOMIC RESEARCH	8
Kulapov M.N., Manakhov S.V., Markov I.A., Morekhanova M.Yu., Shapiro S.A. CONTEMPORARY PROBLEMS AND POSSIBLE PROSPECTS OF LABOR MIGRATION MANAGEMENT IN RUSSIA	8
Kuznetsov S.B., Eliseenko A.V. ECONOMIC ENVIRONMENT RESISTANCE COEFFICIENT DETERMINATION	21
STATE AND CIVIL SOCIETY, IDEOLOGY AND POLITICS.....	29
Konstantinova A.S. PUBLIC AUTHORITIES AS A KEY ACTOR IN SHAPING THE IMAGE OF THE REGION	29
Tu Thi Thoa SEARCH FOR A PATH TO GRADUAL DEMOCRATIZATION: ECONOMIC AND POLITICAL TRANSFORMATION OF VIETNAM UNDER THE LEADERSHIP OF THE COMMUNIST PARTY OF VIETNAM.....	40
TERRITORY: FACTS, ASSESSMENTS, PROSPECTS.....	50
Charaeva M.V., Eksuzian L.S. NATIONAL BRANDING OF RUSSIA: CONCEPTUAL FOUNDATIONS, FORMATION MECHANISM, ECONOMIC EFFECTS	50
Aldoshina A.V., Karimova I.Y., Sharyan E.G. CREATIVE INDUSTRIES: ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC ASPECTS	58
Ignasheva T.A. A COMPLEX OF MODELS OF THE REPUBLIC OF MARI EL GROSS REGIONAL PRODUCT.....	64
INFORMATION SYSTEMS AND PROCESSES	71
Kurenkov A.L., Urintsov A.I. SOME ISSUES OF THE DIGITAL TRANSFORMATION MANAGEMENT METHODOLOGY IN A PERMANENTLY CHANGING BUSINESS ENVIRONMENT	71
AUTHOR AFFILIATIONS.....	79
INFORMATION FOR AUTHORS	81

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	8
Кулапов М. Н., Манахов С. В., Марков И. А., Мореханова М. Ю., Шапиро С. А. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИЕЙ В РОССИИ	8
Кузнецов С. Б., Елисеенко А. В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТА СОПРОТИВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ.....	21
ГОСУДАРСТВО И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО, ИДЕОЛОГИЯ И ПОЛИТИКА.....	29
Константинова А. С. ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ КАК КЛЮЧЕВОЙ СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РЕГИОНА	29
Ты Тхи Тхоа ПОИСК ПУТИ К ПОЭТАПНОЙ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ВЬЕТНАМА ПОД РУКОВОДСТВОМ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ ВЬЕТНАМА (НА АНГЛ.)	40
ТЕРРИТОРИЯ: ФАКТЫ, ОЦЕНКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ.....	50
Чараева М. В., Эксузьян Л. С. НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ РОССИИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ, МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ.....	50
Алдошина А. В., Каримова И. Ю., Шарян Э. Г. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ	58
Игнашева Т. А. КОМПЛЕКС МОДЕЛЕЙ ВАЛОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ.....	64
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ПРОЦЕССЫ	71
Куренков А. Л., Уринцов А. И. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРМАНЕНТНО ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ.....	71
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....	79
ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ	81

Развитие территорий. 2025. № 1. С. 08—20.
Territory Development. 2025;(1):08—20.

Экономические исследования

Научная статья

УДК 331.5

<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-08-20>

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИЕЙ В РОССИИ

Михаил Николаевич Кулапов^{1✉}, Сергей Владимирович Манахов², Игорь Алексеевич Марков³,
Марина Юрьевна Мореханова⁴, Сергей Александрович Шапиро⁵

^{1, 2} Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация

³ ООО «МЖК Сервис», Жуковский, Российская Федерация

⁴ Институт аграрных проблем, Саратов, Российская Федерация

⁵ Академия труда и социальных отношений, Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Михаил Николаевич Кулапов, sbk1314@mail.ru

Аннотация. Трудовая миграция значительно воздействует на функционирование экономики страны. Миграционные процессы могут иметь различные последствия как для стран исхода, так и для стран прибытия. Они могут быть и положительными, и отрицательными для социально-экономического развития страны в целом или для отдельных регионов, отраслей и групп населения. При этом последствия во многом определяются эффективностью управления миграцией, качеством разработки и реализации миграционной политики, учета при ее разработке соответствия проводимых мероприятий тактическим и стратегическим интересам развития экономики страны и обеспечения благополучия ее граждан. В статье основное внимание уделяется результатам исследования современных проблем внешней трудовой миграции и выявлению направлений совершенствования управления внешней трудовой миграцией в целях реализации преимуществ от ее использования для развития отечественной экономики и минимизации негативных последствий. Анализ статистических данных о миграции, собираемых различными государственными ведомствами, выявил необходимость дальнейшего совершенствования мониторинга миграционных процессов. В ходе исследования показатели внешней миграции рассматривались в комплексе с основными макроэкономическими тенденциями в экономике России с использованием показателей в ценах 1990 г., отделенных от инфляции, и данными, характеризующими процессы недоиспользования рабочей силы. Кроме того, обосновывалась необходимость не только обеспечения эффективного использования трудового потенциала внешних трудовых мигрантов для удовлетворения долгосрочных потребностей отечественной экономики в рабочей силе, но и смещения приоритетов на активизацию программ для решения основных проблем кадрового дефицита как за счет привлечения и рационального использования внутренних трудовых резервов, так и за счет направления их на востребованные участки национальной экономики.

Ключевые слова: миграционные процессы, внешняя трудовая миграция, статистика миграции, управление трудовой миграцией, рынок труда

Для цитирования: Кулапов М. Н., Манахов С. В., Марков И. А., Мореханова М. Ю., Шапиро С. А. Современные проблемы и возможные перспективы управления трудовой миграцией в России // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 08—20. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-08-20>

CONTEMPORARY PROBLEMS AND POSSIBLE PROSPECTS OF LABOR MIGRATION MANAGEMENT IN RUSSIA

Mikhail N. Kulapov^{1✉}, Sergey V. Manakhov², Igor A. Markov³, Marina Yu. Morekhanova⁴, Sergey A. Shapiro⁵^{1,2} Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation³ LTD «MZHK Service», Zhukovsky, Russian Federation⁴ Institute of Agrarian Problems, Saratov, Russian Federation⁵ Academy of Labor and Social Relations, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Mikhail N. Kulapov, sbk1314@mail.ru

Abstract. Labor migration significantly affects the functioning of the country's economy. Migration processes can have various consequences for both countries of origin and countries of destination. They can be both positive and negative for the socio-economic development of the country as a whole or for individual regions, industries, and population groups. At the same time, the consequences are largely determined by the effectiveness of migration management, the quality of the development and implementation of migration policy, taking into account the compliance of the measures taken with the tactical and strategic interests of the country's economic development and ensuring the well-being of its citizens in its development. The article focuses on the results of a study of contemporary problems of external labor migration and the identification of directions for improving the management of external labor migration in order to realize the benefits of its use for the development of the domestic economy and minimize negative consequences. An analysis of statistical data on migration collected by various government agencies revealed the need for further improvement of the monitoring of migration processes. In the course of the study, indicators of external migration were considered in conjunction with the main macroeconomic trends in the Russian economy using indicators in 1990 prices, separated from inflation, and data characterizing the processes of underutilization of the labor force. In addition, the necessity of not only ensuring the effective use of the labor potential of external labor migrants to meet the long-term needs of the domestic economy for labor, but also shifting priorities to intensifying programs to solve the main problems of personnel shortages, both by attracting and rationally using internal labor reserves, and by directing them to in-demand sectors of the national economy was substantiated.

Keywords: migration processes, external labor migration, migration statistics, labor migration management, labor market

For citation: Kulapov M.N., Manakhov S.V., Markov I.A., Morekhanova M.Yu., Shapiro S.A. Contemporary Problems and Possible Prospects of Labor Migration Management in Russia. *Territory Development*. 2025;(1):08—20. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-08-20>

Введение

В современной научной литературе результаты исследований миграционных процессов и миграционной политики как в России, так и в мире представлены значительным многообразием. В основном в них показаны оценки масштабов миграции, потенциальных рисков и существующего государственного регулирования миграции. Множество работ посвящено анализу влияния трудовой миграции на российский рынок труда. Результаты исследования часто имеют теоретическую ценность в контексте изучения собственно миграционных процессов, при этом слабо представлены работы о миграционной политике и ее взаимодействии с политикой занятости внутри страны. В России нет даже уполномоченного органа, который должен анализировать и разрабатывать такое взаимодействие. Не получили достаточного освещения и исследования о взаимосвязи и взаимовлиянии миграционной политики и политики занятости на рынке труда.

К основным факторам, определяющим необходимость привлечения трудовых ресурсов из других стран, многие ученые относят существующие прогнозы по сокращению как абсолютной численности населения России, так и трудоспособного населения. Официальный статистический орган России в лице Росстата прогнозировал на 1 января 2024 г. численность населения в 146 079,7 тыс. человек, оценка численности по-

стоянного населения 1 января 2023 г. составила 146 474,4 тыс. человек.

Оптимистично то, что данные прогнозы не оправдались в полной мере и численность населения Российской Федерации на 1 января 2024 г. составила 146 150,8 тыс. человек, хотя на общую численность населения оказал влияние миграционный прирост и процесс присоединения новых территорий. Число прибывших в Россию в 2023 г. составило 4 195 579 человек (по каналам международной миграции — 560 434 тыс. человек). Если миграционный прирост по официальным данным Росстата составил в 2022 г. 61 917 тыс. человек, то в 2023 г. — 203 629 тыс. человек, в том числе за счет международной миграции — 109 952 тыс. человек, что было существенно ниже показателей 2021 г. (429 902 и 339 082 тыс. человек соответственно). По мнению ряда экспертов, данная оценка может быть существенно заниженной. В докладе О. С. Чудиновских «О состоянии статистики миграции в России» на совместном заседании статистической и демографической секций Центрального дома ученых РАН 28 апреля 2022 г. было доказано, что миграционная ситуация постоянно меняется, существует риск дефицита достоверной статистической информации для исследовательской работы.

Сегодня имеют место разные источники. При этом данные Росстата являются важным, но не единственным источником сведений о миграции

и мигрантах, часть информации поступает из других органов исполнительной власти. Наряду со сбором ведомственной статистики периодически проводятся выборочные исследования, имеющие временной разрыв, что затрудняет организацию исследования и представление серьезных научных заключений. Сложности с определением числа нелегальных мигрантов, связанные с учетом специфики информационной базы различных ведомств и применяемых ими подходов, приводят к существенной разнице в оценке масштабов данного явления. По данным МВД, на 1 октября 2024 г. в России находилось более 6,5 млн иностранных граждан, из которых более 740 тыс. человек не имели легального статуса.

Факт негативных как социально-экономических, так и геополитических последствий связан с сокращением численности населения. Так, недостаток трудовых ресурсов наблюдается в различных отраслях: в ЖКХ, строительстве, промышленности и т. д. Возникает вопрос, является ли это следствием неэффективной политики организации занятости имеющихся в стране человеческих ресурсов и непродуманного распределения потоков трудовых ресурсов между отраслями и регионами, низких темпов перехода на новый уровень технологического развития или это абсолютная константа, и в стране не хватает людей из-за длительной отрицательной демографической ситуации и появления новых сфер занятости. Поэтому при недостатке трудовых ресурсов по целому ряду отраслей народного хозяйства перед государством встает основная задача — перераспределение незанятого населения и переобучение безработных. Кроме того, проблему можно решить и за счет привлечения трудовых мигрантов, что на первый взгляд представляется более простым и дешевым решением. Именно таким образом поступает большинство работодателей, особенно нуждающихся в низкоквалифицированной рабочей силе, но проблема дефицита решается лишь на краткосрочный период.

Миграция может представлять значительные риски и последствия, не только традиционно рассматриваемые социально-культурные и экономические, но и риски, связанные с вопросами государственной безопасности. В стране сложился определенный алгоритм регулирования миграции. Так, осуществляется мониторинг социально-трудовой сферы, разработана и утверждена Указом Президента Российской Федерации от 31 октября 2018 г. № 622 Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019—2025 годы, продолжается реализация Национального проекта «Демография» и Государственной программы «О мерах по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом» (в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 12 августа 2022 г. № 547). Правительством Российской Федерации утвержден План мероприятий концепции государственной миграционной политики на 2024—

2025 годы. Согласно данному Плану, до конца 2024 г. должна быть создана система цифрового профиля, с помощью которой будут сведены данные миграционного учета из систем различных ведомств по каждому иностранцу, прибывающему в страну. В 2024 г. была продолжена работа по совершенствованию миграционного законодательства, организации контроля за законностью пребывания иностранных граждан на территории России. С 2025 г. должен заработать реестр контролируемых лиц, в который будут внесены иностранцы и лица без гражданства, утратившие законные основания пребывания в Российской Федерации. В конце 2024 г. Государственная Дума приняла 13 законов, направленных на пресечение нелегальной миграции.

Однако в стране нет унифицированного ответственного органа власти, занимающегося миграционной политикой: миграционный процесс необходимо мониторить и на основе полученной информации осуществлять анализ, производить прогнозы, определять нормы, закладывать нивелирование рисков. Необходим поиск и разработка эффективных, отвечающих современным реалиям способов решения ряда проблем: например, вопросов управления и нормативно-правового регулирования процессов легализации трудовой миграции. Решения принимаются главным образом в контексте внешней ситуации, не имеют под собой ресурсной основы и не связаны со стратегическими целями экономического развития страны. В результате не разработан инструмент распределения потоков трудовых ресурсов в целях обеспечения эффективной занятости.

Изучение содержания современных публикаций в рамках рассматриваемой проблематики позволяет сделать вывод о незначительном количестве научных работ, в которых можно было бы найти реальный социальный и профессиональный портрет мигранта, востребованного на трудовом рынке России. Часто отсутствует информация, кто именно приезжает с целью трудоустройства, какой его квалификационный уровень, профессиональный и социальный статус. Нет также оценки трудового потенциала мигрантов. Закрывая дефицит кадров за счет мигрантов, работодатели не заботятся об уровне производительности труда, да и о конкурентоспособности продукции. Сокращая издержки производства, миграция тормозит рост заработной платы и оптимизацию структуры ВВП. Приведенные аргументы предопределили выбор темы исследования и ее структуру.

Изучение миграции, ее различных видов (в том числе трудовой анализ), особенностей миграционных процессов, рассмотрение вопросов их регулирования на региональном, государственном и международном уровнях традиционно находится в центре исследований многих российских и зарубежных ученых. Базовые методологические и методические подходы к определению сущности и особенностей миграционных процессов и общих закономерностей развития заложили Дж. М. Кейнс, М. Критц, Э. Меландер, Э. Ли,

Р. Парк, М. Портер, С. Паоллетти, М. Парнвелл, К. Пекало, Э. Равенштейн, Д. Риккардо и др. Среди отечественных ученых, занимающихся проблемами миграции, стоит отметить А. Г. Аганбегяна, Л. И. Абалкина, Б. Д. Бреева, Д. И. Валентея, Н. Г. Вишневскую, С. А. Карташова, К. Г. Кязимова [1].

Сущность социально-трудовых отношений и их отдельные аспекты, такие как повышение эффективности и оптимизация структуры занятости, эволюция и прогнозирование ситуации на рынке труда, рассматриваются в исследованиях И. В. Гуськовой, А. Я. Кибанова [2—5], Р. И. Капелюшниковой [6], С. А. Котляра, М. Н. Кулапова [7; 8], А. А. Литвинюка, Ю. Г. Одегова, Г. Г. Руденко, С. А. Шапиро [9—11] и др.

Однако в данных работах недостаточно присутствует как качественная, так и количественная оценка масштабов необходимой и эффективной миграции и не показано ее влияние на внутренние потоки трудовых ресурсов в стране, а также не дана оценка негативному влиянию миграции на заработную плату, платежеспособный спрос и инвестиционную составляющую в структуре ВВП.

Миграция — это своеобразная реакция на потрясения и сложившиеся глобальные противоречия, которые могут проявляться в наличии углубляющегося межстранового различия в уровне доходов и благосостояния населения. Отсутствие реальных возможностей повышения доходов и улучшения качества жизни в собственной стране побуждает ее граждан к переезду в другие страны в надежде изменить сложившуюся ситуацию. Именно экономический фактор является определяющим для подавляющего большинства граждан, принявших решение о переезде. Например, в 2020 г. около 84 % мигрантов переехали в страны, значительно превышающие уровень и качество жизни страны исхода.

Стоит отметить неравномерность демографических процессов в мире: развитые страны, как правило, имеют отрицательную динамику численности коренного населения в отличие от других регионов, поэтому на международном рынке труда обострилась ситуация с дефицитом кадров и усилились процессы глобальной конкуренции за работников и талантливых специалистов.

Миграционные процессы оказывают серьезное воздействие на функционирование экономики: это и рынок труда, и инвестиционные потоки, и международная торговля. Привлечение иностранных работников со сравнительно низкими требованиями к уровню оплаты и условиям труда является важным фактором поддержания экономики более богатых стран.

Качество трудового потенциала, мобильность работников во многом определяется уровнем экономического развития страны исхода. Так, наличие в странах со средним уровнем дохода относительно высоко развитой системы общего и профессионального образования и достаточного уровня благосостояния населения, позволяющего

накопить средства на переезд, предопределяет высокую мобильность их трудовых ресурсов на международном рынке труда. В странах с низким уровнем дохода преобладают работники с низким уровнем трудового потенциала, отсутствием необходимых профессиональных компетенций, а также с отсутствием необходимого минимума средств для переезда, которые в принимающих странах позволяют работодателям привлекать их для выполнения тяжелых и малоквалифицированных работ.

Среди основных факторов, влияющих на миграционные потоки, все чаще называют климатические изменения. В настоящее время уже более 3,5 млрд человек (около 40 % населения Земли) проживают в регионах со сложной климатической ситуацией, связанной с нехваткой пресной воды, засухой, наводнениями и тропическими циклонами [12]. Такой климат усиливает риски и тормозит экономические возможности, что приводит к усилению миграции. Миграция из-за условий климата обычно происходит на небольшие расстояния и в пределах одной страны [13].

Напротив, различного рода конфликты как внутри страны, так и между странами, насилие и преследования в отношении отдельных социальных групп относятся к важнейшим факторам вынужденного переезда людей из страны проживания в другие регионы. Численность людей, вынужденных покинуть свою страну в силу данных причин, за последнее десятилетие выросла более чем в два раза [14].

Необходимо различать вынужденное перемещение и экономическую миграцию [15].

Численность беженцев может быть очень значительной и расти быстрыми темпами. Сферой вынужденной и трудовой миграции необходимо управлять в рамках стратегии развития страны. Именно разумная и эффективная миграционная политика способствует воплощению преимуществ для развития государства. Часто существующие мероприятия по регулированию миграционных процессов создают проблемы как мигрантам и их потенциальным работодателям, так и постоянному населению. Отсутствие сбалансированного учета интересов всех сторон, задействованных в данных процессах, неизбежно приводит к конфликтам и противоречиям. В результате в странах, принимающих мигрантов, часть общества настроена против миграции в рамках более широкого дискурса против глобализации [16].

Модели государственного регулирования миграции

Последствия миграционных процессов неоднозначны как для стран исхода, так и для стран прибытия. Они могут быть и положительными, и отрицательными для социально-экономического развития страны в целом или для отдельных регионов, отраслей и групп населения. Характер последствий во многом определяется эффективностью управления миграцией, качеством разработки и реализации миграционной политики,

учетом при ее разработке соответствия проводимых мероприятий интересам развития экономики страны и для обеспечения благополучия ее граждан. Страны исхода в большинстве случаев имеют весьма ограниченные возможности влияния на динамику миграционных потоков и социальный состав покидающих страну. В свою очередь, страны назначения, разрабатывая механизмы привлечения или ограничения въезда граждан других государств, обладают достаточными экономическими и административными ресурсами для контроля за миграцией. Они определяют, кто, на какой период и на каких условиях имеют право на легальное пребывание в стране, устанавливают права и обязанности мигрантов.

Миграцию необходимо рассматривать с двух позиций: экономики труда, которая определяет выгоды и издержки, и международного права, которое формирует нормативное поле с целью оптимизации выявленных преимуществ и рисков.

Перспективы мигрантов в новой стране определяются востребованностью их профессиональных компетенций на рынке труда, адаптационными способностями. Восполнение дефицита кадров обеспечивает возможность трудоустройства и получения заработной платы, более высокой, чем на родине, что отвечает экономическим интересам самого мигранта. Разрешение на въезд и возможность легального трудоустройства получают те мигранты, выгоды от пребывания которых выше возникающих социальных и экономических издержек.

Одна из основных угроз для стран назначения — это социальные и культурные противоречия. Относительно дешевый труд мигрантов дает возможность снижения издержек на оплату труда без обеспечения роста его производительности. Мигранты с низким уровнем квалификации заполняют вакансии в сферах, работа в которых малопривлекательна для местных жителей из-за низкой заработной платы или (и) тяжелых условий труда. В свою очередь, мигранты с высоким уровнем квалификации (инженеры, специалисты в сфере IT-технологий, ученые) обеспечивают рост производительности труда за счет внедрения новых технологий, совершенствования технической и организационной базы производства. Часть их является носителями уникальных профессиональных компетенций и имеет возможность выбирать страну проживания. В настоящее время свыше половины иммигрантов с высшим образованием приходится всего на четыре страны: Австралию, Канаду, Англию и США [17].

Результатом использования труда мигрантов является снижение себестоимости производимой продукции, повышение ее конкурентоспособности, что выгодно как товаропроизводителям, так и потребителям. К долгосрочным выгодам от привлечения высококвалифицированных мигрантов можно отнести расширение масштабов внедрения инноваций, развитие предпринимательства, новых связей и взаимодействий в финансовой и торговой сферах.

Но страны, принимающие мигрантов, неизбежно сталкиваются с негативными аспектами миграции и должны уделять особое внимание предотвращению и устранению их последствий. Привлечение работников, согласных на более низкие заработные платы, может привести к тому, что некоторые граждане страны будут либо вынуждены согласиться с более низким уровнем оплаты труда, либо стать безработными [18]. В случаях, когда вместе с трудовым мигрантом переезжают члены его семьи, включая несовершеннолетних детей, обычно не знающих языка страны прибытия, неизбежно возникают дополнительные бюджетные расходы на обеспечение их качественным образованием и медицинским обслуживанием в ущерб коренному населению [19], что является в ряде случаев тяжелой нагрузкой на социальный бюджет страны прибытия.

Естественно, что, прибывая в другую страну, мигранты в целях облегчения адаптации и обеспечения личной безопасности стремятся к компактному проживанию в одном районе. Обычно это районы с невысокой арендной платой за жилье, обусловленной удаленностью, низкой транспортной доступностью, аварийным состоянием жилого фонда, низким уровнем развития социальной сферы. Это вызывает необходимость дополнительного инвестирования в развитие инфраструктуры данных районов, для избежания негативных последствий пространственной локализации мигрантов по этническому признаку [20].

В случаях, когда переезд в другую страну осознается как реализация возможностей повышения качества жизни себе и своей семье, мигранты выбирают в качестве места нового трудоустройства страны, где их профессии востребованы. Здесь они имеют реальные возможности не только легального трудоустройства, но и получения заработной платы, достаточной как для обеспечения собственного проживания, так и для содержания семьи, помощи родственникам, оставшимся на родине. В случае успешной реализации планов, по мере увеличения пребывания в новой стране, эти возможности могут существенно возрасти. Работая за границей, иммигранты не только получают значительно более высокую заработную плату, но и накапливают сбережения, которые используют для финансирования самозанятости и предпринимательской деятельности по возвращении. По результатам исследования, проведенного в Бангладеш, до 50 % мигрантов, вернувшихся из стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) с высоким уровнем дохода, имеют более высокий уровень жизни, чем до отъезда [21].

Пребывание в стране на законных основаниях (наличие легального статуса и соответствующих международным нормам прав на трудоустройство) гарантирует мигрантам наличие и соблюдение целого ряда прав в трудовой и социальной сферах. В качестве примера можно привести права на достойный труд, справедливый наем [22]

и на смену работодателя при появлении новых возможностей [23 ; 24].

Страны исхода также сталкиваются с положительными и негативными последствиями миграции, в зависимости от ее масштабов и социального состава покидающих страну (это сокращение численности относительно избыточного трудоспособного населения и снижение напряженности на рынке труда). Денежные средства, перечисляемые эмигрантами своим семьям, способствуют росту благосостояния семьи, осуществлению инвестиций в образование, здравоохранение, улучшение жилищных условий, развитие бизнеса. В то же время эмиграция квалифицированных работников, востребованных в собственной стране, отрицательно сказывается на развитии ее экономики. В странах Африки (к югу от Сахары), Карибского бассейна и Тихоокеанского региона вероятность эмиграции людей с высшим образованием в 30 раз выше, чем в менее образованных государствах [25].

Возможности предотвратить отъезд наиболее востребованных специалистов или найти им замену из числа зарубежных специалистов у правительств стран исхода очень ограничены, поэтому важно разрабатывать политику реэмиграции [26].

Множество проблем возникает в случаях, когда мигранты не имеют оснований для получения статуса беженца и не востребованы на рынке труда стран, в которые стремятся переехать. Такая ситуация сложилась сейчас в ряде стран Западной Европы, где наблюдается сокращение спроса на иностранную рабочую силу при неумещающихся потоках числа тех, кто считает иммиграцию в Европу единственной возможностью для улучшения условий жизни. Для проникновения на территорию выбранной страны все чаще используются нелегальные способы. Готовность потенциальных иммигрантов оплатить любой способ доставки ведет к росту масштабов индустрии нелегальной перевозки людей, которая связана с большой вероятностью стать жертвой кон-

трабандистов. При попытке нелегальной миграции с 2014 г. уже погибло почти 50 тыс. человек, но растущий список жертв не сокращает число желающих рискнуть жизнью.

Все больше государств рассматривают нелегальную миграцию как угрозу национальной безопасности, а самих нелегальных мигрантов считают потенциальными правонарушителями и террористами, либо сразу относятся к ним как к реальным преступникам в связи с нарушением миграционного законодательства страны. Постоянно ужесточаются меры, принимаемые в целях противодействия проникновению нелегальных мигрантов на территорию стран назначения. К основным методам борьбы можно отнести физическое укрепление межгосударственных границ, ужесточение миграционного законодательства, усиление уголовной ответственности за организацию, финансирование и осуществление нелегальной перевозки людей на территорию страны, упрощение порядка и расширение масштабов депортации. Например, в июне 2024 г. президент США Джо Байден подписал указ, по которому мигранты, незаконно пересекшие границу США с Мексикой, должны быть в ускоренном порядке депортированы на родину до рассмотрения просьб о предоставлении им убежища (РБК : [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/politics/04/06/2024/665f594a9a794737a16218db>).

Таким образом, миграция представляет собой сложное социально-экономическое явление, которым необходимо управлять. Организация эффективного управления миграционными процессами позволяет обеспечить получение взаимной выгоды всеми задействованными сторонами, минимизировать риски негативных последствий.

Анализ миграционной ситуации в России

Необходимость миграционного прироста часто обусловлена естественными демографическими процессами — рождаемостью и смертностью людей (табл. 1).

Таблица 1

Показатели естественного демографического движения населения России
Indicators of Natural Demographic Movement of the Russian Population

Год	Всего, человек			На 1 000 человек населения		
	родившихся	умерших	естественный прирост	родившихся	умерших	естественный прирост
1950	2 745 997	1 031 010	1 714 987	26,9	10,1	16,8
1960	2 782 353	886 090	1 896 263	23,2	7,4	15,8
1970	1 903 713	1 131 183	772 530	14,6	8,7	5,9
1980	2 202 779	1 525 755	677 024	15,9	11,0	4,9
1990	1 988 858	1 655 993	332 865	13,4	11,2	2,2
1995	1 363 806	2 203 811	-840 005	9,3	15,0	-5,7
2000	1 266 800	2 225 332	-958 532	8,7	15,3	-6,6
2005	1 457 376	2 303 935	-846 559	10,2	16,1	-5,9
2010	1 788 948	2 028 516	-239 568	12,5	14,2	-1,7
2011	1 796 629	1 925 720	-129 091	12,6	13,5	-0,9
2015	1 940 579	1 908 541	32 038	13,3	13,0	0,3
2020	1 436 514	2 138 586	-702 072	9,8	14,6	-4,8

Год	Всего, человек			На 1 000 человек населения		
	родившихся	умерших	естественный прирост	родившихся	умерших	естественный прирост
2021	1 398 253	2 441 594	–1 043 341	9,6	16,7	–7,1
2022	1 304 087	1 898 644	–594 557	8,9	12,9	–4,0
2023	1 264 354	1 764 618	–500 264	8,6	12,1	–3,5

Примечание. Сайт Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 12.09.2024).

Note. Rosstat website. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (accessed: 12.09.2024).

Из данных, приведенных в табл. 1, видно, что в России происходит естественная убыль населения. Начиная с 1992 г. естественный прирост населения имел место только в 2013—2015 гг. В настоящее время сложилось неблагоприятное положение с показателями смертности населения. Среди причин на первом месте находится смертность от болезней системы кровообращения. Затем следует смертность от болезней органов дыхания, от новообразований, от инфекционных и паразитарных болезней, от несчастных случаев, отравлений и травм, от болезней органов пищеварения. Огромную отрицательную роль в процессах естественного движения населения сыграла пандемия 2020—2021 гг., спровоцировавшая катастрофическую смертность и естественную убыль населения.

Депопуляция населения влечет за собой целый ряд негативных социально-экономических, демографических и геополитических последствий, таких как старение населения, сужение его воспроизводственной базы, рост демографической нагрузки на трудоспособное население, сокращение численности и старение трудовых ресурсов и т. д.

Негативные последствия снижения числа населения в трудоспособном возрасте можно сократить:

— за счет роста производительности труда на основе эффективных методов управления и организации труда, внедрения новых технологий;

— трудовой миграции.

В России основное внимание длительное время уделялось второму пути развития.

На миграцию и мобильность трудовых ресурсов влияют следующие факторы: рост геополитической нестабильности, социально-экономическая ситуация в стране, экономические санкции западных стран и их союзников; разница в оплате труда и уровне жизни населения в странах СНГ и ЕАЭС; особенности миграционного законодательства России, европейских и азиатских стран; ситуация на рынках труда и др.

В России особенности развития экономики и демографическая ситуация оказывают влияние на объем миграционных потоков и качественный состав мигрантов. Анализ табл. 2 показывает, что на фоне стран, с которыми в последние годы интенсифицируются отношения к России в международной сфере и которые являются основными поставщиками рабочей силы в страну, уровень безработицы в России (за исключением Китая) является одним из самых низких.

Таблица 2

Сравнительный анализ площади территории, плотности населения, занятости и безработицы России и стран — поставщиков рабочей силы (2022 г.)

Comparative Analysis of Territory Area, Population Density, Employment, and Unemployment in Russia and Labor-Supplying Countries (2022)

Страна	Площадь территории, тыс. км ² (по данным Росреестра)	Численность населения, млн человек	Плотность населения, человек на 1 км ²	Численность занятых, млн человек	Уровень занятости, %	Численность безработных, млн человек	Уровень безработицы, %
Российская Федерация	17 125,2	146,7	8,6	72,0	49,1	2,95	3,9
Китай	9 597,0	1 411,8	147,1	747,5	52,9	11,86	1,6
Индия	3 287,0	1 417,0	431,1	444,8	31,4	33,99	7,1
Казахстан	2 725,0	19,4	7,1	9,0	46,4	0,46	4,9
Узбекистан	448,9	35,6	79,3	13,7	38,5	1,3	8,8
Туркменистан	491,2	7,1	14,5	3,1	43,9	0,38	5,1
Таджикистан	143,1	10,0	69,9	2,5	25,0	0,05	7,8
Киргизия	199,9	7,0	35,0	2,6	37,2	0,13	4,9
Азербайджан	86,6	10,1	116,6	4,9	48,5	0,29	5,6
Армения	29,7	2,9	101,0	1,1	37,9	0,17	13,4

Примечание. Данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 06.08.2024).

Note. Rosstat data. URL: <http://www.gks.ru/> (accessed: 06.08.2024).

Исходя из приведенных данных можно предположить, что эти показатели обуславливает нехватку трудовых ресурсов, что и формирует запрос на иностранную рабочую силу на российском рынке труда.

Однако так ли однозначно данное утверждение, рассмотрим далее.

По данным Росстата, в 2023 г. число прибывших в Россию мигрантов из других стран составило 560,4 тыс. человек, что на 23 % ниже аналогичного показателя 2022 г. и является минимальным значением за последние десять лет. Вместе с тем данные Росстата не могут дать полного представления о реальных масштабах миграционных процессов, в том числе трудовой миграции. Росстат учитывает только мигрантов, получивших регистрацию по месту проживания или временного пребывания на срок девять месяцев и более, остальные группы иностранных мигрантов (прежде всего трудовые мигранты, приезжающие на более короткий срок), в данных не учитываются. Это объясняет и значительное расхождение с данными Пограничной службы ФСБ России, фиксирующими въезд иностранных граждан на территорию страны. Данные также приводятся в бюллетене Росстата «Численность и миграция населения Российской Федерации». Так, в 2023 г. количество прибытий иностранцев в Россию с различными целями составило почти 15,5 млн. «Работа» в качестве цели прибытия была указана в 4,5 млн случаев. При этом официально декларируемая цель приезда часто не совпадает с фактической. И многие мигранты, указавшие другие причины въезда, будут искать работу на территории Российской Федерации, пополняя ряды не только легальных, но и нелегальных трудовых мигрантов. На граждан стран СНГ приходится 96,7 % всех прибытий с официальной целью трудоустройства. В абсолютных цифрах это составляет почти 4,4 млн человек, в том числе почти 2,2 млн — из Узбекистана, 1,2 млн — из Таджикистана, 0,7 млн — из Киргизии. На долю этих стран приходится 86,6 % от общего количества прибытий иностранных граждан в Россию с целью трудоустройства. Пограничная служба фиксирует факты прибытия и выбытия, а не число людей, так как один человек за год может посетить страну несколько раз.

Миграционный поток из развитых стран в общем объеме миграционного потока незначителен, что требует более детального изучения. Скорее всего, многие регионы России не являются привлекательными для граждан из развитых стран ни по уровням дохода, ни для организации своего дела, ни по свободе предпринимательства.

Внутренняя трудовая миграция в России в целом развита крайне слабо. Традиционно привлекаемыми являются Московский регион (г. Москва и Московская область), г. Санкт-Петербург и Ленинградская область.

Наиболее полная информация о численности мигрантов, без ограничений по срокам регистрации, представлена в отчетах МВД, ограниченно

доступных для общего пользования. Данное ведомство располагает точной информацией о количестве выданных иностранцам документов, обеспечивающих легальность их проживания и трудоустройства на территории России — разрешений на временное проживание (не более трех лет), видов на жительство и патентов на работу, срок действия которых не превышает 12 месяцев. В 2023 г. данных документов было выдано 89,7 тыс., 273,1 тыс. и 2,3 млн соответственно. Для граждан Белоруссии и стран — участниц Евразийского экономического союза (ЕАЭС) — Армении, Казахстана, Киргизии (Кыргызстана) — действует упрощенный порядок трудоустройства, без получения патента.

По данным исследования РАНХиГС, среднегодовое число трудовых мигрантов в 2022—2023 гг. в России составило порядка 3—3,5 млн человек, что примерно на 1—1,5 млн человек меньше, чем в 2019 г. По уточненным данным МВД, на 1 октября 2024 г. на территории России находилось свыше 6,5 млн иностранных граждан, из них 740 тыс. не имели для этого законных оснований.

Согласно данным Росстата, удельный вес лиц с высшим образованием среди иностранцев, прибывших на территорию России в возрасте старше 14 лет, составляет менее 9 %, доля докторов наук — 0,03 %, кандидатов наук — 0,08 %. То есть поток интеллектуальной элиты практически отсутствует. Если говорить о привлечении из-за рубежа высококвалифицированных специалистов, то с 2010 г., когда были введены преференции для данной категории трудовых мигрантов, максимальное количество разрешений на работу таких специалистов было оформлено в 2021 г. (44 тыс.), а в 2022 г. и 2023 г. количество выданных разрешений сократилось до 32 тыс. Из них в 2023 г. 33 % разрешений было выдано гражданам Китая, 28 % — Турции.

Такая структура потока мигрантов вряд ли способствует экономическому росту и технологическому скачку, так необходимому стране.

Для понимания необходимости и целесообразности привлечения значительной численности рабочей силы преимущественно с низким уровнем квалификации рассмотрим показатели миграционного прироста в комплексе с основными макроэкономическими тенденциями в экономике России с использованием показателей в ценах 1990 г., отделенных от инфляции.

Экономический рост наблюдался в 2000—2007 гг. и 2010—2013 гг. по показателю ВВП России в текущих ценах: с 46 309 млрд руб. в 2010 г. до 72 986 млрд руб. в 2013 г., или на 58 %. В ценах 1990 г. результаты скромнее: имеется рост ВВП — с 708,1 млрд до 927,4 млрд руб., или на 31 %, за четыре года. Это подтвердили связанные с этим показатели ВВП на душу населения, которые выросли за данные годы в ценах 1990 г. с 4 957 до 6 462 руб. в 2013 г., или на 30 %, при росте численности населения России со 142,9 млн до 143,7 млн человек. Мы видим незначительный рост среднемесячной заработной платы в ценах

1990 г. с 320,4 до 378,6 руб., или на 18 %, а также реальных денежных доходов населения страны в текущих ценах с 18 958 руб. в 2010 г. до 40 040 руб. в 2021 г., а в ценах 1990 г. с 290 руб. в 2010 г. до 308 руб. в 2021 г., или на 6 %, за 11 лет. В 2014 г. были введены экономические санкции США и Запада в отношении России, которые привели к стагнации экономики в 2015—2016 гг. Об этом можно судить по падению объемов ВВП страны за четыре года — с 916,0 млрд руб. в 2013 г. до 820,6 млрд руб. в 2016 г., а по сравнению с 2013 г. — на 10,4 %, значительному росту инфляции в 2014 г. — на 11,4 %, в 2015 г. — на 12,9 % и в 2016 г. — на 5,4 %. ВВП на душу населения за четыре года также снизился с 6 472 до 5 595 руб. в 2016 г., или на 13 %.

За эти четыре года снизилась в ценах 1990 г. среднемесячная заработная плата с 378,6 руб. в 2013 г. до 351,9 руб., или на 7 %. В текущих ценах наблюдался рост заработной платы с 29 792 руб. в 2013 г. до 36 709 руб. в 2016 г., или на 23 %, но рост инфляции на 33 % за эти три года стагнации привел к падению среднемесячной заработной платы на 7 %.

Что же происходило в 2017—2021 гг. в экономике России? Объем ВВП страны в ценах 1990 г. вырос с 858,8 млрд до 1 006 млрд руб., или на 17 %, а ВВП на душу населения вырос с 5 848 до 6 898 руб., или на 18 %. При всем этом численность населения страны за этот период сократилась на 1 017 тыс. человек. Среднемесячная заработная плата в России в 2017—2021 гг. увеличилась с 366,3 до 434,9 руб., или на 19 %, что очень позитивно. Увеличились также реальные денежные доходы населения с 296 руб. в 2017 г. до 308 руб. в 2021 г., или на 4 %, что весьма незначительно.

Общая численность занятых в экономике страны сократилась с 76 285 тыс. человек в 2017 г. до 71 719 тыс. человек в 2021 г., или на 6,4 %, а численность пенсионеров сократилась с 43 504 тыс. до 42 977 тыс. человек, или на 1,2 %. Можно ли это связывать исключительно с пандемией? Мы полагаем, что только частично, так как Россия функционировала в условиях значительных санкций Запада, которые существенно влияли на экономику. Депопуляция населения к 2021 г. составила 1 358 тыс. человек и в годы пандемии росла значительно.

Мы считаем, что Россия оправилась после стагнации экономики в 2014—2016 гг. и вступила на путь экономического роста по показателям ВВП страны и росту доходов на душу населения, заработной платы и денежных доходов населения при незначительной годовой инфляции 2,5—4,4 %, кроме 2021 г., когда инфляция выросла до 8,3 % годовых. К позитивному фактору следует отнести рост доходов и расходов государственного бюджета, которые с 300,2 млрд руб. в 2016 г. выросли до 362,0 млрд руб. в 2021 г., или почти на 21 %, при небольшом дефиците бюджета.

С 2014 г., наряду с санкциями, негативное воздействие на объем валового продукта и его дина-

мику стало оказывать сокращение нефтяных цен почти вдвое, спровоцированное Саудовской Аравией и странами ОПЕК, чтобы остановить быстро растущую добычу в США нефти из сланцевых пород, так как за год она увеличилась на 171 млн т, которая значительно сократила размеры импорта этих стран.

Наибольшим испытанием для экономики России стал беспрецедентный объем санкций, введенных против страны после начала специальной военной операции в феврале 2022 г. Результаты социально-экономического развития Российской Федерации в 2022—2023 гг. показали, что надежды авторов санкционной политики на экономический крах и полную международную изоляцию России не оправдались. Согласно оценке Международного валютного фонда (МВФ), по состоянию на апрель 2023 г. падение реального ВВП Российской Федерации должно было составить почти 9 %. Однако в апреле 2023 г. МВФ вынужден был констатировать, что ВВП России за обозначенный период снизился лишь на 2 %. По итогам за 2023 г., по последней оценке Росстата, российская экономика выросла на 3,6 %, превзойдя прогнозы большинства аналитиков.

Стремительный рост номинальной и реальной заработной платы был в значительной мере обусловлен исключительно напряженной ситуацией на рынке труда. Реальная начисленная заработная плата в России в 2023 г. выросла на 7,8 % к уровню 2022 г. Это максимальный рост с 2018 г. (8,5 % к уровню 2017 г.). Среднемесячная номинальная заработная плата по итогам года составила, по предварительным данным Росстата, 74 854 руб. По сравнению с 2022 г. она выросла на 14,1 %, что в точности повторило номинальный рост 2022 г. к 2021 г., а реальные располагаемые доходы выросли на 5,4 %. Уровень безработицы в Российской Федерации в 2023 г. составил 3,2 % (это минимум за всю историю наблюдений с 1991 г.). Снижение уровня безработицы продолжилось в первые месяцы 2024 г., достигнув в апреле 2,6 %. Численность занятых в декабре 2023 г. составила 74,2 млн человек (это максимальное значение числа занятых в декабре 2005 г.). Дефицит квалифицированных кадров в настоящее время стал одним из основных рисков и ключевой проблемой для российского рынка труда. По экспертным оценкам дефицит работников в 2023 г. составил примерно 4,8 млн человек. Нехватка рабочей силы была особенно остро заметна в промышленном секторе: в январе 2024 г. 47 % промышленных компаний сообщили о нехватке квалифицированных рабочих, что увеличило предыдущий пик в 45 % в июле 2023 г. и стало самым высоким показателем с 1996 г. в истории российской экономики. Причем речь идет именно о высококвалифицированных кадрах, дефицит которых восполнить за счет современных трудовых мигрантов с учетом уровня профессиональных компетенций большей их части не представляется возможным.

Даже официальные данные не свидетельствуют о значительном влиянии притока мигрантов на экономический рост и повышение уровня производительности труда.

Представим данные, характеризующие процессы недоиспользования рабочей силы в трудоспособном возрасте (табл. 3).

Таблица 3

Рабочая сила и недоиспользование рабочей силы в трудоспособном возрасте
Labor Force and Underutilization of Labor Force in Working Age

Показатель	2010 г.	2015 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Численность рабочей силы, тыс. человек, — всего	69 534	69 451	67 230	67 336	68 505	68 255
В том числе:						
занятые	64 244	65 408	63 967	63 224	65 052	65 456
безработные	5 289	4 043	3 264	4 112	3 453	2 799
Лица, не входящие в состав рабочей силы, тыс. человек, — всего	18 801	16 766	14 496	14 782	14 855	14 604
из них потенциальная рабочая сила	1 452	1 042	1 233	1 345	1 006	828
Уровень участия в составе рабочей силы, %	78,7	80,6	82,3	82,0	82,2	82,0
Уровень занятости, %	72,7	75,9	78,3	77,0	78,0	79,0
Уровень безработицы, %	7,6	5,8	4,9	6,1	5,0	4,1
Совокупный показатель уровня безработицы и потенциальной рабочей силы, %	9,5	7,2	6,6	7,9	6,4	5,2
Лица в состоянии неполной занятости с точки зрения продолжительности рабочего времени, тыс. человек	—	—	—	850	626	506
Совокупный показатель неполной занятости с точки зрения продолжительности рабочего времени и безработицы, %	—	—	—	7,4	6,0	4,8
Суммарный показатель недоиспользования рабочей силы, %	—	—	—	9,2	7,3	6,0

Примечание. Труд и занятость в России. 2023 : стат. сб. / Росстат. М., 2023. С. 22, 55—59.

Note. Labor and Employment in Russia. 2023: statistical compendium / Rosstat. M., 2023. P. 22, 55—59.

Данные табл. 3 показывают, что потенциальная рабочая сила составляет порядка 1 млн человек; лица, находящиеся в состоянии неполной занятости, — 500—800 тыс. человек, что может за счет перераспределения трудовых ресурсов в региональном и отраслевом разрезе увеличить численность занятых на 1 200—1 500 тыс. человек. Сюда следовало бы добавить официальную численность занятых в неформальном секторе экономики в 2022 г., равную 13 385 тыс. человек, большая часть которых работает в торговле (3 930 тыс. человек), 18,5 % имеют высшее образование, доля мужчин равна 55,2 %.

На основании этих данных можно сделать вывод о том, что потенциал роста занятых значительный, а число мигрантов, тем более нелегалов, может быть сокращено. За счет этого могут быть существенно снижены негативные не только социальные (рост преступности, межэтнические конфликты и т. д.), но и экономические последствия. Например, снижение доли оплаты труда в структуре ВВП, которая сократилась с максимума в размере 48,2 % в 2016 г. до 38,55 % в 2022 г. (в 2023 г. данный показатель был несколько выше — 40,3 %, но все еще далек от максимальных значений). Доля прибыли в тот же период увеличилась с 40,8 до 53,0 % и 51,7 % соответственно. Отрицательная динамика демонстрируется в развитии технологий и инновационной экономики: удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг сократился с 8,5 % в 2016 г. до 6,0 % в 2023 г. Данный

факт можно объяснить тем, что работники с низкой квалификацией не способны производить инновационные товары, а снижение реальных доходов не способствует росту спроса на дорогие инновационные продукты. Получается замкнутый круг: дешевая зарубежная рабочая сила вытесняет национальную из экономики, снижает уровень оплаты труда, не стимулирует инновационное развитие отраслей промышленности. И все это происходит на фоне, мягко говоря, странного рвения к росту учетной ставки Банком России, что лишает российскую экономику перспектив наличия дешевых кредитных ресурсов как одного из двигателей роста экономики.

Высокие риски обуславливаются отсутствием реального контроля и мониторинга миграционных процессов: в стране разные органы выполняют различные функции, но нет конкретной ответственной структуры, прежде всего экономической, которая выполняла бы стратегическое управление, планирование и прогнозирование рынка труда.

Заключение

Международная миграция — это реакция людей на глобальные угрозы и существенные различия, например, в благосостоянии — уровне доходов населения, доступности социальных благ и гарантий. Люди переезжают не только по экономическим причинам, но и в результате различных потрясений, политических и военных конфликтов. На миграционные потоки оказывают влияние климатические изменения, а также раз-

деление труда и кооперация, специалисты определенной категории могут мигрировать вслед за развитием в конкретных странах новых инновационных технологий.

Демографические изменения приводят к обострению глобальной конкуренции за привлечение работников. В странах с высоким уровнем дохода в 2022 г. доля лиц старше 65 лет уже достигла исторического максимума в 19 %, и она будет расти, что увеличивает дополнительную нагрузку на государственный бюджет в виде разных социальных программ в ущерб коренному населению страны прибывания. В большинстве стран со средним уровнем дохода процесс демографического перехода продолжается. Такая же ситуация наблюдается и в России, мигранты компенсируют убыль населения, заполняют дешевые рабочие места, однако не решают вопрос восполнения дефицита высококвалифицированных специалистов.

Миграцией необходимо профессионально (и координированно) управлять, чтобы преимущества от ее использования были бы реализованы для развития отечественной экономики, а негативные последствия минимизированы. В частности, этот процесс может быть организован как обеспечение госзаказа по заявкам трудодефицитных регионов для выполнения тяжелых работ, и отбор работников должен осуществляться согласно требуемым специальностям в странах, откуда набирается рабочая сила. В настоящее время наблюдаются масштабные проявления неэффективности в управлении миграционными процессами. Упущенные возможности для обеспечения эффективного экономического роста в России уже не вернуть, но сейчас нужна новая миграционная политика.

Главная задача управления миграционной политикой состоит в том, чтобы обеспечить эффективное использование трудового потенциала работников-мигрантов для удовлетворения долгосрочных потребностей отечественной экономики в рабочей силе, однако основные проблемы кадрового дефицита необходимо решать за счет мобилизации собственных трудовых ресурсов. Мероприятия по привлечению трудовых мигрантов из других стран, обеспечению их легального и безопасного пребывания на территории России должны отвечать интересам социально-эконо-

мического развития страны и ее безопасности, не нести риски роста социальной напряженности в обществе или ущемления прав коренного населения.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что хотя полностью отказаться от привлечения внешних трудовых мигрантов в краткосрочной и среднесрочной перспективе не представляется возможным, политика управления трудовыми ресурсами должна быть в первую очередь направлена на привлечение и использование внутренних трудовых резервов, переподготовку безработных, официально стоящих на учете в службах занятости населения, расширение программ использования внутренней трудовой миграции.

Вместо эпилога

Всем, имеющим отношение к формированию миграционной политики и реализации ее в жизнь (особенно замотивированным лоббистам), следует хорошо понимать, что мигранты — это не только граждане другого государства, но и другой культуры, другого менталитета. Поэтому при рассмотрении миграционной политики должны в первую очередь учитываться реальная лояльность к коренному населению и законопослушность.

Принципиальным заблуждением (и не всегда заблуждением) становится то, что на современных мигрантов трафаретом распространяется советский опыт адаптации предшествующих поколений. При этом грубо игнорируются очевидные факты, что подавляющее большинство современных мигрантов (молодежь до 30 лет) выросли в других условиях, обучались по другим учебникам, и их отношение к России и россиянам требует дополнительных глубоких исследований.

Российская и зарубежная практика демонстрирует сегодня компактное проживание мигрантов в районах доступного по цене жилья, и в этих анклавах имеет место сепарация — отрицание культуры принимающей территории, сохранение своих этнических особенностей в ущерб интеграции в культуру коренного населения.

Координация служб, имеющих отношение к миграционной политике, включая контроль за ее реализацией в отечественной практике, имеет необъятные резервы.

Список источников

1. *Становление и развитие государственной службы занятости населения в Российской Федерации* : моногр. / С. А. Карташов, К. Г. Кязимов, Л. Н. Тохтиева, С. А. Шапиро ; под науч. ред. С. А. Карташова, С. А. Шапиро. М. : Директ-Медиа, 2022. 236 с.
2. Гуськова И. В., Лаврентьева М. А. Миграционная привлекательность Приволжского федерального округа // Региональная экономика. 2014. № 5 (332). С. 2026.
3. Гуськова И. В., Лаврентьева М. А., Шешенина О. А. Моделирование численности иммигрантов в Российской Федерации в зависимости от состояния рынка труда // Современная экономика: проблемы и решения. 2013. № 1 (37). С. 180—193.
4. Жуков А. Л. Экономика и рынок труда России : моногр. М. : АТиСО, 2009.
5. *Предпринимательство в России: состояние и перспективы* : моногр. / под ред. А. П. Егоршина, И. В. Гуськовой, В. А. Кожинной. М. : Экономика, 2014. 398 с.
6. *Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения* : докл. / Центр трудовых исследований (ЦеТи) и лаборатории исследований рынка труда (ЛИРТ) НИУ ВШЭ ; под ред. В. Гимпельсона, Р. Капельюшников, С. Рощина. М., 2017. 148 с.

7. Кулапов М. Н., Манахов С. В., Ураев Н. Н. Управление рынком труда и миграционными потоками // Современные проблемы экономики и менеджмента : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Воронеж, 2021. С. 146—150.
8. Руденко Г. Г., Кулапов М. Н., Карташов С. А. Рынок труда. М. : Рос. экон. акад., 1997. 220 с.
9. Кугушев Р. Р., Шапиро С. А. Оптимизация процессов регулирования трудовой миграции в экономике Российской Федерации : моногр. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. 174 с.
10. Развитие системы трудовой адаптации миграционных потоков на региональных рынках труда : моногр. / М. В. Полякова, Е. К. Самрайлова, П. И. Ананченкова, С. А. Шапиро. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. 193 с.
11. Шапиро С. А. Развитие механизмов управления трудовыми ресурсами в экономике Российской Федерации : моногр. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. 305 с.
12. Global Internal Displacement Database / Internal Displacement Monitoring Centre. Geneva. URL: <https://www.internal-displacement.org/database/displacement-data>
13. Groundswell Part 2: Acting on Internal Climate Migration / Clement Viviane, Kanta Kumari Rigaud, Alex de Sherbinin, Bryan Jones, Susana Adamo, Jacob Schewe, Nian Sadiq, Elham Shabahat. Washington, DC: World Bank, 2021.
14. Refugee Data Finder (infopanel), United Nations High Commissioner for Refugees. Geneva. URL: <https://popstats.unhcr.org/refugee-statistics/download/>
15. Melander Erik, Magnus Öberg. Time to Go? Duration Dependence in Forced Migration // International Interactions. 2006. Vol. 32 (2). P. 129—152.
16. Frieden Jeffry. The Politics of the Globalization Backlash: Sources and Implications. In Meeting Globalization's Challenges: Policies to Make Trade Work for All, edited by Luís A. V. Catão, Maurice Obstfeld. Washington, DC : International Monetary Fund; Princeton, NJ : Princeton University Press, 2019. P. 181—196.
17. High-Skilled Migration and Agglomeration / Sari Pekkala Kerr, William R. Kerr, Çağlar Özden, Christopher Robert Parsons // Annual Review of Economics. 2017. Vol. 9 (1). P. 201—234.
18. Dustmann Christian, Joseph-Simon Görlach. The Economics of Temporary Migrations // Journal of Economic Literature. 2016. Vol. 54 (1). P. 98—136.
19. Chin Aimee N., Meltem Daysal, Scott A. Imberman. Impact of Bilingual Education Programs on Limited English Proficient Students and Their Peers: Regression Discontinuity Evidence from Texas, National Bureau of Economic Research, Cambridge, 2012.
20. Auspurg Katrin, Andreas Schneck, Thomas Hinz. Closed Doors Everywhere? A Meta-Analysis of Field Experiments on Ethnic Discrimination in Rental Housing Markets // Journal of Ethnic and Migration Studies. 2019. Vol. 45 (1). P. 95—114.
21. Bossavie Laurent Loic Yves. Low-Skilled Temporary Migration Policy: The Case of Bangladesh // Background paper prepared for World Development Report. World Bank. Washington, DC, 2023.
22. ILO (International Labour Organization). General Principles and Operational Guidelines for Fair Recruitment and Definition of Recruitment Fees and Related Costs // Fundamental Principles and Rights at Work Branch, Labour Migration Branch, ILO. Geneva, 2019.
23. Naidu Suresh, Yaw Nyarko, Shing-Yi Wang. Monopsony Power in Migrant Labor Markets: Evidence from the United Arab Emirates // Journal of Political Economy. 2016. Vol. 124 (6). P. 1735—1792.
24. Damelang Andreas, Sabine Ebensperger, Felix Stumpf. Foreign Credential Recognition and Immigrants' Chances of Being Hired for Skilled Jobs—Evidence from a Survey Experiment among Employers // Social Forces. 2020. Vol. 99 (2). P. 648—671.
25. Global Talent Flows / Pekkala Kerr Sari, William R. Kerr, Çağlar Özden, Christopher Robert Parsons // Journal of Economic Perspectives. 2016. Vol. 30 (4). P. 83—106.
26. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). What Would Make Global Skills Partnerships Work in Practice? // Migration Policy Debates 15, OECD. Paris, 2018.

References

1. Kartashov S.A., Kyazimov K.G., Tokhtieva L.N., Shapiro S.A. *Stanovlenie i razvitie gosudarstvennoy sluzhby zanyatosti naseleniya v Rossiyskoy Federatsii* [Establishment and Development of the State Employment Service in the Russian Federation]. Moscow, Direkt-Media Publ., 2022, 236 p.
2. Gus'kova I.V., Lavrent'eva M.A. Migratsionnaya privlekatel'nost' Privolzhskogo federal'nogo okruga [Migration attractiveness of the Volga Federal District], *Regional'naya ekonomika* [Regional Economics], 2014, no. 5 (332), pp. 2026.
3. Gus'kova I.V., Lavrent'eva M.A., Sheshenina O.A. Modelirovanie chislennosti immigrantov v Rossiyskoy Federatsii v zavisimosti ot sostoyaniya rynka truda [Modeling of Number of Immigrants in Russian Federation According to the State of the Labor Market], *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya* [Modern Economics: Problems and Solutions], 2013, no. 1 (37), pp. 180—193.
4. Zhukov A.L. *Ekonomika i rynek truda Rossii* [Russian economy and labor market]. Moscow, ATiSO Publ., 2009.
5. *Predprinimatel'stvo v Rossii: sostoyanie i perspektivy* [Entrepreneurship in Russia: Status and Prospects]. Moscow, Ekonomika Publ., 2014, 398 p.
6. *Rossiyskiy rynek truda: tendentsii, instituty, strukturnye izmeneniya* [Russian Labor Market: Trends, Institutions, Structural Changes], dokl., Tsentr trudovykh issledovaniy (TseTi) i laboratorii issledovaniy rynka truda (LIRT) NIU VShE [report / Center for Labor Research (CLR) and Labor Market Research Laboratories (LMRL) of the National Research University HSE], Moscow, 2017, 148 p.
7. Kulapov M.N., Manakhov S.V., Uraev N.N. Upravlenie rynkom truda i migratsionnymi potokami [Labor Market and Migration Flows Management, *Sovremennye problemy ekonomiki i menedzhmenta* [Modern Problems of Economics and Management]: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference]. Voronezh, 2021, pp. 146—150.
8. Rudenko G.G., Kulapov M.N., Kartashov S.A. *Rynek truda* [Labor Market]. Moscow, Ros. ekon. akad. Publ., 1997, 220 p.
9. Kugushev R.R., Shapiro S.A. Optimizatsiya protsessov regulirovaniya trudovoy migratsii v ekonomike Rossiyskoy Federatsii [Optimization of Labor Migration Regulation Processes in the Economy of the Russian Federation]. Moscow ; Berlin, Direkt-Media Publ., 2016, 174 p.

10. Polyakova M.V., Samrailova E.K., Ananchenkova P.I., Shapiro S.A. *Razvitie sistemy trudovoy adaptatsii migratsionnykh potokov na regional'nykh rynkakh truda* [Development of the System of Labor Adaptation of Migration Flows in Regional Labor Markets]. Moscow ; Berlin, Direkt-Media Publ., 2017, 193 p.
11. Shapiro S.A. *Razvitie mekhanizmov upravleniya trudovymi resursami v ekonomike Rossiyskoy Federatsii* [Development of Labor Management Mechanisms in the Economy of the Russian Federation]. Moscow ; Berlin, Direkt-Media Publ., 2017, 305 p.
12. *Global Internal Displacement Database* / Internal Displacement Monitoring Centre. Geneva. Available at: <https://www.internal-displacement.org/database/displacement-data>
13. Viviane Clement, Kanta Kumari Rigaud, Alex de Sherbinin, Bryan Jones, Adamo Susana, Schewe Jacob, Sadiq Nian, Shabhat Elham. *Groundswell. Part 2: Acting on Internal Climate Migration*. Washington, World Bank Publ., 2021.
14. *Refugee Data Finder* [infopanel], United Nations High Commissioner for Refugees. Geneva. Available at: <https://popstats.unhcr.org/refugee-statistics/download/>
15. Melander Erik, Magnus Öberg. Time to Go? Duration Dependence in Forced Migration, *International Interactions*, 2006, vol. 32 (2), pp. 129–152.
16. Frieden Jeffry. *The Politics of the Globalization Backlash: Sources and Implications*. In *Meeting Globalization's Challenges: Policies to Make Trade Work for All*. Washington, International Monetary Fund ; Princeton, NJ, Princeton University Press, 2019, pp. 181–196.
17. Kerr Sari Pekkala, Kerr William R., Özden Çağlar, Robert Parsons Christopher. High-Skilled Migration and Agglomeration, *Annual Review of Economics*, 2017, vol. 9 (1), pp. 201–234.
18. Dustmann Christian, Joseph-Simon Görlach. The Economics of Temporary Migrations, *Journal of Economic Literature*, 2016, vol. 54 (1), pp. 98–136.
19. Chin Aimee N., Meltem Daysal, Scott A. Imberman. Impact of Bilingual Education Programs on Limited English Proficient Students and Their Peers: Regression Discontinuity Evidence from Texas, National Bureau of Economic Research, Cambridge, 2012.
20. Auspurg Katrin, Andreas Schneck, Thomas Hinz. Closed Doors Everywhere? A Meta-Analysis of Field Experiments on Ethnic Discrimination in Rental Housing Markets, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2019, vol. 45 (1), pp. 95–114.
21. Bossavie Laurent Loic Yves. Low-Skilled Temporary Migration Policy: The Case of Bangladesh, *Background paper prepared for World Development Report*, World Bank, Washington, 2023.
22. ILO (International Labour Organization). General Principles and Operational Guidelines for Fair Recruitment and Definition of Recruitment Fees and Related Costs, *Fundamental Principles and Rights at Work Branch, Labour Migration Branch*, ILO. Geneva, 2019.
23. Suresh Naidu, Nyarko Yaw, Wang Shing-Yi. Monopsony Power in Migrant Labor Markets: Evidence from the United Arab Emirates, *Journal of Political Economy*, 2016, vol. 124 (6), pp. 1735–1792.
24. Damelang Andreas, Ebensperger Sabine, Stumpf Felix. Foreign Credential Recognition and Immigrants' Chances of Being Hired for Skilled Jobs — Evidence from a Survey Experiment among Employers, *Social Forces*, 2020, vol. 99 (2), pp. 648–671.
25. Kerr Sari Pekkala, Kerr William R., Özden Çağlar, Parsons Christopher Robert. Global Talent Flows, *Journal of Economic Perspectives*, 2016, vol. 30 (4), pp. 83–106.
26. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). *What Would Make Global Skills Partnerships Work in Practice? Migration Policy Debates*, Paris, 2018.

Информация об авторах

Кулапов Михаил Николаевич — доктор экономических наук, профессор, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: sbk1314@mail.ru

Манахов Сергей Владимирович — кандидат экономических наук, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: Manakhov.sv@rea.ru

Марков Игорь Алексеевич — кандидат экономических наук, ООО «МЖК Сервис», Жуковский, Российская Федерация. E-mail: Markof2003@mail.ru

Мореханова Марина Юрьевна — кандидат социологических наук, Институт аграрных проблем, Саратов, Российская Федерация. E-mail: mayurml18@gmail.com

Шапиро Сергей Александрович — кандидат экономических наук, Академия труда и социальных отношений, Москва, Российская Федерация. E-mail: Sergey_shapiro@mail.ru

Information about the authors

Mikhail N. Kulapov — Doctor of Economic Sciences, Professor, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation. E-mail: sbk1314@mail.ru

Sergey V. Manakhov — Candidate of Economic Sciences, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation. E-mail: Manakhov.sv@rea.ru

Igor A. Markov — Candidate of Economic Sciences, LTD «MZhK Service», Zhukovsky, Russian Federation. E-mail: Markof2003@mail.ru

Marina Yu. Morekhanova — Candidate of Sociological Sciences, Institute of Agrarian Problems, Saratov, Russian Federation. E-mail: mayurml18@gmail.com

Sergey A. Shapiro — Candidate of Economic Sciences, Academy of Labour and Social Relations, Moscow, Russian Federation. E-mail: Sergey_shapiro@mail.ru

Статья поступила в редакцию 10.01.2025; одобрена после рецензирования 27.01.2025; принята к публикации 28.01.2025.

The article was submitted 10.01.2025; approved after reviewing 27.01.2025; accepted for publication 28.01.2025.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТА СОПРОТИВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Сергей Борисович Кузнецов^{1✉}, Анатолий Викторович Елисеенко²

¹ Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Российская Федерация

^{1, 2} Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация

¹ Научный центр информационных технологий и искусственного интеллекта АНОО ВО «Университет „Сириус”», федеральная территория «Сириус», Сочи, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Сергей Борисович Кузнецов, sbk1314@mail.ru

Аннотация. В данной статье представлен анализ сопротивления экономической среды, влияющей на экономический рост в национальных экономиках. Анализ различных факторов, препятствующих развитию, позволил сгруппировать их в четыре основные категории: макроэкономические, институциональные, социальные и внешние. Расчеты проведены с использованием векторного уравнения прироста основных факторов производства (трудовых ресурсов и основного капитала). Авторы предполагают, что инвестиции сразу же осваиваются, и скорость прироста основных факторов производства описывается уравнением параболического типа. При этом учитывается коэффициент сопротивления экономической среды, отражающий потери инвестиций, торможение развития экономики и противодействие росту основных факторов производства. В работе представлена методика статистической оценки коэффициента сопротивления на основе конечно-временных разностей производных. Используя статистические данные по России, авторы рассчитали динамику поведения коэффициентов сопротивления экономической среды для каждого фактора производства. Первый заметный рост коэффициента произошел в 2008 г., что связывается с экономическим кризисом в России. В 2013 г. коэффициент сопротивления экономической среды оказался отрицательным, что свидетельствовало о благоприятных условиях для развития российской экономики в этот период. Отрицательное влияние коэффициента наблюдалось в период пандемии и из-за санкций, наложенных США и Евросоюзом после начала СВО. Было проведено моделирование коэффициента сопротивления среды для США. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования подходов к управлению инвестиционными процессами и оценке эффективности реализуемых экономических мероприятий. Модель и методика оценки коэффициента сопротивления могут быть применены к анализу динамики факторов производства для других национальных экономик.

Ключевые слова: коэффициент сопротивления экономической среды, основные факторы производства, уравнение экономического роста, инвестиции, уравнение параболического типа, конечно-временные разности

Благодарности: статья подготовлена по результатам Проекта ФТС-2024-2.3-VY-1160-5744 «Технологии противодействия ранее неизвестным квантовым киберугрозам» в рамках реализации мероприятия 2.3 государственной программы федеральной территории «Сириус» «Научно-технологическое развитие федеральной территории „Сириус”».

Для цитирования: Кузнецов С. Б., Елисеенко А. В. Определение коэффициента сопротивления экономической среды // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 21—28. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-21-28>

Economic research

Original article

ECONOMIC ENVIRONMENT RESISTANCE COEFFICIENT DETERMINATION

Sergey B. Kuznetsov^{1✉}, Anatoly V. Eliseenko²

¹ Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation

^{1, 2} Siberian Institute of Management — branch of RANEP, Novosibirsk, Russian Federation

¹ Scientific Center for Information Technology and Artificial Intelligence of Independent Non-profit Educational Organization of HE «Sirius University», Federal territory «Sirius», Sochi, Russian Federation

Corresponding author: Sergey B. Kuznetsov, sbk1314@mail.ru

Abstract. This article presents an analysis of the resistance of the economic environment affecting economic growth in national economies. An analysis of various factors hindering development allowed us to group them into four main categories: macroeconomic, institutional, social, and external. Numerical calculations were performed using the vector equation of the growth of the main factors of production (labor resources and fixed capital). The authors assume that investments are immediately utilized, and the growth rate of the main factors of production is described by a parabolic-type equation. This takes into account the coefficient of resistance of the economic environment, reflecting investment losses, slowing down of economic development, and resistance to the growth of the main factors of production. The paper presents a method for statistical estimation of the resistance coefficient based on finite-time differences of derivatives. Using statistical data for Russia, the authors calculated the dynamics of the behavior of the resistance coefficients of the economic environment for each factor

of production. The first noticeable increase in the coefficient occurred in 2008, which is associated with the economic crisis in Russia. In 2013, the resistance coefficient of the economic environment turned out to be negative, which indicated favorable conditions for the development of the Russian economy during this period. The negative impact of the coefficient was observed during the pandemic and due to sanctions imposed by the United States and the European Union after the start of the Special Military Operation (SVO). Modeling of the resistance coefficient of the environment for the United States was carried out. The results obtained can be used to improve approaches to managing investment processes and assessing the effectiveness of implemented economic measures. The model and methodology for assessing the resistance coefficient can be applied to the analysis of the dynamics of factors of production for other national economies.

Keywords: economic environment resistance coefficient, main factors of production, economic growth equation, investment, parabolic-type equation, finite-time differences

Acknowledgements: The article was prepared based on the results of the Project FTS-2024-2.3-VY-1160-5744 «Technologies for Counteracting Previously Unknown Quantum Cyber Threats» within the framework of the implementation of arrangement 2.3 of the state program of the federal territory «Sirius» «Scientific and Technological Development of the Federal Territory «Sirius»».

For citation: Kuznetsov S.B., Eliseenko A.V. Economic Environment Resistance Coefficient Determination. *Territory Development*. 2025;(1):21—28. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-21-28>

Введение

В экономике и политике существует большой круг явлений и тенденций, которые противодействуют росту экономики. Так, факторы, препятствующие экономическому развитию, можно условно разделить на следующие группы:

1. Макроэкономические факторы:

— низкий уровень инвестиций: недостаточные инвестиции в человеческий капитал (образование, здравоохранение), инфраструктуру (транспорт, энергетика, связь), инновации тормозят рост производительности и, как следствие, экономический рост;

— высокая инфляция: подрывает покупательную способность населения, снижает привлекательность долгосрочных инвестиций, дестабилизирует экономику;

— нестабильная макроэкономическая политика: резкие колебания процентных ставок, налогов и государственных расходов создают неопределенность для бизнеса, снижая инвестиционную активность;

— высокий уровень государственного долга: обслуживание долга ложится бременем на бюджет, ограничивая возможности государства по финансированию социальных программ и инвестиционных проектов.

2. Институциональные факторы:

— коррупция: искажает конкурентную среду, снижает эффективность государственного управления, отпугивает инвесторов;

— слабая защита прав собственности: негативно влияет на инвестиционный климат, поскольку инвесторы опасаются потери своих вложений;

— неэффективная судебная система: затрудняет ведение бизнеса, увеличивает издержки, снижает доверие к правовой системе;

— избыточное регулирование: усложняет ведение бизнеса, создает благоприятную почву для коррупции, душит предпринимательскую инициативу.

3. Социальные факторы:

— низкий уровень образования: снижает качество человеческого капитала, ограничивает инновационный потенциал, затрудняет внедрение новых технологий;

— высокий уровень неравенства: ведет к социальной напряженности, снижает стимулы к труду и инвестициям, тормозит экономический рост;

— демографические проблемы: старение населения, низкая рождаемость и высокая смертность могут привести к сокращению трудовых ресурсов и стагнации экономики.

4. Внешние факторы:

— неблагоприятная конъюнктура мировых рынков: снижение цен на экспортные товары, рост цен на импорт, волатильность валютных курсов могут негативно влиять на экономику;

— торговые войны и протекционизм: ограничения на торговлю снижают конкуренцию, приводят к росту цен, тормозят экономический рост;

— геополитическая нестабильность: военные конфликты, терроризм, санкции создают неопределенность и риски для бизнеса, снижают инвестиционную привлекательность.

Перечисленные факторы тесно взаимосвязаны и влияют друг на друга. Их значимость может варьироваться в зависимости от конкретной страны и исторического периода. Для преодоления негативных факторов и стимулирования экономического роста необходим комплексный подход, включающий меры как со стороны государства, так и со стороны бизнеса и общества в целом.

Вопросам влияния этих негативных явлений на экономический рост посвящено большое количество научных статей и монографий. Остановимся на описании некоторых работ.

При проведении оценки воздействия инвестиций на экономику авторы полагают, что наиболее эффективным инструментом являются динамические стохастические модели общего равновесия (DSGE) [1].

В статье О. С. Сухарева структурированная политика рассматривается как инструмент формирования новой модели роста российской экономики [2]. Увеличение инвестиций является основанием, по мнению автора, для создания условий ускорения экономического роста. Целью статьи являлось определение современных характеристик структурной динамики российской экономики, которые определяются компонентами секторов рынка СНГ и России. Кроме того, была использована методика эмпирико-статистического анализа. Оптимизационные модели позволили автору продемонстрировать лучший способ распределения инвестиций между секторами с целе-

выми функциями, достигая наибольшей прибыли и наименьшего возможного риска.

В статье [3] представлены результаты многомерного исследования влияния государственного сектора на экономический рост. Хороший баланс между государственным потреблением и доходами, по оценке авторов, является фактором ускорения экономического роста в группе стран, в том числе и в России. В статье также показано, как общие государственные расходы и их отдельные компоненты влияют на общую производительность факторов производства в экономике страны.

Исследование В. Полтеровича, В. Попова и А. Тониса показывает, что при слабости демократии, но при ресурсном богатстве неравенство доходов может быть значительным, что, в свою очередь, может влиять на стабильность демократической политики и увеличивать риск авторитаризма. Экономическому росту препятствуют эрозия институтов и нестабильность демократии [4].

С. В. Шкиотов и М. И. Маркин попытались выявить факторы, объясняющие связь между уровнем коррупции и состоянием экономики страны [5]. Методы экономико-математического моделирования были использованы для выявления закономерностей микро- и макроэкономического мошенничества, наблюдавшихся в российской экономике в 2008—2017 гг.

В работе А. А. Ашимова и других авторов представлены результаты исследования слабой структурной устойчивости математической модели с параметрическим регулированием и без него. На основе этой модели также дан анализ мультипликативных эффектов параметрического регулирования, влияющих на развитие рыночной экономики [6].

В контексте нового подхода к анализу структуры экономического неравенства, разработанного Я. Э. Вельчевым и Я. Э. Виротовым, исследователь В. Т. Тарасов анализирует влияние неравенства на доходы населения России и процессы региональной модернизации [7].

Целью исследования [8] было установление связи образования с экономическим ростом. Получены результаты по объединению количественной и качественной оценки взаимодействия для получения более эффективного результата.

Коллектив авторов [9] представляет исходы различных сценариев торгового конфликта между ЕС и его союзниками, с одной стороны, Россией и Китаем — с другой. Каждый сценарий разыгрывается через систему программного обеспечения, охватывающую более 100 стран, где организации из каждой страны взаимодействуют друг с другом посредством торговых и финансовых отношений.

К. В. Екимова, И. П. Савельева и И. М. Цало предложили системный подход к оценке влияния региональных процессов на глобальный климат экономической конъюнктуры, ориентируясь на циклическую экономическую модель [10]. Методологический инструментарий состоит из диаграммы временных рядов, которую можно использовать для определения временного лага между

воздействием отдельных региональных процессов на мировую экономику, и модели, использующей вычислительный анализ для оценки влияния мировых показателей на региональные процессы.

В статье Б. И. Алехиной рассматривается вопрос о том, существует ли долгосрочная равновесная зависимость между межрегиональными различиями в инфляции и межрегиональными различиями в затратах на производство, реализацию и импорт товаров и услуг [11]. Исследование основано на «надбавочной» теории инфляции Г. Экли. Используя эмпирическую модель регионального индекса потребительских цен для регионов России, автор делает вывод об инструментах сдерживания «надбавочной» инфляции.

В статье [12] представлены результаты исследования влияния судебных реформ на производительность фирм в разных странах. Данные судебных реформ берутся из мировой базы и используются для анализа влияния на производительность фирм комплексных судебных реформ, которые одновременно нацелены на качество, скорость и доступность правосудия. Результаты исследования показывают, что комплексные судебные реформы приводят к увеличению производительности фирм, особенно в секторах, где важны специфические инвестиции.

В исследованиях авторов М. П. Афанасьева и Н. Н. Шаш рассматривается смена бюджетной политики России с профицитной на дефицитную, анализируются причины и последствия этого перехода, включая увеличение государственного долга и необходимость долгового финансирования экономики [13]. Обсуждаются теоретические концепции оптимального объема долгового финансирования и размера государственного долга, а также мероприятия по балансировке бюджета в условиях снижения бюджетных доходов.

В представленных работах описаны методы, алгоритмы и подходы влияния негативных факторов на рост экономики.

В работе С. Б. Кузнецова и Е. В. Кулигина [14 ; 15] была предпринята попытка численного определения коэффициента торможения развития экономики, который был назван коэффициентом сопротивления экономической среды. Статья С. Б. Кузнецова [15] является продолжением работы [14] и сделана она на базе гиперболического уравнения.

Моделирование коэффициента сопротивления

Опираясь на результаты работы [15], предположим, что инвестиции сразу же осваиваются. В этом случае скорость прироста основных факторов производства выражается уравнением:

$$\frac{dv_p}{dt} - \mu_p \Delta v_p = j_p, \quad (1)$$

где t — время, годы;

p — один из основных факторов производства;

L — объем трудовых ресурсов, денежные единицы;

K — объем основных фондов производства, денежные единицы;

v_p — скорость изменения фактора производства (p).

Скорость изменения основных факторов производства представляет производную по времени

$$v_p = \frac{dp}{dt}, \quad \Delta \bar{v} = (\Delta v_L, \Delta v_K), \quad \Delta v_p = \frac{\partial^2 v_p}{\partial L^2} + \frac{\partial^2 v_p}{\partial K^2} —$$

оператор Лапласа; $\bar{\mu} = (\mu_K, \mu_L)$ — коэффициент сопротивления экономической среды, имеющий размерность (денежная единица)² / (денежная единица).

Если объем чистых инвестиций обозначить как $\bar{I} = (I_K, I_L)$, то скорость инвестирования обозначим как $\frac{d\bar{I}(t)}{dt} = \bar{j}(t)$.

Векторное уравнение (1) после небольших преобразований примет вид:

$$\begin{cases} \frac{dv_K}{dt} - \mu_K \frac{\partial^2 v_K}{\partial L^2} = j_K, \\ \frac{dv_L}{dt} - \mu_L \frac{\partial^2 v_L}{\partial K^2} = j_L. \end{cases} \quad (2)$$

Если у нас «идеальная» экономика и все вложенные инвестиции не теряются и полностью осваиваются, то коэффициент сопротивления среды нулевой. В этом случае мы получаем классическое уравнение прироста факторов производства. В реальной экономике будет потеря инвестиций и торможение развития экономики. Попробуем сделать оценку коэффициента сопро-

тивления, для этого представим производные в виде конечных временных разностей.

Перейдя к стандартным процедурам аппроксимирования, получим [16, с. 245, 368]:

$$\begin{cases} \frac{v_{i+1}^K - v_{i-1}^K}{2} - 2\mu_i^K \left(\frac{\frac{v_{i+1}^K - v_i^K}{L_{i+1} - L_i} - \frac{v_i^K - v_{i-1}^K}{L_i - L_{i-1}}}{L_{i+1} - L_{i-1}} \right) = j_i^K, \\ \frac{v_{i+1}^L - v_{i-1}^L}{2} - 2\mu_i^L \left(\frac{\frac{v_{i+1}^L - v_i^L}{K_{i+1} - K_i} - \frac{v_i^L - v_{i-1}^L}{K_i - K_{i-1}}}{K_{i+1} - K_{i-1}} \right) = j_i^L. \end{cases} \quad (3)$$

где v_i^p — прирост p -фактора производства в i год;

j_i^p — прирост инвестиций в i год;

p_i — объем фактора производства в i год;

μ_i^p — коэффициент сопротивления, возникающий в развитии p фактора производства в i год.

С помощью формулы (3) можно вычислить значения μ_i^p , используя статистические данные по России [17—18]. В результате были получены коэффициенты сопротивления экономической среды (рис. 1).

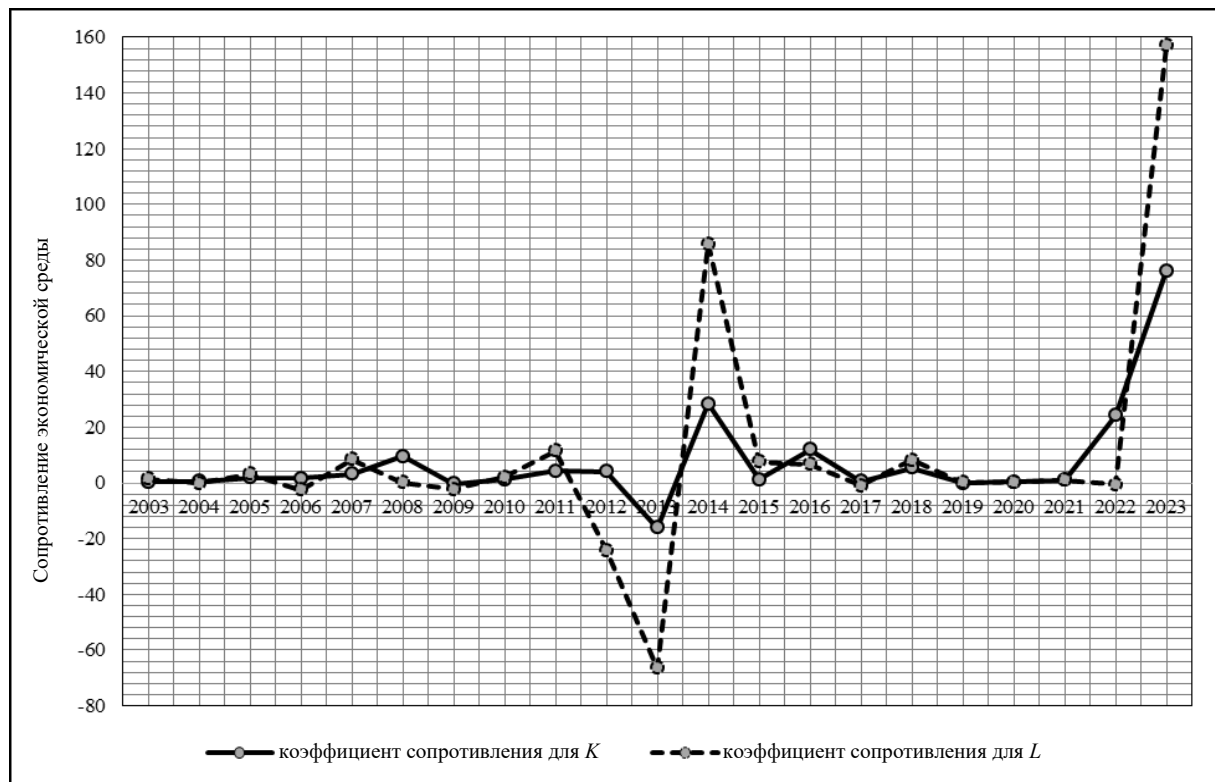


Рис. 1. Изменение коэффициентов сопротивления экономической среды в России
Change in the Resistance Coefficients of the Economic Environment in Russia

Первый заметный рост коэффициента сопротивления экономической среды для основных средств производства произошел в 2008 г., а для

трудовых ресурсов — годом ранее. Экономический кризис 2008 г. в России начался с частного сектора, где производственные компании активно

брали кредиты для преодоления негативных тенденций в международной торговле и движении капитала. Кризис ликвидности банковской системы, резкое падение ведущих российских индексов и снижение цен на экспортную продукцию привели к снижению объемов производства и массовым сокращениям. Падение котировок на российской фондовой бирже привело к снижению рыночной капитализации российских компаний. Это было связано с рядом факторов, включая ухудшение отношений с западными странами, падение цен на нефть, которая является основным источником доходов для России, и увеличение внешнего долга российских компаний.

В 2013 г. коэффициент сопротивления экономической среды отрицателен, так как для экономики России сложились благоприятные условия, особенно в сфере инвестиций, основного капитала и трудовых ресурсов. Несмотря на замедление кредитной активности банковской системы и постепенное охлаждение рынка труда, начало года обещало позитивные изменения. Одним из ключевых факторов стало ожидание реализации ряда инфраструктурных проектов, что предполагало значительные инвестиции с использованием механизма инфраструктурных облигаций. Это могло способствовать увеличению основного капитала и созданию новых рабочих мест и, соответственно, привлечению дополнительных трудовых ресурсов. Также ожидалось, что слабый экономический рост создаст условия для замедления инфляции, это, в свою очередь, открывало возможности для смягчения монетарной политики Банка России.

Однако уже в 2014 г. коэффициент сопротивления значительно вырос на фоне предыдущих лет. В экономике России 2014 г. наблюдалось снижение инвестиций (относительно инфляции) в основной капитал, что было обусловлено неопределенностью экономической политики, колебаниями курса рубля и геополитической напряженностью. Данные факторы заставили предпринимателей придержать свои средства, вместо того чтобы вкладывать их в развитие. Замедление темпов роста инвестиций негативно сказалось на общем экономическом состоянии страны.

Начиная с 2020 г. Россия столкнулась с рядом вызовов. Так, на экономику страны отрицательно повлияли пандемия COVID-19 и снижение цен на энергоносители. С 2022 г. из-за политической обстановки в мире был введен ряд санкций по отношению к России, что также негативно отразилось на экономической обстановке. Поэтому коэффициент сопротивления экономической среды неуклонно растет.

Характер поведения коэффициентов сопротивления экономической среды для трудовых ресурсов и основных средств производства одинаков, но величины коэффициентов разнятся значительно. В кризисные моменты коэффициенты для трудовых ресурсов имеют более высокие уровни флуктуаций.

В США с 2003 по 2022 г. был рассчитан коэффициент сопротивления для основных средств. Расчеты были произведены после анализа данных, полученных из нескольких комплексных баз данных [19—21]. Данные охватывали широкий временной ряд переменных, что позволило провести корректное исследование (рис. 2).

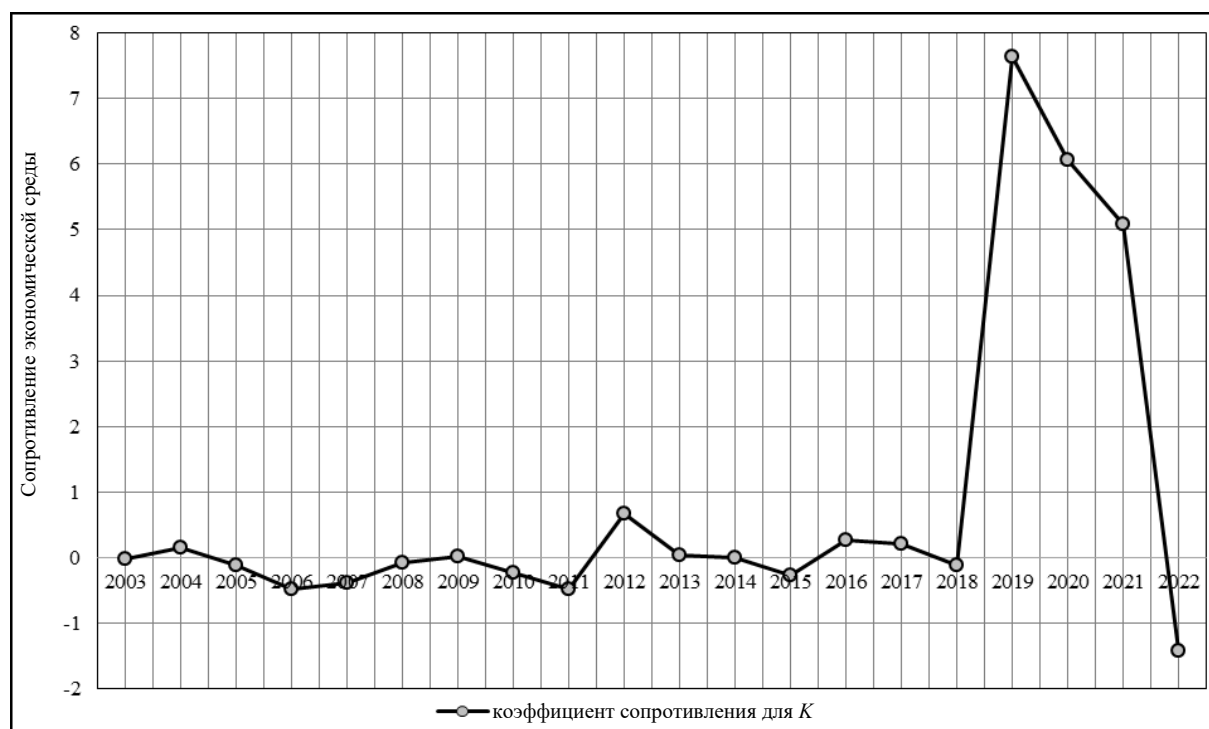


Рис. 2. Коэффициент сопротивления экономической среды для основных средств производства в США
Economic Environment Resistance Coefficient for Key Assets in the USA

В 2004 г. экономика США могла быть затронута последствиями кризиса доткомов, начавшегося в 2000 г. Этот кризис был вызван пузырем на рынке интернет-компаний, который лопнул и привел к банкротству множества стартапов и снижению капитализации технологических компаний.

В 2009 г. экономика США переживала последствия ипотечного кризиса, начавшегося в 2007 г. Этот кризис был спровоцирован массовым предоставлением рискованных ипотечных кредитов, что привело к дефолтам заемщиков и краху рынка ипотечных ценных бумаг.

В 2012 г. экономический кризис в США продолжал проявляться через высокую безработицу и замедленный рост экономики после финансового кризиса 2008 г. Основными факторами были продолжающиеся проблемы в банковском секторе, а также низкие темпы восстановления потребительского спроса и инвестиций.

Финансовый кризис 2019—2021 гг. в США начался с лопнувшего пузыря на американском рынке жилья, что привело к резкому скачку цен на сырую нефть и обвалу американского фондового рынка. В эти годы наблюдался и наибольший дефицит бюджета США за последние несколько лет. В 2022 г. коэффициент сопротивления экономической среды становится резко отрицательным. В этот год в США наблюдался значительный рост количества рабочих мест. Сильно увеличились инвестиции в основной капитал, что, вероятно, было вызвано ростом военного бюджета США.

Заключение

Исследование, представленное в статье, вносит важный вклад в понимание процессов, оказывающих противодействие экономическому росту в национальных экономиках. Был проведен достаточно полный анализ различных факторов, препятствующих развитию, и они были сгруппированы в четыре основные категории: макроэкономические, институциональные, социальные и внешние.

Особое внимание в работе уделено количественной оценке влияния одного из важных параметров — коэффициента сопротивления экономической среды. Данный показатель отражает потери инвестиций и замедление темпов экономического роста, обусловленные различными неблагоприятными факторами. Методика расчета коэффициента сопротивления на основе конечных

разностей производных, предложенная авторами, позволяет проводить непрерывный мониторинг и прогнозирование динамики основных факторов производства с учетом эффектов торможения.

Анализ динамики коэффициента сопротивления экономической среды в России выявил ключевые структурные сдвиги и циклические процессы, влияющие на экономический рост. Так, значительный рост коэффициента сопротивления в 2008 г. четко коррелирует с разразившимся в тот период финансово-экономическим кризисом, в то время как его снижение в 2013 г. указывало на формирование благоприятных условий для развития. Дальнейшее увеличение коэффициента сопротивления наблюдалось в 2020—2023 гг., что связано с влиянием пандемии и санкций.

Полученные количественные оценки коэффициента сопротивления могут использоваться для разработки антикризисных мер, совершенствования инвестиционной, промышленной и макроэкономической политики. Негативные факторы экономического роста, рассмотренные в статье, тесно взаимосвязаны и требуют комплексного подхода для их преодоления. Макроэкономические дисбалансы, институциональные провалы, социальные проблемы и внешние шоки оказывают мультипликативное воздействие друг на друга, усиливая общий тормозящий эффект. Для нейтрализации этих явлений необходимы скоординированные усилия государства, бизнеса и общества.

В данном контексте особую актуальность приобретают дальнейшие исследования, направленные на более глубокое понимание взаимосвязей между различными факторами противодействия экономическому росту и на разработку комплексных стратегий их преодоления. Важным направлением может стать адаптация предложенного авторами подхода к анализу экономических систем различного уровня (отраслевых, региональных, национальных), а также к изучению влияния институциональных, технологических и социальных детерминант на процессы накопления и эффективного использования производственных ресурсов.

Научно обоснованные рекомендации, полученные в таких исследованиях, могут быть использованы органами государственного управления для повышения качества экономической политики, нацеленной на стимулирование устойчивого, сбалансированного развития национальной экономики.

Список источников

1. Lawrence J. Christiano, Martin S. Eichenbaum, Mathias Trabandt. On DSGE Models // Journal of Economic Perspectives. 2018, Summer. Vol. 32, no. 3. P. 113—140.
2. Сухарев О. С. Структурная политика: к новой инвестиционной модели экономического роста // Финансы: теория и практика. 2019. № 23 (2). С. 84—104. DOI: 10.26794/2587-5671-2019-23-2-84-104
3. Modeling of State Influence on the Processes of Economic Growth / N. Shagas, A. Bozhechkova, Y. Pervishin, E. Perevyshina, E. Tumanova. 2016. March 21. URL: <https://ssrn.com/abstract=2752926> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2752926> (дата обращения: 29.06.2024).
4. Полтерович В., Попов В., Тонис А. Концентрация доходов, нестабильность демократии и экономический рост // Экономика и математические методы. 2009. Т. 45, № 1. С. 15—29.

5. Шкиотов С. В., Маркин М. И. Статистическая оценка влияния макро- и микроэкономических факторов на уровень коррупции в российской экономике // Теоретическая экономика. 2019. № 2. С. 78—88.
6. Слабая структурная устойчивость одной математической модели экономической системы и мультипликационные эффекты параметрического регулирования / А. А. Ашимов, Ю. В. Боровский, Д. А. Новиков, Р. М. Нижегородцев, Б. Т. Султанов // Автоматика и телемеханика. 2010. Вып. 12. С. 122—130.
7. Тарасов В. Т. Неравенство, экономический рост и модернизация регионов России // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2017. Т. 3, № 3. С. 207—225. DOI: 10.21684/2411-7897-2017-3-3-207-225
8. Кушников Е. И., Хаджинов Л. В. Некоторые аспекты оценки влияния образования на экономический рост // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12, № 1. С. 535—550. DOI: 10.18334/vinec.12.1.114061
9. Мировые торговые войны: сценарные расчеты последствий / В. Л. Макарова, Цзе Вус, Зили Вус, Б. Р. Хабриева, А. Р. Бахтизин // Вестник Российской академии наук. 2020. Т. 90, № 2. С. 169—179.
10. Екимова К. В., Савельева И. П., Цало И. М. Оценка влияния изменений конъюнктуры мировых рынков на региональные процессы // Экономика региона. 2016. Т. 12, вып. 3. С. 670—683. DOI: 10.17059/2016-3-5
11. Алехин Б. И. Межрегиональные различия в инфляции в свете теории Экли // Финансовый журнал. 2023. Т. 15, № 1. С. 8—25.
12. Matthieu Chemin. Judicial Efficiency and Firm Productivity: Evidence from a World Database of Judicial Reforms // The Review of Economics and Statistics, MIT Press, 2020. March. Vol. 102 (1). P. 49—64.
13. Афанасьев М. П., Шап Н. Н. От профицитной к дефицитной бюджетной политике // Проблемы прогнозирования. 2021. № 5 (188). С. 42—53. DOI: 10.47711/0868-6351-188-42-53
14. Кузнецов С. Б., Кулигин Е. В. Моделирование коэффициента сопротивления экономической среды // Бизнес. Образование. Право. 2023. № 2 (63). С. 128—133. DOI: 10.25683/VOLBI.2023.63.640
15. Кузнецов С. Б. Моделирование развития факторов производства уравнением Навье — Стокса // Вестник НГУЭУ. 2024. № 2. С. 101—114. DOI:10.34020/2073-6495-2024-2-101-114
16. Марчук Г. И. Методы вычислительной математики. М. : Лань, 2021. 608 с.
17. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 21.06.2024).
18. Статистические издания. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210> (дата обращения: 21.06.2024).
19. US Bureau of Economic Analysis (BEA). URL: <https://www.bea.gov/> 210 (дата обращения: 11.09.2024).
20. Key Economic Indicators: United States — Trading View. URL: <https://www.tradingview.com/markets/world-economy/countries/united-states/210> (дата обращения: 11.09.2024).
21. Экономика США, 1970—2022. URL: <https://be5.biz/makroekonomika/profile/us.html> (дата обращения: 11.09.2024).

References

1. Lawrence J. Christiano, Martin S. Eichenbaum, Mathias Trabandt. On DSGE Models, *Journal of Economic Perspectives*, 2018, Summer, vol. 32, no. 3, pp. 113—140.
2. Sukharev O.S. Strukturnaya politika: k novoy investitsionnoy modeli ekonomicheskogo rosta [Structural Policy: Towards a New Investment Model of Economic Growth], *Finansy: teoriya i praktika* [Finance: Theory and Practice], 2019, no. 23 (2), pp. 84—104. DOI: 10.26794/2587-5671-2019-23-2-84-104
3. Shagas N., Bozhechkova A., Pervishin Y., Perevyshina E., Tumanova E. *Modeling of State Influence on the Processes of Economic Growth*, 2016, March 21. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2752926> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2752926> (accessed: 29.06.2024).
4. Polterovich V., Popov V., Tonis A. Kонтсентратсия dokhodov, nestabil'nost' demokratii i ekonomicheskii rost [Income Concentration, Democratic Instability and Economic Growth], *Ekonomika i matematicheskie metody* [Economics and Mathematical Methods], 2009, vol. 45, no. 1, pp. 15—29.
5. Shkiotov S.V., Markin M.I. Statisticheskaya otsenka vliyaniya makro- i mikroeko-nomicheskikh faktorov na uroven' korruptsii v rossiyskoy ekonomike [Statistical Evaluation of the Impact of Micro- and Macroeconomic Factors on the Level of Corruption in the Russian Economy], *Teoreticheskaya ekonomika* [Theoretical Economics], 2019, no. 2, pp. 78—88.
6. Ashimov A.A., Borovskiy Yu.V., Novikov D.A., Nizhegorodtsev R.M., Sultanov B.T. Slabaya strukturnaya ustoychivost' odnoy matematicheskoy modeli ekonomicheskoy sistemy i mul'tiplikatsionnye efekty parametricheskogo regulirovaniya [Weak Structural Stability of a Mathematical Model of Economic Systems and Multi- Plicative Effects of Parametric Regulation], *Avtomatika i telemekhanika* [Automation and Remote Control], 2010, issue 12, pp. 122—130.
7. Tarasov V.T. Neravenstvo, ekonomicheskii rost i modernizatsiya regionov Rossii [Inequality, Economic Growth and Modernization of Russian Regions], *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Sotsialno-ekonomicheskie i pravovye issledovaniya* [Bulletin of Tyumen State University. Social, Economic, and Law Research], 2017, vol. 3, no. 3, pp. 207—225. DOI: 10.21684/2411-7897-2017-3-3-207-225
8. Kushnikov E.I., Khadzhinov L.V. Nekotorye aspekty otsenki vliyaniya obrazovaniya na ekonomicheskii rost [Some Aspects of Assessing the Impact of Education on Economic Growth], *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki* [Russian Journal of Innovation Economics], 2022, vol. 12, no. 1, pp. 535—550. DOI: 10.18334/vinec.12.1.114061
9. Makarova V.L., Vuc Tsze, Vuc Zili, Khabrieva B.R., Mirovye, Bakhtizin A.R. Torgovye voyny: stsennarye raschety posledstviy [World Trade Wars: Scenario Calculations of the Consequences], *Vestnik Rossiyskoy akademii nauk* [Bulletin of the Russian Academy of Sciences], 2020, vol. 90, no. 2, pp. 169—179.
10. Ekimova K.V., Savel'eva I.P., Tsalo I.M. Otsenka vliyaniya izmeneniy kon'yunktury mirovykh rynkov na regional'nye protsessy [Assessment of the Impact of the Changes in the Situation of the World Markets on the Regional Processes], *Ekonomika regiona* [Economy of Regions], 2016, vol. 12, issue 3, pp. 670—683. DOI: 10.17059/2016-3-5
11. Alekhin B.I. Mezhhregional'nye razlichiya v inflyatsii v svete teorii Ekli [Interregional Differences in Inflation Through the Prism of Ackley's Theory], *Finansovyy zhurnal* [Financial Journal], 2023, vol. 15, no. 1, pp. 8—25.
12. Matthieu Chemin. Judicial Efficiency and Firm Productivity: Evidence from a World Database of Judicial Reforms, *The Review of Economics and Statistics*, MIT Press, 2020, March, vol. 102 (1), pp. 49—64.

13. Afanas'ev M.P., Shash N.N. Ot profitsitnoy k defitsitnoy byudzhethnoy politike [From Surplus to Deficit Fiscal Policy], *Problemy prognozirovaniya* [Studies on Russian Economic Development], 2021, no. 5 (188), pp. 42–53. DOI: 10.47711/0868-6351-188-42-53
14. Kuznetsov S.B., Kuligin E.V. Modelirovanie koeffitsienta soprotivleniya eko-nomicheskoy sredy [Simulation of Resistance Coefficient of Economic Environment], *Biznes. Obrazovanie. Pravo* [Business. Education. Law], 2023, no. 2 (63), pp. 128–133. DOI: 10.25683/VOLBI.2023.63.640
15. Kuznetsov S.B. Modelirovanie razvitiya faktorov proizvodstva uravneniem Nav'e – Stoksa [Navier – Stokes Equation for Modeling the Development of Production Factors], *Vestnik NGUEU* [Vestnik NSUEM], 2024, no. 2, pp. 101–114. DOI:10.34020/2073-6495-2024-2-101-114
16. Marchuk G.I. *Metody vychislitel'noy matematiki* [Methods of Computational Mathematics]. Moscow, Lan' Publ, 2021, 608 p.
17. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki* [Federal State Statistics Service]. Available at: <http://www.gks.ru/> (accessed: 21.06.2024).
18. *Statisticheskie izdaniya* [Statistical publications]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/210> (accessed: 21.06.2024).
19. *US. Bureau of Economic Analysis (BEA)*. Available at: <https://www.bea.gov/> 210 (accessed: 11.09.2024).
20. *Key Economic Indicators: United States — Trading View*. Available at: <https://www.tradingview.com/markets/world-economy/countries/united-states/210> (accessed: 11.09.2024).
21. *Ekonomika SShA 1970–2022*. [The U.S. Economy 1970–2022]. Available at: <https://be5.biz/makroekonomika/profile/us.html> (accessed: 11.09.2024).

Информация об авторах

Кузнецов Сергей Борисович — кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математики и естественных наук, Новосибирский государственный университет экономики и управления, главный научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории устойчивого развития социально-экономических систем, Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация, Научный центр информационных технологий и искусственного интеллекта АНОО ВО «Университет „Сириус“», федеральная территория «Сириус», Сочи, Российская Федерация. E-mail: sbk1314@mail.ru

Елисеенко Анатолий Викторович — студент, Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация. E-mail: 2004eav@mail.ru

Information about the authors

Sergey B. Kuznetsov — Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Associate Professor, Department of Mathematics and Natural Sciences, Novosibirsk State University of Economics and Management, Chief Researcher, Research Laboratory of Sustainable Development of Socio-Economic Systems, Siberian Institute of Management — Branch of RANEP, Novosibirsk, Russian Federation, Scientific Center for Information Technology and Artificial Intelligence of Independent Nonprofit Educational Organization of HE «Sirius University», federal territory «Sirius», Sochi, Russian Federation. E-mail: sbk1314@mail.ru

Anatoly V. Eliseenko — Student, Siberian Institute of Management — Branch of RANEP, Novosibirsk, Russian Federation. E-mail: 2004eav@mail.ru

Статья поступила в редакцию 23.09.2024; одобрена после рецензирования 19.01.2025; принята к публикации 20.01.2025.

The article was submitted 23.09.2024; approved after reviewing 19.01.2025; accepted for publication 20.01.2025.

ГОСУДАРСТВО И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО, ИДЕОЛОГИЯ И ПОЛИТИКА

STATE AND CIVIL SOCIETY, IDEOLOGY AND POLITICS

Развитие территорий. 2025. № 1. С. 29—39.
Territory Development. 2025;(1):29—39.

Государство и гражданское общество, идеология и политика

Научная статья
УДК 323(470+571):354
<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-29-39>

ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ КАК КЛЮЧЕВОЙ СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РЕГИОНА

Анна Сергеевна Константинова

Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Российская Федерация
Северо-Кавказский институт — филиал РАНХиГС, Пятигорск, Российская Федерация, konst_2002@rambler.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу роли различных акторов в процессе формирования имиджа российских регионов. Особое внимание уделено ключевой координирующей функции органов государственной власти субъектов Российской Федерации в данной сфере. Кроме того, рассмотрены функции и ресурсы региональных властей, их взаимодействие с другими субъектами имиджмейкинга, выявлены факторы, определяющие эффективность роли государственных органов в формировании привлекательного и конкурентоспособного имиджа территорий, обоснована необходимость системного, партнерского и клиентоориентированного подхода к реализации имиджевой политики регионов.

Ключевые слова: имидж региона, территориальный маркетинг, органы государственной власти, местное самоуправление, бизнес, некоммерческие организации, научно-образовательные учреждения, индивидуальные акторы

Для цитирования: Константинова А. С. Органы государственной власти как ключевой субъект формирования имиджа региона // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 29—39. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-29-39>

State and civil society, ideology and politics

Original article

PUBLIC AUTHORITIES AS A KEY ACTOR IN SHAPING THE IMAGE OF THE REGION

Anna S. Konstantinova

Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russian Federation
North Caucasus Institute — branch of RANEP, Pyatigorsk, Russian Federation, konst_2002@rambler.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of the role of various actors in the process of shaping the image of Russian regions. Particular attention is paid to the key coordinating function of public authorities of the subjects of the Russian Federation in this area. In addition, the functions and resources of regional authorities, their interaction with other subjects of image-making are considered, the factors determining the effectiveness of the role of state bodies in shaping an attractive and competitive image of territories are identified, the necessity of a systematic, partnership, and customer-oriented approach to the implementation of the image policy of regions is substantiated.

Keywords: region's image, territorial marketing, public authorities, local self-government, business, non-profit organizations, scientific and educational institutions, individual actors

For citation: Konstantinova A.S. Public Authorities as a Key Actor in the Formation of the Image of the Region. *Territory Development*. 2025;(1):29—39. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-29-39>



Актуальность данного исследования обусловлена рядом факторов, обладающих существенной значимостью для России в условиях геополитической турбулентности и необходимости укрепления ее позиций на международной арене.

Во-первых, в современных геополитических реалиях, характеризующихся обострением международной конкуренции, формирование позитивного имиджа российских регионов становится важным инструментом, позволяющим продвигать национальные интересы и ценности на глобальном уровне. В целом формируется тенденция привлечения регионов к реализации отдельных направлений внешней политики, ее экономических и гуманитарных составляющих, развитию инструментов мягкой силы [1].

Во-вторых, формирование позитивного и конкурентоспособного имиджа российских регионов является ключевой стратегической задачей, закрепленной в таких программных документах, как Концепция внешней политики Российской Федерации, утвержденная Президентом Российской Федерации от 31 марта 2023 г.; распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 сентября 2024 г. № 2501-р «О Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года»; Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей, утвержденные Указом Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 г. № 809.

В Стратегии пространственного развития Российской Федерации до 2025 года отмечается важность создания благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата, развития инфраструктуры и повышения качества городской среды для обеспечения сбалансированного пространственного развития регионов, что непосредственно связано с формированием привлекательного имиджа территорий.

В Основах государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 16 января 2017 г. № 13, отмечается, что ожидаемыми результатами реализации государственной политики регионального развития являются среди прочих развитие крупных городских агломераций как необходимое условие обеспечения экономического роста, технологического развития и повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности российской экономики на мировых рынках, а также повышение уровня удовлетворенности населения деятельностью органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. Достижение подобных результатов невозможно без эффективного и планомерного выстраивания имиджа региональной власти и региона в целом.

В-третьих, анализ практик российских регионов в сфере имиджмейкинга демонстрирует наличие ряда системных проблем, требующих комплексного решения: это недостаточная интеграция уси-

лий различных акторов, фрагментарность коммуникационных стратегий, низкая вовлеченность населения и бизнеса в процессы формирования и продвижения территориальных брендов. Преодоление данных ограничений позволит раскрыть потенциал российских регионов и обеспечить синергетический эффект в укреплении их позитивного восприятия как внутри страны, так и на международном уровне.

Для более глубокого теоретического анализа в рамках данного исследования использованы следующие концепции и модели.

Так, согласно концепции «Конкурентная идентичность» С. Анхольта, имидж и репутация территории (страны, региона, города) формируются не только через коммуникации и маркетинг, но и через реальные достижения в экономике, политике, культуре, социальной сфере, которые должны быть согласованы и представлены символическими акциями [2]. Это комплексный подход к управлению репутацией страны, который основан на стратегии, реальном содержании и символических действиях, а не просто на продвижении имиджа. Ключевая идея заключается в том, что репутацию страны нельзя просто «купить» через маркетинговые коммуникации, ее нужно заслужить реальными достижениями и последовательными действиями [2].

Модель «Шестиугольник бренда места» С. Анхольта предлагает комплексный подход к анализу и управлению имиджем территории. Она содержит шесть ключевых аспектов, таких как туризм, экспортные бренды, политика, инвестиции и иммиграция, культура и наследие, люди. С. Анхольт подчеркивает, что для формирования конкурентоспособной идентичности места необходимо согласованное управление всеми шестью элементами шестиугольника, а не только коммуникационной деятельностью. Ключевыми составляющими являются стратегия, реальные содержательные инициативы и символические действия. Автор отмечает, что в современном мире репутация места имеет решающее значение для его конкурентоспособности и призывает правительства относиться к управлению репутацией страны как к одной из ключевых государственных задач [3].

Концепция мягкой силы Д. Наа рассматривает мягкую силу как способность государства привлекать и убеждать, а не принуждать. Ключевыми ресурсами мягкой силы являются культура, политические ценности и внешняя политика. Применительно к исследованию имиджа регионов и государства эта концепция позволяет проанализировать, как различные субъекты (органы власти, некоммерческие организации, бизнес, медиа) используют ресурсы мягкой силы для формирования позитивного образа территорий [4].

Согласно концепции «Репутационный капитал» Чарльза Фомбруна, репутация является ключевым нематериальным активом организации, влияющим на ее конкурентоспособность и устойчивость [5]. Применительно к территориям данная концепция позволяет оценить, как имидж и репу-

тация региона или страны влияют на их привлекательность для инвесторов, туристов, талантов, а также на качество жизни местных жителей. Использование инструментов управления репутацией, таких как диалог с ключевыми аудиториями, интегрированные коммуникации и систематическое измерение результатов, поможет территориям эффективно развивать свой имидж и репутационный капитал.

Модель «Тройная спираль» (Triple Helix model) предполагает активное взаимодействие и сотрудничество трех ключевых субъектов — власти, бизнеса и университетов / научного сообщества [6]. Применительно к имиджу территорий данная концепция может быть использована для анализа взаимодействия университетов, бизнеса и власти в формировании привлекательного имиджа региона. Согласованные коммуникация и переговоры между этими ключевыми игроками могут создавать рефлексивный слой, который реорганизует институциональные договоренности и способствует развитию региона, основанному на знаниях. Это позволяет территории позиционировать себя как инновационную, привлекательную для инвестиций и талантов [7].

Кроме того, в рамках данного исследования определенный интерес представляют модель «Спираль молчания» Элизабет Ноэль-Нойман [8], концепция «Умный город» (Smart City), подразумевающая внедрение цифровых технологий, интеллектуальных систем управления, вовлечение жителей в процессы развития города, а также концепция «Креативный город» (Creative City), которая делает акцент на развитии творческих индустрий, культуры, искусства как драйверов имиджа и бренда города / региона [9].

Отдельно следует упомянуть модель «Городская дипломатия» (City Diplomacy) [10], позволяющую городам создавать имидж активных и влиятельных участников международных отношений, способных эффективно решать как локальные, так и глобальные проблемы, а также концепцию «Экобрендинг» (Eco-branding), предполагающую позиционирование территории как зеленой, экологически устойчивой, гармоничной с природой, которая становится все более востребованным трендом в условиях глобальной климатической повестки [11].

Безусловно, каждая из этих концепций и моделей имеет свои особенности, сильные и слабые стороны. Целесообразно комбинировать различные подходы, создавая уникальные, адаптированные к местным условиям модели имиджмейкинга. Только так можно обеспечить устойчивый и эффективный результат в борьбе регионов и стран за ресурсы развития и глобальное влияние.

В российской политической науке можно выделить несколько ключевых подходов к определению понятия «имидж региона». Так, М. Яковлев [12] и Д. Н. Замятин [13] рассматривают имидж региона как конструкт, созданный на основе значимых фактов и характеристик территории. М. В. Терских, Е. Д. Малёнова [14], Е. А. Шарко-

ва [15] акцентируют внимание на необходимости целенаправленного формирования и продвижения позитивного имиджа региона с помощью различных коммуникативных технологий.

Исследователи Т. В. Бабкина, Т. П. Колесникова [16], И. Василенко [17] отмечают, что имидж региона является важным фактором его конкурентоспособности и развития. При этом они подчеркивают, что образ территории должен иметь под собой реальную социально-экономическую и историко-культурную основу, а не произвольно конструироваться.

В то же время некоторые исследователи (в частности, Ю. А. Дроздова [18] и В. Кирдин [19]) рассматривают имидж региона как результат эффективной социальной коммуникации между различными субъектами регионального пространства и как символически выраженное представление о специфике территории.

Наконец, А. П. Панкрухин [20] и И. С. Важенина [21] предлагают более широкие трактовки имиджа территории, включающие в себя как рациональные, так и эмоциональные компоненты, формирующиеся на основе различных характеристик региона.

В целом можно сделать вывод о том, что понятие «имидж региона» в российской политической науке трактуется достаточно многогранно, отражая его комплексный характер и важность для социально-экономического и политического развития территорий. Ключевым является понимание имиджа как результата взаимодействия объективных и субъективных факторов, требующего целенаправленного управления и коммуникационного сопровождения.

В данном исследовании мы, вслед за Ю. А. Дроздовой, определяем регион как «территорию в административных границах субъекта Федерации, представляющую собой социальную систему, обладающую экономическими, природно-ресурсными, экологическими, культурно-историческими, пространственными, информационными характеристиками, где имеются органы управления, средства массовой информации, призванные отражать интересы территориального развития, конструировать своими дискурсами смыслы, ценности и нормы взаимодействия на определенном пространстве» [18, с. 61].

В процессе территориального имиджмейкинга задействован широкий круг субъектов, каждый из которых вносит свой вклад в создание уникального образа региона [22—26]. При этом ключевая координирующая роль принадлежит органам государственной власти субъектов Российской Федерации, что обусловлено наличием у них значительных административных, финансовых и информационных ресурсов.

Рассмотрим данный вопрос более подробно.

В соответствии с положениями Конституции Российской Федерации система органов государственной власти регионов включает законодательные (представительные), исполнительные и судебные органы, каждый из которых выпол-

няет специфические функции в контексте регионального имиджмейкинга.

Законодательные органы, представленные областными думами, законодательными собраниями и парламентами республик, осуществляют нормотворческую деятельность, разрабатывая и принимая законы и иные нормативные акты, регулирующие различные аспекты формирования и продвижения имиджа региона.

Исполнительные органы, к которым относятся правительства областей и краев, администрации, министерства и ведомства, непосредственно реализуют имиджевую политику региона. В рамках своей компетенции они разрабатывают стратегии и программы продвижения территории, создают специализированные структуры (агентства по инвестициям и экспорту, туристско-информационные центры и т. д.), организуют коммуникационные кампании и мероприятия, направленные на улучшение имиджа региона. Примером эффективной деятельности исполнительных органов в данной сфере является реализация Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов программы «Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации», которая стимулирует регионы к улучшению своего инвестиционного имиджа [27].

Судебные органы, хотя и не принимают непосредственного участия в имиджмейкинге, тем не менее оказывают влияние на восприятие региона через обеспечение законности, защиту прав инвесторов и предпринимателей.

В процессе регионального имиджмейкинга также задействованы органы разного уровня и специализации. Так, Министерство иностранных дел Российской Федерации через свои территориальные представительства содействует продвижению регионов на международной арене [28], в то время как органы местного самоуправления реализуют собственные имиджевые проекты на уровне городов и районов.

Далее рассмотрим особенности позиционирования и взаимодействия с региональными властями в вопросе формирования имиджа региона органов местного самоуправления, представленных администрациями и городскими думами. Они в силу специфики своей деятельности являются наиболее приближенным к населению уровнем публичной власти. В соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» они наделены полномочиями самостоятельно решать вопросы местного значения, включая те, которые связаны с имиджем и продвижением муниципальных образований.

В отличие от государственных органов субъектов Российской Федерации органы местного самоуправления, как правило, обладают меньшим объемом ресурсов и полномочий. Осуществляемый ими имиджмейкинг носит более локальный и прикладной характер, фокусируясь на решении

конкретных проблем территорий, таких как благоустройство, создание комфортной городской среды, привлечение инвестиций, развитие туризма и т. д.

В качестве примера можно привести программу «Цветущая Казань», реализуемую администрацией города Казани. В рамках данной программы проводятся конкурсы по озеленению и украшению городского пространства, фестивали цветов и ландшафтного дизайна [29]. Подобные инициативы позволяют улучшить эстетический облик города, повысить его привлекательность для жителей и гостей.

В то же время эффективность имиджмейкинга на муниципальном уровне во многом определяется слаженностью действий с региональными властями. Последние нередко рассматривают органы местного самоуправления в качестве «младших партнеров» и предпринимают попытки ограничить их самостоятельность, в том числе в вопросах позиционирования и продвижения территорий.

Исходя из этого, представляется важным выстраивание партнерских, а не иерархических отношений между государственными органами субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, создание площадок для регулярного диалога и координации действий, таких как советы муниципальных образований, ассоциации местного самоуправления, согласительные комиссии и т. д. Целесообразным видится наделение органов местного самоуправления достаточными ресурсами и стимулами для ведения собственной имиджевой политики, что может быть реализовано через систему грантов, конкурсов, субсидий, налоговых льгот и преференций, обмен лучшими муниципальными практиками, тиражирование успешного опыта, продвижение брендов малых городов и сельских поселений. Комплексный учет данных факторов позволит обеспечить синергетический эффект в процессе позиционирования и продвижения муниципальных образований, внося весомый вклад в укрепление имиджа регионов и страны в целом.

Бизнес-структуры, представленные крупными корпорациями, малым и средним бизнесом, также являются одним из важных субъектов формирования имиджа территорий, поскольку от их успешности и социальной ответственности во многом зависят экономическое благополучие, качество жизни и репутация регионов.

Крупный бизнес, особенно системообразующие предприятия и компании-экспортеры, своей деятельностью оказывает непосредственное влияние на узнаваемость и инвестиционную привлекательность регионов. Такие бренды, как «Лукойл» для Пермского края, «Татнефть» для Республики Татарстан, становятся своего рода «якорями» территориальной идентичности.

Кроме прямого экономического вклада, крупный бизнес оказывает влияние на имидж регионов посредством реализации принципов корпоративной социальной ответственности и устойчи-

вого развития. Компании инициируют и финансируют социальные, экологические, инфраструктурные проекты, направленные на повышение качества жизни в регионах присутствия. Крупный бизнес часто выступает в роли лоббиста интересов регионов на федеральном и международном уровнях. Компании продвигают территории через свои деловые связи, привлекают инвесторов и партнеров, принимают участие в выставках и роуд-шоу. Примером может служить активное представление инвестиционного потенциала Московской области госкорпорацией «Ростех» на международных мероприятиях, таких как авиасалон МАКС в Жуковском [30].

Что касается субъектов малого и среднего бизнеса, то их вклад в имидж регионов не столь очевиден, но не менее значим. Успешное развитие малого и среднего предпринимательства является индикатором благоприятного делового климата и качества институциональной среды в регионе. Поддержка и продвижение малого и среднего предпринимательства является важной составляющей имиджевой политики регионов. Однако влияние бизнеса на имидж регионов не всегда носит позитивный характер. Безответственное ведение бизнеса, нарушение экологических норм, ущемление прав работников, рейдерство и коррупция наносят серьезный репутационный ущерб территориям. Ярким примером является разлив нефтепродуктов, произошедший на предприятии «Норникель» в Норильске в 2020 г., который негативно сказался на имидже не только самой компании, но и всего Красноярского края [31].

Таким образом, эффективное взаимодействие власти и бизнеса, основанное на принципах социального партнерства и устойчивого развития, способно обеспечить синергетический эффект в процессе формирования привлекательного образа территорий. При этом необходимо учитывать как потенциал крупных корпораций, так и роль субъектов малого и среднего предпринимательства, создающих уникальную идентичность и аутентичность регионов. Это позволит выстроить сбалансированную и эффективную имиджевую политику, работающую на благо регионов и страны в целом.

Перейдем к рассмотрению следующего субъекта формирования имиджа региона. Некоммерческий сектор аккумулирует социальный и символический капитал территорий. Некоммерческие организации выступают в качестве выразителей интересов и ценностей различных групп населения, формируют повестку общественного развития, реализуют социально значимые проекты. Так, движение «Том Соьер Фест» объединяет волонтеров, которые своими силами восстанавливают исторические здания в регионах, сохраняя культурное наследие и улучшая облик городов [32].

Важную роль играют некоммерческие организации, занимающиеся продвижением региональной идентичности, локальных брендов и традиций. В частности, Ассоциация «Самые красивые деревни России» занимается развитием сельского

туризма и популяризацией уникального историко-культурного наследия российской глубинки [33]. Однако многие организации сталкиваются с проблемами финансирования, кадрового обеспечения, взаимодействия с органами власти. Негативное влияние оказывает и общий невысокий уровень доверия к некоммерческому сектору в обществе. В связи с этим представляется необходимой системная государственная поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций, их вовлечение в процессы разработки и реализации имиджевой политики регионов.

Таким образом, некоммерческие организации обладают уникальными ресурсами и компетенциями для формирования привлекательного имиджа российских регионов. Они аккумулируют социальный капитал, продвигают региональную идентичность и ценности, реализуют креативные проекты и инициативы. При этом ключевой задачей органов власти является создание благоприятных условий для деятельности некоммерческих организаций и интеграция их потенциала в общую систему территориального имиджмейкинга. Это предполагает развитие механизмов государственной поддержки, стимулирование межсекторного партнерства, вовлечение некоммерческих организаций в процессы стратегического планирования и брендинга территорий.

Медиа, к которым мы относим региональные СМИ, блогеров и лидеров мнений, во многом определяют информационную повестку и оказывают значительное влияние на общественное мнение. Восприятие территории внутренними и внешними аудиториями в значительной степени зависит от того, как и какую информацию транслируют медиа. Региональные медиа, в отличие от федеральных, имеют более тесную связь с местными сообществами, лучше понимают их потребности и интересы. Они способны предложить свой взгляд на события и проблемы, актуализировать повестку развития территорий.

В формировании имиджа регионов значимую роль играют и новые медиа — блогеры, паблики в социальных сетях, телеграм-канале. Они часто более независимы и критичны в оценках, чем традиционные СМИ, имеют свою лояльную аудиторию. Так, проект «Летопись Оренбуржья» рассказывает об истории и культуре Оренбургской области, публикует редкие архивные фотографии и документы. Ресурс имеет около 30 тыс. подписчиков в разных социальных сетях и во многом формирует представление об Оренбуржье у жителей и гостей региона [34].

В то же время нередки случаи необоснованной критики, тиражирования негативных стереотипов о территориях. Особенно этим грешат федеральные СМИ, которые часто поверхностно и тенденциозно освещают региональную повестку.

Чтобы избежать подобных информационных кризисов, регионам необходимо выстраивать проактивную и сбалансированную коммуникационную политику, что предполагает регулярный мониторинг и анализ медиаполя, работу с негатив-

вом, создание качественного, интересного контента о регионе, взаимодействие с федеральной повесткой, выстраивание партнерских отношений с местными СМИ и блогерами, вовлечение их в имиджевые проекты, поддержку позитивных медийных инициатив, направленных на продвижение региона, медиаобразование чиновников, обучение их эффективным коммуникациям.

В развитии российских регионов и городов все более заметную роль играют местные сообщества. Объединяясь в соседские центры, ТОСы, городские движения, активные граждане берут на себя ответственность за судьбу своих территорий. Они не только указывают на проблемы, но и предлагают решения, реализуют полезные проекты, формируют комфортную и доброжелательную среду. Московское движение «Делай Сам» объединяет горожан вокруг идеи тактического урбанизма. Активисты своими силами преобразуют дворы, пустыри, заброшенные здания, создавая новые общественные пространства [35].

Однако потенциал местных сообществ в формировании привлекательного имиджа территорий реализуется не в полной мере: многие инициативы носят разовый, несистемный характер, не имеют ресурсной поддержки и информационного продвижения. В этой связи необходимо признать активистов как значимых субъектов городского развития, включить их в процессы принятия решений; создать системы поддержки низовых инициатив, таких как ресурсные центры, грантовые конкурсы, образовательные программы; провести медийное освещение и продвижение лучших практик городского активизма, создать позитивный образ городских делателей; тиражировать успешные кейсы, практики соучаствующего проектирования и добрососедства в масштабах страны.

Важным, на наш взгляд, недооцененным субъектом формирования интеллектуального капитала регионов и их имиджа как центров инноваций и развития являются научно-образовательные учреждения. Университеты, исследовательские институты, экспертные организации не только готовят высококвалифицированные кадры, но и генерируют новые знания, технологии, решения актуальных проблем территорий. Тем самым они создают основу для инновационного развития и повышения конкурентоспособности регионов в экономике знаний.

Эмпирические данные подтверждают значимость научно-образовательного комплекса для имиджа и развития территорий. Так, исследование Ассоциации инновационных регионов России показало, что наличие сильных университетов и научных центров является одним из главных факторов инвестиционной привлекательности регионов [36]. Передовые регионы активно используют потенциал научно-образовательных учреждений для формирования имиджа территорий знаний и инноваций. Ярким примером является Новосибирская область, где на базе Новосибирского научного центра СО РАН сформировался уникальный научно-образовательный и ин-

новационный кластер — Новосибирский Академгородок, который стал международно признанным символом российской науки и технологий. Такие проекты, как Технопарк Академгородка, наукоград Кольцово, форум Технопром, транслируют образ региона как территории интеллекта и инноваций [37].

Вместе с тем анализ практик российских регионов выявил ряд проблем и ограничений в использовании потенциала научно-образовательных учреждений для имиджмейкинга территорий. Это связано:

- с недостаточной интеграцией научно-образовательных учреждений в процесс разработки и реализации имиджевых стратегий регионов. Часто вузы и НИИ воспринимаются региональными властями как обособленные структуры, а не как стратегические партнеры в формировании территориальной идентичности и репутации;

- слабой координацией имиджевых проектов, коммуникаций научно-образовательных учреждений и общей маркетинговой стратегией региона. Многие вузы реализуют собственные бренд-стратегии, не всегда согласованные с позиционированием региона, что приводит к размыванию единого территориального имиджа и ослаблению синергетического эффекта;

- низкой публичной активностью и медийной видимостью ученых и экспертов региональных научно-образовательных центров. Многие перспективные исследования и разработки остаются неизвестными широкой аудитории. Сами представители научного сообщества не всегда готовы и не умеют выступать в публичном пространстве, общаться с медиа и различными целевыми группами;

- недостаточным использованием научного и экспертного потенциала вузов и НИИ в объяснении и продвижении конкурентных преимуществ региона. Авторитет и компетенции ученых редко привлекаются для аргументации уникальности территории, обоснования имиджевых проектов и инициатив;

- малой интегрированностью брендов научно-образовательных учреждений в общую архитектуру территориального бренда. Имидж вузов и НИИ часто существует параллельно с имиджем региона, а не встраивается в него как неотъемлемый элемент идентичности [38 ; 39].

В этой связи представляется целесообразной институционализация партнерства региональных властей, вузов, научных организаций в сфере территориального маркетинга через создание координационных советов, проектных офисов, коммуникационных площадок, а также разработка единой коммуникационной стратегии продвижения научно-образовательного комплекса региона, синхронизированной с общей имиджевой стратегией территории. Реализация совместных имиджевых проектов региона, вузов, бизнеса (научно-популярных медиа, просветительских акций, профориентационных туров, хакатонов) позволит интегрировать бренд научно-образовательных

учреждений в единую архитектуру территориального бренда путем включения их достижений и потенциала в ключевые сообщения, визуальную айдентику, событийные мероприятия региона. Вузы, научные центры, экспертные сообщества должны стать не просто поставщиками кадров и разработок, но и полноценными партнерами властей регионов в создании интеллектуального имиджа и привлечении талантов, инвестиций и технологий.

В формировании имиджа территории особое место принадлежит ее жителям, которые выступают одновременно в роли потребителей и соавторов территориального бренда. При этом восприятие и поддержка имиджевых инициатив со стороны населения зависит от уровня и качества жизни в регионе, социального самочувствия, региональной идентичности.

Показательным кейсом является проект «Сделано в Арктике» в Мурманской области, направленный на вовлечение жителей в продвижение региона через создание и популяризацию уникальных арктических продуктов. Местные предприниматели, ремесленники, фермеры, художники транслируют образ своего региона через ярмарки, фестивали, туристические маршруты, онлайн-площадки. Тем самым преодолеваются стереотипы о суровом и непривлекательном регионе [40].

Работа с деловыми аудиториями — инвесторами, предпринимателями, потенциальными резидентами — также важна. Их решения о сотрудничестве с регионом принимаются на основе не только объективных параметров, но и субъективного восприятия, доверия, комфорта. Поэтому следует выстраивать с бизнес-сообществом персональные коммуникации, учитывать их запросы и болевые точки, предоставлять качественный сервис и сопровождение.

К проблемам в работе с индивидуальными субъектами имиджа можно отнести:

- отсутствие системных исследований целевых аудиторий, их потребностей, восприятия региона. Многие имиджевые кампании строятся на основе общих представлений и стереотипов, а не на реальных данных о мнениях и предпочтениях жителей, туристов, инвесторов;

- недостаточно дифференцированные коммуникации и инструменты взаимодействия с разными группами потребителей территории. Часто используются универсальные подходы и месседжи, не учитывающие специфику аудиторий;

- слабое вовлечение жителей в разработку и реализацию имиджевых стратегий и проектов. Население воспринимается как пассивный получатель информации, а не как активный соучастник продвижения региона;

- фрагментарный характер работы с туристическим сообществом, отсутствие системы мотивации туристов к генерации позитивного контента о регионе. При этом многие туристические программы ориентированы на разовые посещения, а не на формирование лояльной аудитории;

- формализованный характер взаимодействия с инвесторами и бизнес-партнерами; недостаток персонализированных коммуникаций и сервисов;

- преобладание ориентации на количественные показатели привлечения инвестиций, а не на качество отношений и удовлетворенность партнеров.

Для преодоления этих ограничений и более эффективного вовлечения индивидуальных субъектов в имиджмейкинг территорий целесообразен следующий комплекс мер:

- регулярные социологические и маркетинговые исследования целевых аудиторий, сегментация и профилирование потребителей территории на основе их потребностей, ценностей, поведенческих моделей;

- разработка дифференцированных коммуникационных стратегий и инструментов взаимодействия с разными группами потребителей — жителями, туристами, инвесторами и т. д.;

- создание каналов и площадок вовлечения жителей в имиджевую политику (например, на уровне краудсорсинговых платформ, общественных советов, волонтерских движений, амбассадорских программ);

- формирование системы мотивации и поощрения туристов за создание и распространение позитивного контента о регионе (через геймификацию, конкурсы, призы, статусные программы);

- внедрение клиентоориентированных подходов к работе с инвесторами и бизнес-партнерами (например, привлечение персональных менеджеров, разработка системы обратной связи, адаптивных сервисов и услуг);

- интеграция пользовательского опыта и мнений потребителей в общую систему мониторинга и оценки имиджа региона, использование обратной связи для корректировки имиджевых стратегий.

Необходимо учитывать, что имидж региона не является статичной конструкцией, спущенной сверху, а представляет собой динамичный образ, складывающийся из множества индивидуальных восприятий и коммуникаций. Задача органов власти как ключевого субъекта формирования имиджа региона заключается в том, чтобы не просто транслировать нужные месседжи, но и создавать условия для позитивного опыта и диалога всех заинтересованных аудиторий.

Таким образом, ключевая и координирующая роль органов государственной власти в процессе формирования имиджа региона обусловлена следующими факторами:

- стратегическим характером имиджевой политики. Формирование привлекательного и конкурентоспособного имиджа региона представляет собой долгосрочную задачу, требующую системного подхода, значительных ресурсов и полномочий. Только органы власти обладают необходимым стратегическим видением, административным и финансовым потенциалом для разработки и реализации комплексных имиджевых стратегий;

— легитимностью и нормативностью. Органы власти наделены официальными полномочиями по представлению региона во внешней среде, формулированию и трансляции его ключевых сообщений и ценностей. Они устанавливают нормативно-правовые рамки и стандарты коммуникаций, определяют официальную символику и бренд-атрибуты региона;

— интеграцией и координацией усилий различных субъектов. Имидж региона складывается из множества разнонаправленных коммуникаций и действий различных акторов. Задача органов власти заключается в том, чтобы обеспечить синергию и непротиворечивость этих усилий, сфокусировать интересы и активность стейкхолдеров в русле единой имиджевой концепции. Через механизмы государственно-частного партнерства, общественных советов, коммуникационных площадок власть координирует взаимодействие бизнеса, СМИ, некоммерческих организаций, экспертного сообщества в сфере продвижения региона;

— ресурсным и инфраструктурным обеспечением. Формирование позитивного имиджа региона требует значительных инвестиций в развитие инфраструктуры, создание событий и информационных поводов, рекламно-маркетинговую деятельность. Органы власти распоряжаются бюджетными средствами, привлекают инвестиции и субсидии, создают институциональные структуры (агентства развития, конгресс-бюро, туристические офисы и т. д.), обеспечивающие ресурсную базу имиджевой политики;

— социально-политической ответственностью. Имидж региона представляет собой не только маркетинговый инструмент, но и фактор социального самочувствия, доверия, консолидации общества. Органы власти несут ответственность за учет и согласование интересов различных групп населения в имиджевой политике, за поддержание регионального патриотизма и идентич-

ности. Через механизмы социального диалога и партнерства власть обеспечивает легитимность и общественную поддержку имиджевых инициатив.

Вместе с тем для эффективной реализации координирующей роли в имиджевой политике органам государственной власти необходимо предпринять ряд шагов:

— стремиться к выстраиванию партнерских, субъект-субъектных отношений с различными группами стейкхолдеров, вовлечению их в процесс соуправления территорией и ее продвижение;

— развивать компетенции и профессионализм в сфере территориального маркетинга и брендинга, привлекать экспертов и специалистов для разработки и реализации имиджевых стратегий;

— внедрять принципы клиентоориентированности и проактивности в работе с целевыми аудиториями, создавать каналы обратной связи и вовлечения потребителей территории;

— обеспечивать прозрачность и подотчетность имиджевой деятельности, использовать объективные критерии и показатели ее эффективности, учитывать мнения и оценки стейкхолдеров;

— координировать имиджевую политику региона с национальным брендингом и продвижением страны в целом, учитывать общегосударственные приоритеты и интересы.

Таким образом, органы государственной власти выступают ключевым драйвером и модератором имиджевой политики региона, обеспечивая ее стратегический, комплексный и инклюзивный характер. Однако эффективность этой роли зависит от способности власти выстраивать партнерские отношения со всеми субъектами имиджевого маркетинга, гибко реагировать на запросы целевых аудиторий и обеспечивать прозрачность и легитимность своей деятельности. Только в диалоге и сотворчестве власти, бизнеса и общества можно сформировать сильный и привлекательный имидж региона.

Список источников

1. Гиматдинов Р. Р., Насыров И. Р., Садыкова И. Р. Участие регионов в реализации внешней политики Российской Федерации // *Международная жизнь*. 2019. № 8. С. 12—25. URL: <https://interaffairs.ru/jauthor/material/2223>
2. Anholt S. Competitive identity // *Destination Brands*. 2011. Vol. 20. P. 21—31.
3. Anholt S. Why brand? Some practical considerations for nation branding // *Place branding*. 2006. Vol. 2, no. 2. P. 97—107.
4. Nye J. S. Soft power // *Foreign policy*. 1990. No. 80. P. 153—171.
5. Fombrun C. J., Van Riel C. B. M. *Fame & fortune: How successful companies build winning reputations*. FT press, 2004.
6. Leydesdorff L., Etzkowitz H. A Triple Helix of University-Industry-Government Relations. Mode 2 and the Globalization of National Systems of Innovation // *Science under pressure*. 2001. Vol. 7.
7. Батракова Л. Г. Инновационное развитие регионов России по модели «тройной спирали» // *Социально-политические исследования*. 2020. № 3 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitiye-regionov-rossii-po-modeli-troynoy-spirali> (дата обращения: 11.07.2024).
8. Noelle-Neumann E., Petersen T. The spiral of silence and the social nature of man // *Handbook of political communication research*. 2004. P. 357—374.
9. Landry C. *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge, 2012.
10. Acuto M., Kosovac A., Hartley K. City diplomacy: Another generational shift? // *Diplomatica*. 2021. Vol. 3, no. 1. P. 137—146.
11. De Ridder D. W. Considering nature-based solutions for place-branding: A spatial planning perspective. North-West University (South Africa), 2019.
12. Яковлев М. Политический имидж региона в условиях современной России : моногр. М. : МАКС Пресс, 2011.
13. Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий: концептуальные основы // *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований*. 2013. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geokulturnyy-brening-territoriy-kontseptualnye-osnovy> (дата обращения: 10.12.2024).

14. Терских М. В., Малёнова Е. Д. Имидж региона: теоретический аспект (российский и зарубежный опыт) // Политическая лингвистика. 2015. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-regiona-teoreticheskiy-aspekt-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения: 02.12.2024).
15. Шаркова Е. А. Конструирование и продвижение имиджа российского региона: методологические проблемы и практический опыт // Имидж государства / региона в современном информационном пространстве : материалы симпозиума, 23—24 марта 2009 г. / отв. ред. А. Д. Кривоносов. СПб. : Роза мира, 2009.
16. Бабкина Т. В., Колесникова Т. П. Теоретические аспекты оценки конкурентоспособности региона как составляющей его имиджа // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12, № 2. С. 835—846.
17. Василенко И. А. Имиджевая политика российских регионов: актуальность ребрендинга // Государственная служба. 2012. № 1 (75). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevaya-politika-rossiyskih-regionov-aktualnost-rebrendinga> (дата обращения: 27.11.2024).
18. Дроздова Ю. А. Имидж региона в стратегии развития территории : моногр. Волгоград : Изд-во Волгоград. ин-та упр. — филиала РАНХиГС, 2021. 396 с.
19. Кирдин В. Имидж регионов: базовые определения // Publicity. 2006. № 1. С. 12—15.
20. Панкрусин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг региона // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 2. С. 9—11.
21. Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 6. С. 49—57.
22. Аджиев И. А. Роль СМИ в формировании и позиционировании имиджа Северного Кавказа // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2015. № 2 (43). С. 128—133.
23. Воронцов М. Ю. Формирование имиджа региона как фактор повышения конкурентоспособности // Инновационные научные исследования. 2023. № 5—2 (29). С. 141—150.
24. PR-технологии и СМИ в процессе формирования имиджа государства и территории / И. А. Герейханова, А. С. Константинова, И. С. Миллер, Л. А. Тишина. Пятигорск : Пятигор. гос. ун-т, 2019, 115 с.
25. Егорова А. Н. Инновационные технологии в формировании политического имиджа региона // Власть. 2019. Т. 27, № 2. С. 107—110.
26. Напалкова И. Г., Курочкина К. В. Имидж региона: специфика, основные элементы и технологии конструирования // Экономическая история. 2018. Т. 14, № 4. С. 414—429.
27. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации. URL: https://asi.ru/government_officials/rating/ (дата обращения: 17.04.2024).
28. Пресс-тур иностранных журналистов в Ставропольский край. URL: <https://vk.com/@-214658700-press-turinostrannykh-zhurnalistov-v-stavropolskii-krai> (дата обращения: 18.04.2024).
29. Калинин Д. Цветущая Казань — это не просто красивый образ, а цель, которую мы ставим каждый год // Официальный портал Казани. URL: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/novosti/denis-kalinkin-tsvetushchaya-kazan-eto-ne-prosto-krasivyy-obraz-a-tsel-kotoruyu-my-stavim-kazhdyy-go/> (дата обращения: 11.04.2024).
30. Ростех на МАКС-2021. URL: <https://rostec.ru/news/rostezh-predstavlyaet-bolee-50-aviatsionnykh-novinok-na-maks-2021/> (дата обращения: 02.04.2024).
31. Крупнейшая катастрофа в Арктике: что известно о разливе топлива под Норильском. URL: <https://www.forbes.ru/obshchestvo-photogallery/402193-krupneyshaya-katastrofa-v-arktike-chto-izvestno-o-razlive-topliva> (дата обращения: 05.04.2024).
32. Том Соьер Фест — фестиваль восстановления исторической среды URL: <http://tsfest.ru/> (дата обращения: 03.04.2024).
33. Самые красивые деревни России. URL: <https://krasaderevni.ru/> (дата обращения: 22.04.2024).
34. Летопись Оренбуржья // OPT: ort-tv.ru. URL: <https://ort-tv.ru/teleproekty/letopis-orenburzha/> (дата обращения: 10.04.2024).
35. Проекты движения «Делай Сам». URL: <https://delaisam.org/> (дата обращения: 04.04.2024).
36. Рейтинг инновационных регионов России. URL: <https://i-regions.org/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya/> (дата обращения: 20.04.2024).
37. Инновационный территориальный кластер Новосибирской области. URL: <https://cluster-nso.ru/> (дата обращения: 15.04.2024).
38. Гайдук В. В., Лукьянцев А. С. Государственная политика управления имиджем территории в научно-экспертном измерении // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 8 (110). С. 29—38.
39. Соловьева Е. А., Шабанова Е. А. Имиджевая политика российских университетов в международном измерении: технологическое содержание // Университетские чтения — 2020 : материалы науч.-метод. чтений, ПГУ, Пятигорск, 9—10 января 2020 г. Ч. XII. Пятигорск : Пятигор. гос. ун-т, 2020. С. 105—113.
40. Проект из Якутии «Сделано в Арктике» вошел в ТОП-100 проектов России в Национальной премии «Россия — страна возможностей» и борется за первое место // Улус Медиа. URL: <https://маякарктики.рф/proekt-iz-yakutii-sdelano-v-arktike-voshel-v-top-100-proektov-rossii-v-nacjonalnoj-premii-rossiya-strana-vozmozhnostej-i-boretsya-za-pervoe-mesto/> (дата обращения: 11.04.2024).

References

1. Gimatdinov R.R., Nasyrov I.R., Sadykova I.R. Uchastie regionov v realizatsii vneshney politiki Rossiyskoy Federatsii [Participation of Regions in the Implementation of the Foreign Policy of the Russian Federation], *Mezhdunarodnaya zhizn'* [The International Affairs], 2019, no. 8, pp. 12—25. Available at: <https://interaffairs.ru/jauthor/material/2223>
2. Anholt S. Competitive identity, *Destination Brands*, 2011, vol. 20, pp. 21—31.
3. Anholt S. Why brand? Some practical considerations for nation branding, *Place brand-ing*, 2006, vol. 2, no. 2, pp. 97—107.
4. Nye J.S. Soft power, *Foreign policy*, 1990, no. 80, pp. 153—171.
5. Fombrun C.J., Van Riel C. B.M. *Fame & fortune: How successful companies build win-ning reputations*, FT press, 2004.
6. Leydesdorff L., Etzkowitz H. A Triple Helix of University-Industry-Government Relations. Mode 2 and the Globalization of National Systems of Innovation, *Science under pres-sure*, 2001, vol. 7.

7. Batrakova L.G. Innovatsionnoe razvitie regionov Rossii po modeli «troynoy spirali» [Innovative Development of Russian Regions According to the «Triple Helix» Model], *Sotsial'no-politicheskie issledovaniya* [Social and Political Research], 2020, no. 3 (8). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitie-regionov-rossii-po-modeli-troynoy-spirali> (accessed: 11.07.2024).
8. Noelle-Neumann E., Petersen T. The spiral of silence and the social nature of man, *Handbook of political communication research*, 2004, pp. 357–374.
9. Landry C. *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge, 2012.
10. Acuto M., Kosovac A., Hartley K. City diplomacy: Another generational shift? *Dip-lomatica*, 2021, vol. 3, no. 1, pp. 137–146.
11. De Ridder D.W. *Considering nature-based solutions for place-branding: A spatial planning perspective*, North-West University (South Africa), 2019.
12. Yakovlev M. *Politicheskii imidzh regiona v usloviyakh sovremennoy Rossii* [Political Image of the Region in the Conditions of Modern Russia], Moscow, MAKS Press, 2011.
13. Zamyatin D.N. Geokul'turnyy brending territoriy: kontseptual'nye osnovy [Geocultural Branding of Territories: Conceptual Foundations], *Labirint. Zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniy* [Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Studies], 2013, no. 5. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/geokulturnyy-brending-territoriy-kontseptualnye-osnovy> (accessed: 10.12.2024).
14. Terskikh M.V., Malenova E.D. Imidzh regiona: teoreticheskiy aspekt (rossiyskiy i zarubezhnyy opyt) [Image of a Region: Theoretical Aspect (Russian and Foreign Experience)], *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2015, no. 2. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-regiona-teoreticheskiy-aspekt-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt> (accessed: 02.12.2024).
15. Sharkova E.A. Konstruirovaniye i prodvizheniye imidzha rossiyskogo regiona: metodologicheskie problemy i prakticheskii opyt [Constructing and Promoting the Image of the Russian Region: Methodological Problems and Practical Experience], *Imidzh gosudarstva / regiona v sovremennom informatsionnom prostranstve : materialy simpoziuma* [Image of the State/Region in the Modern Information Space : Proceedings of the Symposium], 23–24 March 2009 g., otv. red. A.D. Krivososov, St. Petersburg, Roza mira Publ., 2009.
16. Babkina T.V., Kolesnikova T.P. Teoreticheskie aspekty otsenki konkurentosposobnosti regiona kak sostavlyayushchey ego imidzha [Theoretical Aspects of Assessing the Regional Competitiveness as Part of Region's Image], *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo* [Journal of Economics, Entrepreneurship and Law], 2022, vol. 12, no. 2, pp. 835–846.
17. Vasilenko I.A. Imidzhevaya politika rossiyskikh regionov: aktual'nost' rebrendinga [Public Image Policy in the Russian Regions: The Relevance of Rebranding], *Gosudarstvennaya sluzhba* [Public Administration], 2012, no. 1 (75). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevaya-politika-rossiyskikh-regionov-aktualnost-rebrendinga> (accessed: 27.11.2024).
18. Drozdova Yu.A. *Imidzh regiona v strategii razvitiya territorii* [Image of the Region in the Territory Development Strategy], Volgograd, Volg. institute of management – branch of RANEPa, 2021, 396 p.
19. Kirdin V. Imidzh regionov: bazovye opredeleniya [Image of Regions: Basic Definitions], *Publicity*, 2006, no. 1, pp. 12–15.
20. Pankrukhin A.P. Marketing territoriy: marketing regiona [Marketing of Territories: Marketing of the Region], *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Journal of Marketing in Russia and Abroad], 2004, no. 2, pp. 9–11.
21. Vazhenina I.S. Imidzh i reputatsiya territorii kak osnova prodvizheniya v konkurentnoy srede [Image and Reputation of the Territory as a Basis for Promotion in the Competitive], *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Journal of Marketing in Russia and Abroad], 2006, no. 6, pp. 49–57.
22. Adzhiev I.A. Rol' SMI v formirovani i pozitsionirovani imidzha Severnogo Kavkaza [Role of Mass Media in Formation and Positioning of Image of the North Caucasus], *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura* [The Caspian Region: Politics, Economics, Culture], 2015, no. 2 (43), pp. 128–133.
23. Vorontsov M.Yu. Formirovaniye imidzha regiona kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti [Formation of the Image of the Region as a Factor of Increasing Competitiveness], *Innovatsionnye nauchnye issledovaniya* [Innovative Scientific Research], 2023, no. 5–2 (29), pp. 141–150.
24. Gereykanova I.A., Konstantinova A.S., Miller I.S., Tishina L.A. *PR-tehnologii i SMI v protsesse formirovaniya imidzha gosudarstva i territorii* [PR-technologies and Mass Media in the Process of Forming the Image of the State and Territory]. Pyatigorsk, Pyatigor. gos. universitet, 2019, 115 p.
25. Egorova A.N. Innovatsionnye tekhnologii v formirovani politicheskogo imidzha regiona [Innovative Technologies in the Formation of the Political Image of a Region], *Vlast' [Vlast']*, 2019, vol. 27, no. 2, pp. 107–110.
26. Napalkova I.G., Kurochkina K.V. Imidzh regiona: spetsifika, osnovnye elementy i tekhnologii konstruirovaniya [The Region Image: Specifics, Basic Elements and Technologies of Formation], *Ekonomicheskaya istoriya* [Economic History], 2018, vol. 14, no. 4, pp. 414–429.
27. *Natsional'nyy reyting sostoyaniya investitsionnogo klimata v sub"ektakh Rossiyskoy Federatsii* [National Rating of the Investment Climate in the Constituent Entities of the Russian Federation]. Available at: https://asi.ru/government_officials/rating/ (accessed: 17.04.2024).
28. *Press-tur inostrannykh zhurnalistov v Stavropol'skiy kray* [Press Tour of Foreign Journalists to the Stavropol Territory]. Available at: <https://vk.com/@-214658700-press-tur-inostrannykh-zhurnalistov-v-stavropolskii-krai> (accessed: 18.04.2024).
29. Kalinkin D. Tsvetushchaya Kazan' — eto ne prosto krasivyy obraz, a tsel', kotoruyu my stavim kazhdy god [A Blooming Kazan is not Just a Beautiful Image, but a Goal we set Every Year], *Ofitsial'nyy portal Kazani* [Kazan Official Portal]. Available at: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/novosti/denis-kalinkin-tsvetushchaya-kazan-eto-ne-prosto-krasivyy-obraz-a-tsel'-kotoruyu-my-stavim-kazhdy-go/> (accessed: 11.04.2024).
30. *Rostekh na MAKS-2021* [Rostec at the International Aviation and Space Salon-2021]. Available at: <https://rostec.ru/news/rostekh-predstavlyayet-bolee-50-aviatsionnykh-novinok-na-maks-2021> (accessed: 02.04.2024).
31. *Krupneyshaya katastrofa v Arktike: chto izvestno o razlive topliva pod Noril'skom* [The Biggest Disaster in the Arctic: What is Known About the Fuel Spill Near Norilsk]. Available at: <https://www.forbes.ru/obshchestvo-photogallery/402193-krupneyshaya-katastrofa-v-arktike-chto-izvestno-o-razlive-topлива> (accessed: 05.04.2024).

32. Tom Soyer Fest — festival' vosstanovleniya istoricheskoy sredy [Tom Sawyer Fest – a Festival of Historic Environment Restoration]. Available at: <http://tsfest.ru/> (accessed: 03.04.2024).
33. *Samye krasivye derevni Rossii* [The Most Beautiful Villages in Russia]. Available at: <https://krasaderevni.ru/> (accessed: 22.04.2024).
34. Letopis' Orenburzh'ya [Chronicle of the Orenburg Region], *ORT* ort-tv.ru. [Russian Public Television]. Available at: <https://ort-tv.ru/teleproekty/letopis-orenburzhya/> (accessed: 10.04.2024).
35. *Proekty dvizheniya "Delay Sam"* [Projects of the Do-It-Yourself Movement]. Available at: <https://delaisam.org/> (accessed: 04.04.2024).
36. *Reyting innovatsionnykh regionov Rossii* [Rating of Innovative Regions of Russia]. Available at: <https://i-regions.org/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya> (accessed: 20.04.2024).
37. *Innovatsionnyy territorial'nyy klaster Novosibirskoy oblasti* [Innovative Territorial Cluster in the Novosibirsk Region]. Available at: <https://cluster-nso.ru/> (accessed: 15.04.2024).
38. Gayduk V.V., Luk'yantsev A.S. Gosudarstvennaya politika upravleniya imidzhem territorii v nauchno-ekspertnom izmerenii [State Policy of Territorial Image Management in Scientific and Expert Dimension], *Etnosotsium i mezhnatsional'naya kul'tura* [Ethnosocium (Multinational Society)], 2017, no. 8 (110), pp. 29–38.
39. Solov'eva E.A., Shabanova E.A. Imidzhevaya politika rossiyskikh universitetov v mezhdunarodnom izmerenii: tekhnologicheskoe sodержanie [Image Policy of Russian Universities in the International Dimension: Technological Content]. *Universitetskie chteniya – 2020 : materialy nauch.-metod. chteniy* [University Readings – 2020 : Materials of Scientific and Methodical Readings], Pyatigor. Gos. universitet, Pyatigorsk, 9–10 January 2020, part XII. Pyatigorsk, 2020, pp. 105–113.
40. Proekt iz Yakutii «Sdelano v Arktike» voshel v TOP-100 proektov Rossii v Natsional'noy premii “Rossiya – strana vozmozhnostey” i boretsya za pervoe mesto [The Project From Yakutia «Made in the Arctic» Entered the TOP 100 Projects of Russia in the National Award “Russia – the Country of Opportunities” and Competes for the 1st Place], *Ulus Media* [Ulus Media]. Available at: <https://маякарктики.рф/proekt-iz-yakutii-sdelano-v-arktike-voshel-v-top-100-proektov-rossii-v-natsionalnoj-premii-rossiya-strana-vozmozhnostey-i-boretsya-za-pervoe-mesto/> (accessed: 11.04.2024)

Информация об авторе

Константинова Анна Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, медиакоммуникаций и связей с общественностью, Пятигорский государственный университет, Северо-Кавказский институт — филиал РАНХиГС, Пятигорск, Российская Федерация. E-mail: konst_2002@rambler.ru

Information about the author

Anna S. Konstantinova — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Journalism, Media Communications and Public Relations, Pyatigorsk State University, North Caucasus Institute — Branch of RANEP, Pyatigorsk, Russian Federation. E-mail: konst_2002@rambler.ru

Статья поступила в редакцию 26.05.2024; одобрена после рецензирования 16.12.2024; принята к публикации 10.01.2025.

The article was submitted 26.05.2024; approved after reviewing 16.12.2024; accepted for publication 10.01.2025.

State and civil society, ideology and politics

Original article

UDC 332

<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-40-49>

SEARCH FOR A PATH TO GRADUAL DEMOCRATIZATION: ECONOMIC AND POLITICAL TRANSFORMATION OF VIETNAM UNDER THE LEADERSHIP OF THE COMMUNIST PARTY OF VIETNAM

Tu Thi Thoa

State University of Management, Moscow, Russian Federation

Chi Minh City University of Physical Education and Sports, Ho Chi Minh City, VietNam, tuthoahvhc@gmail.com

Abstract. This article examines the role of the Communist Party of Vietnam in the gradual process of democratization of modern Vietnam. Despite the single-party system, Vietnam has witnessed several reforms that have created a complex trajectory of transition towards a democratic orientation. Focusing on the period after the political reforms of 1986, the author examines in the article how socio-economic liberalization has coexisted with the political control of the Communist Party of Vietnam. Combining historical analysis with a review of recent political reforms, this study clarifies the Communist Party of Vietnam's approach to governance, legislative changes, electoral reforms, and civil liberties. In addition, the article presents the results of the influence of international relations on Vietnam's political metamorphosis; emphasizes the Communist Party of Vietnam's strategic participation in democratization processes while maintaining its leading role and legitimacy, and demonstrates the dynamics between progressive reforms and the preservation of party dominance. This indicates that the Communist Party of Vietnam's strategy represents a special path to democratization, characterized by gradual changes and cautious openness.

Keywords: democratic reforms, modernization, socio-economic conditions, Doi Moi reforms, governance, public participation, political system, gradual changes

For citation: Tu Thi Thoa. Search for a Path to Gradual Democratization: Economic and Political Transformation of Vietnam under the Leadership of the Communist Party of Vietnam. *Territory Development.* 2025;(1):40—49. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-40-49>

Государство и гражданское общество, идеология и политика

Научная статья

ПОИСК ПУТИ К ПОЭТАПНОЙ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ВЬЕТНАМА ПОД РУКОВОДСТВОМ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ ВЬЕТНАМА

Ты Тхи Тхоа

Государственный университет управления, Москва, Российская Федерация

Университет физического воспитания и спорта, Хошимин, Вьетнам, tuthoahvhc@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматривается роль Коммунистической партии Вьетнама в постепенном процессе демократизации современного Вьетнама. Несмотря на однопартийную систему, Вьетнам стал свидетелем нескольких реформ, которые создали сложную траекторию перехода к демократической ориентации. Сосредоточив внимание на периоде после политических реформ 1986 г., автор в статье рассматривает, как социально-экономическая либерализация сосуществовала с политическим контролем Коммунистической партии Вьетнама. Данное исследование, сочетая исторический анализ с обзором последних политических реформ, проясняет подход Коммунистической партии Вьетнама к управлению, законодательным изменениям, избирательным реформам и гражданским свободам. Кроме того, в статье представлены результаты влияния международных отношений на политические метаморфозы Вьетнама; подчеркивается стратегическое участие Коммунистической партии Вьетнама в процессах демократизации при сохранении ее лидирующей роли и легитимности, а также показана динамика между прогрессивными реформами и сохранением партийного доминирования. Это указывает на то, что стратегия Коммунистической партии Вьетнама представляет собой особый путь к демократизации, характеризующийся постепенными изменениями и осторожной открытостью.

Ключевые слова: демократические реформы, модернизация, социально-экономические условия, реформы Дой Мой, управление, общественное участие, политическая система, постепенные изменения

Для цитирования: Ты Тхи Тхоа. Поиск пути к поэтапной демократизации: экономическое и политическое преобразование Вьетнама под руководством Коммунистической партии Вьетнама // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 40—49. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-40-49>



Introduction

Vietnam's journey towards modernization and potential democratization under the leadership of the Communist Party of Vietnam (CPV) presents a compelling subject for political analysis. Since the country's reunification under a socialist regime in 1975, the CPV has been the sole governing party, navigating economic liberalization alongside a tightly controlled political sphere [1 ; 2]. The implementation of Doi Moi reforms in 1986 marked a significant turning point, spurring substantial economic growth and integration into the global economy while the CPV maintained its political dominance. This strategic balancing act, adapting to changing socioeconomic conditions while retaining single-party rule, reflects the CPV's complex engagement with democratization.

The literature on Vietnam's political evolution under the CPV is expansive, addressing themes of economic liberalization, party legitimacy, authoritarian resilience, and political reforms. Central to this understanding is the Doi Moi policy, which has been pivotal in fostering economic vitality and political stability. Scholars like Jonathan D. London highlight Vietnam's economic growth alongside political steadiness [3], while Hai Hong Nguyen underscores the CPV's ability to restore public trust and manage opposition, contributing to its resilience [4]. Pham Ngoc Hung explores the CPV's role within Vietnam's modern political system, emphasizing its historical and constitutional foundations [5]. Ritu Sharma provides valuable insights into Vietnam's struggle to uphold socialist ideals amidst global liberalization pressures, framing the CPV's governance in the post-Cold War era [6]. Critics point to limited advancements in human rights within the CPV's controlled political system; however, the party's political flexibility and stringent controls have been instrumental in its survival and in shaping Vietnam's unique path towards democratization [7–9]. The literature suggests a need for a comprehensive study of the CPV's democratization strategies and their broader implications for political reform in modern Vietnam.

The Communist Party of Vietnam: Historical evolution and Doi Moi reforms

The CPV, initially formed in 1930, coalesced various nationalist and communist elements seeking liberation from French colonial rule. The August Revolution of 1945 marked a pivotal moment as the CPV emerged as the leader of the Democratic Republic of Vietnam, heralding the beginning of its rule [10].

Following the First Indochina War and the partition of Vietnam at the Geneva Conference in 1954, the CPV solidified its power in North Vietnam. The Party extensively utilized Marxist-Leninist principles to govern, developing a state characterized by collectivized agriculture, state ownership of industry, and a one-party system [10]. The CPV played a decisive role in the Vietnam War, leading to the reunification of North and South Vietnam under communist control in 1975. During this time, the CPV demonstrated its expertise in guerrilla warfare and political pr

x.opaganda, establishing itself as a powerful and influential entity in the newly united Vietnam [11].

Confronting the economic difficulties of the post-war era, the CPV instituted the Doi Moi reforms in 1986, a pivotal moment in Vietnam's political and economic history. This marked a departure from strict central planning to a more open-market economy, an adaptation that contributed significantly to Vietnam's economic growth while retaining the CPV's political preeminence [12]. The CPV continues to take the ideology of Marxism-Leninism as the ideological foundation and guideline for all of the Party's actions. Through its policies and actions, the CPV is navigating the challenges of economic modernization, political control, social equity, and international diplomacy. While its governance model has brought about significant economic and social progress, the party continues to face internal and external pressures that test its adaptability and resilience in a rapidly changing world.

The Doi Moi reforms, initiated by the Communist Party of Vietnam in 1986, represent an economic rejuvenation program that marked a transition from a centralized planned economy to a “market economy with socialist characteristics” [13]. Vietnam's journey through economic reforms has served as a fundamental catalyst for its transformative growth and modernization. The Doi Moi policy was essentially a response to the inefficiencies of the former economic model and a recognition of the need for Vietnam to adapt to changing global economic conditions. It demonstrated a pragmatic turn in the Communist Party of Vietnam's approach to economic management, allowing for more significant private sector development, enhancing agricultural productivity through land reforms, and opening the door for foreign investment and trade. The impact of these economic reforms has been profound, driving rapid economic growth, reducing poverty, and advancing Vietnam onto the path of becoming a middle-income country [14]. The integration into the global economy has been aggressive and strategic, with Vietnam entering into various free trade agreements and becoming an active member of the World Trade Organization. Such measures have created a conducive environment for trade and investment, facilitating the diversification of Vietnam's economy and enhancing its resilience against external shocks. Beyond the evident economic impacts, the Doi Moi reforms have also facilitated a broader socio-political evolution within the country. As the economy grows and diversifies, more significant segments of the population have begun to enjoy the benefits of these economic changes, contributing to a growing middle class that is more connected, both internally and externally, than ever before [15 ; 16]. This connectivity has fostered a new consciousness regarding individual rights, civil society's role, and the expectations of transparency and accountability from the government.

While the CPV did not undergo large-scale political liberalization concurrent with Doi Moi, there have been notable changes. The government began to

allow more open debate within certain bounds and conducted a careful restructuring of state-owned enterprises [17]. These changes, while not democratization in the classical sense, point towards incremental modifications within Vietnam's political and civic institutions. The economic reforms initiated under Vietnam's Doi Moi policy have inadvertently set the stage for gradual socio-political changes within the country. As a direct consequence of economic modernization, there has been a perceptible shift in civil society dynamics. Although the state maintains a grip on political organization, there is a growing space for civic organizations to operate in areas that align with the state's development goals, such as environmental protection, education, and charity work [18; 19]. This has led to an increased albeit cautiously managed citizen engagement with the public sphere, which, when coupled with the advent of digital media, has allowed for a greater discussion of socio-political issues and has slowly started to recalibrate the relationship between the state and society.

The socio-political ripple effects of Doi Moi extend to the cultural realm as well. As Vietnam interacts more closely with global markets and integrates into the international community, traditional values are being reassessed in the light of contemporary global norms [20]. This reassessment is not without tension, as it challenges long-standing customs and the prevailing status quo. It has sparked discussions around topics that intersect economic, cultural, and political domains: the role of women in the workplace, the rights of ethnic minorities, and the protection of workers in an increasingly globalized economy.

In the context of democratization, the CPV maintains that its model of governance is a form of "socialist democracy." This model is predicated on the belief that the party represents the best interests of the people and the nation, and thus, it does not perceive a need for a multi-party system [21]. The CPV argues that its leadership ensures political stability, national unity, and continuous socio-economic development, which are seen as the primary goals of the state. From the party's perspective, democratization is interpreted within the framework of enhancing intra-party democracy and public participation in state and party-led initiatives, rather than transitioning to a liberal democratic system. The CPV's approach to democratization is also influenced by regional dynamics and the experiences of other communist or formerly communist countries. The party is cautious about the potential instability and chaos seen in other nations that underwent rapid democratization processes, especially those that led to significant social upheaval or economic downturn. Hence, the CPV prefers a gradual and controlled process of political reform, if any, focusing on economic development as a priority and viewing political stability as essential to maintaining social order and continued growth.

Recent developments and democratic aspirations

Vietnam has continued to experience noteworthy progress, with the Communist Party of Vietnam at

the helm focusing on advancing the nation's socio-economic status while navigating complex international relationships. The adaptation and resilience demonstrated by the CPV showcase a state that is pursuing growth and modernization.

Economic growth and stability

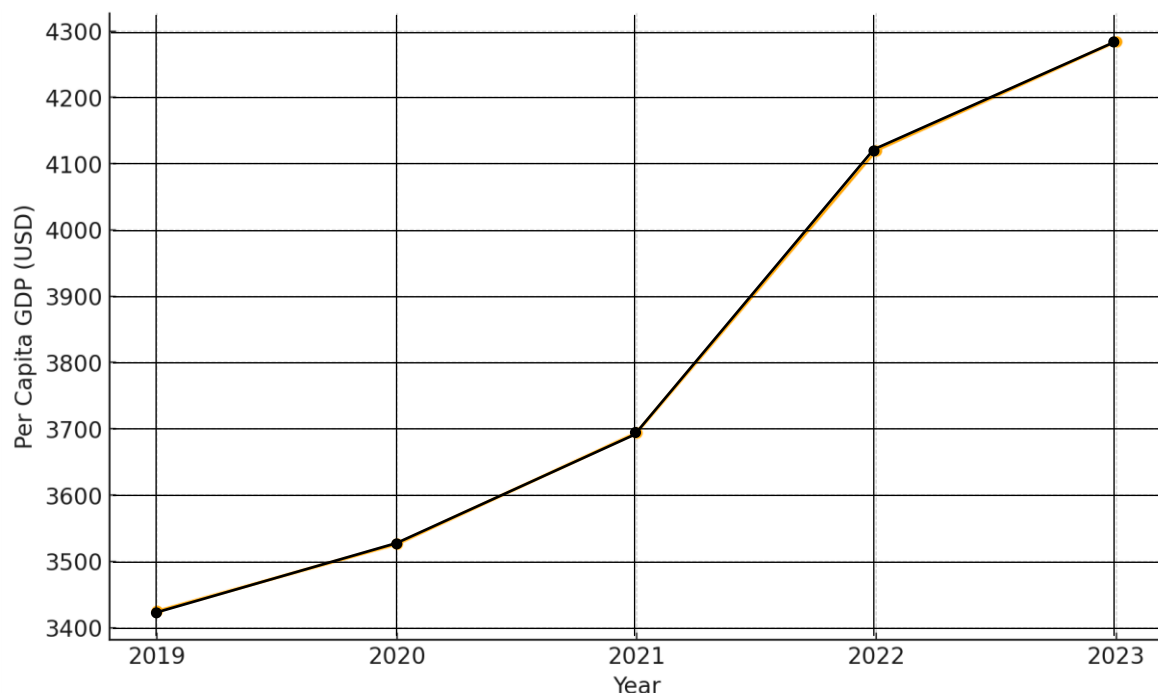
The economic landscape of Vietnam has undergone a profound transformation in recent decades, with the country charting a course of vigorous growth and sustainable development. Central to this transformation has been the strategic shift towards an export-led growth model, complemented by a welcoming stance toward foreign direct investment. This combination has not only galvanized Vietnam's presence in the global market but has also fostered domestic industries, leading to a ripple effect of economic benefits within the nation. Vietnamese citizens have witnessed a tangible enhancement in their living standards, buoyed by an increasingly diverse and opportunity-rich economy [22], a testament to the economic policies implemented by the government. The effectiveness of these economic policies is reflected in the steady increase in Vietnam's per capita GDP over the years. The following chart illustrates the growth of Vietnam's per capita GDP from 2019 to 2023, highlighting the country's remarkable economic progress during this period.

The chart clearly demonstrates a consistent upward trend in Vietnam's per capita GDP over the five-year period. Starting from USD 3425 in 2019, the per capita GDP has risen steadily each year, reaching USD 4284 by 2023. This growth signifies not only the robustness of Vietnam's economic strategies but also the positive impact these policies have had on improving the overall standard of living for its citizens.

By fostering a business environment that rewards innovation and encourages entrepreneurial endeavors, the government has signaled its commitment to remain competitive in an ever-evolving global economic landscape [23]. This commitment has been mirrored in the government's economic policies, which prioritize the creation of a robust infrastructure, the development of human capital, and the establishment of legal frameworks that facilitate business operations and protect investments. The results of these policies are apparent in the burgeoning urban centers and the thriving industrial zones that dot the country. Vietnam has positioned itself as a manufacturing powerhouse, attracting substantial foreign investment across a range of sectors, from textiles and footwear to electronics and renewable energy. According to the report by the Ministry of Planning and Investment of Vietnam, by the end of 2023, the total registered FDI in Vietnam reached \$36.61 billion, marking a 32.1% increase compared to the previous year [24]. Vietnam has established itself as the world's second-largest exporter of textiles, trailing only China, with textile exports amounting to approximately \$39 billion in 2023. The country's footwear exports also achieved significant success, reaching about \$20 billion in 2023, ranking second globally [25]. Moreover, Vietnam has emerged as a major electron-

ics manufacturing hub, attracting substantial investments from international giants like Samsung, LG, and Intel. Notably, Samsung alone has invested over \$17 billion in its manufacturing plants in Vietnam.

This diversification of investment opportunities has bolstered Vietnam's economic resilience, equipping it to weather global economic fluctuations more effectively than many other emerging markets.



GDP per capita growth in Vietnam from 2019 to 2023 (compiled from the General Statistics Office of Vietnam data)
 Рост ВВП на душу населения во Вьетнаме с 2019 по 2023 г. (составлено по данным Главного статистического управления Вьетнама)

At the same time, the pursuit of economic growth has not overshadowed the CPV's awareness of the accompanying necessity for economic stability. The party has been diligent in its efforts to maintain a balanced fiscal policy, manage inflation, and regulate the financial sector to avoid the pitfalls that often accompany rapid economic expansion. The government's strategy reflects a nuanced understanding that long-term stability is contingent on the responsible management of growth [26]. This has meant a wary engagement with global economic trends, a willingness to adopt international best practices, and a focus on building domestic capabilities to ensure that progress is internally sustainable as well as externally competitive.

Yet, these economic advances are not without their challenges. Vietnam's rise as an emerging market of significant potential is coupled with the task of ensuring that the dividends of economic growth are equitably shared. Income disparities and regional imbalances present ongoing challenges for the CPV, raising questions about inclusivity and the long-term.

Social policy and infrastructure development

In tandem with its economic initiatives, the Communist Party of Vietnam has turned its attention to executing substantial improvements within the realm of social policy and infrastructure development, areas that are integral to the comprehensive growth and well-being of the nation. The CPV's directive has been clear: to foster a society where the benefits of economic growth are complemented by accessible public services and infrastructure that meets the bur-

geoning needs of its population [27]. It's a vision that is intrinsically linked to the tenets of equity and inclusivity, ensuring that progress is not just a tale of rising GDP figures but one that translates into tangible enhancements in the lives of the Vietnamese people.

Central to these societal improvements has been the concerted effort to advance the education system at all levels. Recognizing the inextricable link between a nation's development and the education of its citizenry, the government has invested in broadening access to education and elevating its quality [28]. The ambition is not only to produce a workforce capable of competing in an increasingly knowledge-based global economy but also to nurture critical thinkers and innovators who will drive Vietnam's future forward. From constructing more schools to enhancing curricula and teacher training, the focus has been on creating an educational environment that is both rigorous and relevant to the currents of the 21st century. According to the Ministry of Education and Training (MOET), the Vietnamese government has consistently increased its education budget, with spending on education accounting for about 20% of total state expenditure and 5.8% of GDP as of 2023. The number of higher education institutions has risen by 20% from 2010 to 2023. Additionally, the government has initiated collaborations with international universities to enhance research capabilities and the quality of higher education. Vietnam ranked 46nd in the Global Innovation Index (GII) 2023, reflecting its progress in fostering innovation through education [29].

Healthcare, another pillar of Vietnam's social policy, has undergone significant reforms aimed at expanding coverage and improving service delivery. With a growing network of facilities and a push towards universal healthcare coverage, the CPV has demonstrated its recognition that a healthy population is pivotal to sustained productivity and societal harmony [30]. The Vietnamese government has allocated approximately \$4.2 billion for healthcare infrastructure development for the period 2021–2025. According to the Asian Development Bank (ADB), the quality of healthcare service delivery in Vietnam has improved significantly, with patient satisfaction rates increasing from 60% in 2010 to 75% in 2023 [31]. Investments in healthcare infrastructure, disease prevention, treatment capabilities, and public health education campaigns reflect a multi-faceted approach to uplifting the health standards of the country.

In essence, the CPV's bid to upgrade the spectrum of social services and infrastructure is a strategic and holistic approach to nation-building. It is intent on laying a lasting foundation that will not only withstand the test of time but also adapt and evolve with the changing needs of its population. At its core, this vision holds the citizenry and their well-being as the ultimate beneficiaries of Vietnam's journey towards a more prosperous and equitable society.

Civic organizations and public engagement

Vietnam's landscape of civic organizations and public engagement is one that has seen gradual yet noteworthy shifts as the country navigates its way through economic liberalization and social modernization. The role of civic organizations within this sphere has broadened, becoming an increasingly visible component of Vietnam's social fabric. These organizations operate in a diverse array of domains, from philanthropy and social services to education and environmental conservation, contributing to the public welfare and nurturing a culture of community involvement. The number of registered non-governmental organizations (NGOs) in Vietnam has increased from approximately 500 in 2000 to over 2,000 by 2023 [32].

The Vietnam Fatherland Front (VFF) plays a pivotal role in this evolving landscape of civic organizations and public engagement. As an umbrella organization that unites a wide array of social and political groups, the VFF has been instrumental in fostering collaboration and cohesion among various civic entities. Its efforts in promoting national solidarity and societal harmony complement the work of non-governmental organizations (NGOs) and community-based organizations (CBOs), creating a synergistic effect that amplifies the impact of public welfare initiatives. In 2022, the VFF coordinated over 1,500 community projects, ranging from disaster relief to poverty alleviation, directly benefiting more than 3 million people. The VFF has also been crucial in channeling public concerns and aspirations to the government, thereby enhancing the dialogue between the state and its citizens. This intermediary function has enabled more effective policy advocacy and implementation, ensuring that the voices of diverse

communities are heard and addressed. For instance, during the 2021-2022 period, the VFF facilitated 250 public consultations, involving over 100,000 citizens in policy discussions. By supporting volunteer activities, organizing public consultations, and facilitating grassroots mobilization, the VFF underscores the importance of civic participation in Vietnam's socio-political development. Its ongoing initiatives align with the broader trend of increasing public engagement and the strengthening of civil society, reflecting a shared commitment to building a more inclusive and responsive governance framework.

The interaction between civic organizations and public engagement in Vietnam is indicative of the delicate balance the state seeks to maintain. On one hand, there are clear benefits to a more engaged citizenry, such as increased social cohesion, the promotion of social welfare, and the development of a more informed and active civil society. On the other hand, there is a tension inherent in the expansion of civic spaces, whereby the state must manage the diversity of voices and actions within the framework of its governance model. This evolving dynamic points to a country that is cautiously embracing the potential that civic organizations and public engagement offer for the creation of a participatory and responsive society. As Vietnam continues to progress economically and socially, the role of public engagement, facilitated by the growth of civic organizations, will likely continue to form a pivotal part of the nation's developmental narrative.

The aspiration for good governance

The aspiration for good governance in Vietnam is a reflection of the Communist Party of Vietnam's conscious efforts to address the complex demands of an evolving society and the expectations of an interconnected world. In recognizing that the legitimacy and functionality of its governance are paramount to national progress and stability, the CPV has embarked on a series of initiatives aimed at bolstering administrative efficiency, curtailing corruption, and increasing governmental transparency. Between 2016 and 2023, the government implemented over 500 administrative reforms aimed at streamlining procedures and enhancing public service delivery, resulting in a 15% reduction in processing times for various governmental services. These steps are indicative of the CPV's response to the aspirations of the people for a governance model that emphasizes accountability and transparency, and to the international community's call for adherence to universal governance norms. Judicial data from the Supreme People's Court of Vietnam shows that between 2018 and 2023, 12,244 cases related to economic and corruption issues were tried involving 25,144 defendants, highlighting the country's concerted efforts to combat corruption [33]. This proactive stance has been widely acknowledged both domestically and internationally as a vital step towards sustainable development. Transparency International's Corruption Perceptions Index (CPI) for 2022 highlighted Vietnam's improvement, moving up 10 places compared to 2015,

reflecting growing international recognition of the country's efforts to combat corruption and enhance transparency.

By targeting high-profile cases and holding influential figures accountable, the anti-corruption campaign has instilled a sense of seriousness and deterrence that was previously lacking. Vietnam has achieved remarkable success in prosecuting numerous high-profile corruption cases, highlighting its commitment to combating corruption at all levels. Notable among these is the Viet A case, where fraudulent activities related to COVID-19 testing kits were uncovered, leading to significant legal repercussions for those involved [34]. Another significant case is that of Truong My Lan, which involved financial misconduct in real estate investments [35]. These cases have played a crucial role in reinforcing the legal framework and showcasing Vietnam's rigorous enforcement measures.

Efforts such as bolstering the rule of law, and enhancing public sector accountability signal a shift towards a more open and meritocratic system - a system where efficiency and fairness are not just ideals, but expectations [36]. Creating avenues for public participation in governance and decision-making processes, while still within the constraints of the CPV's framework, attests to a growing recognition of the need for greater civic engagement in shaping public policy and societal development. The CPV thus finds itself navigating a dual imperative: maintaining the core tenets of its political system while progressively implementing governance reforms that resonate with the desires of its people and the criteria set by international institutions for good governance. The trajectory of these governance reforms reflects the CPV's acknowledgement that the prosperity of Vietnam hinges on the efficiency and integrity of its institutions. It is within this adaptive governance landscape that the CPV fuels the optimism for a more prosperous and equitable society. By carefully balancing the dynamics of internal reforms and external expectations, the CPV is crafting a narrative of progress — one where the principles of good governance become intertwined with the cultural, historical, and political fabric of Vietnam.

The CPV's commitment to gradual reform and a careful balancing act between stability and modernization suggests potential for further progress in governance. While changes in the political structure are incremental, the Party's efforts signal a willingness to consider and incorporate feedback to adapt to a changing Vietnam. This mentality, coupled with a focus on developing human capital and embracing global best practices, instills confidence that the Party recognizes the value of its people's aspirations for a better future.

Challenges and criticisms

Vietnam's trajectory over recent decades has been characterized by a transformative economic metamorphosis, enabling it to emerge as a dynamic player in Southeast Asia [37]. However, like any rapidly developing nation, it faces an array of challenges and

areas of concern that are intrinsic to such a vigorous phase of transition. One of the foremost challenges is maintaining sustainable economic growth. As the Vietnamese economy becomes increasingly integrated into the global marketplace, it reveals both vulnerabilities and inequalities. The impressive growth rates have undoubtedly lifted many out of poverty, yet the dividends of this prosperity have not been uniformly distributed, leading to a disparity that challenges the social fabric of the nation [38]. The government has responded by focusing on developing a multi-sector economy, improving education to build human capital, and investing in infrastructure to connect less developed regions with economic centers, yet the full realization of these goals is a complex, ongoing process.

The issue of governance and public administration reform is also a salient one, as Vietnam strives to improve its institutional framework. Tackling corruption remains a high priority, with the state making concerted efforts to enhance transparency and accountability in the bureaucracy. Over time, these efforts have led to improvements in administrative efficiency, but criticisms regarding the overall effectiveness and depth of such anti-corruption measures persist. Governance reforms extend beyond corruption, addressing bureaucratic inefficiency and the over-centralization of power, which are complex challenges requiring sustained effort and systemic change [39]. Related to this is the delicate balancing act of expanding civic freedoms while retaining political control. The CPV has demonstrated a cautious approach to public engagement, allowing some degree of discussion within civil society yet maintaining strict oversight. The restrained expansion of civic organizations and the press has been interpreted in various ways, but it suggests that while the state encourages certain expressions of civil society, it does so within closely monitored boundaries. The challenge here lies in nurturing a more vibrant public space for discourse without triggering social instability or risking the erosion of the Party's control. The increasing prevalence of the internet and social media platforms presents both an opportunity for the state to engage with its citizens and a challenge to manage the exchange of ideas that such open platforms allow [40].

Another challenge is the interaction between human rights considerations and Vietnam's international image. It is a complex web that the country navigates with increasing deftness as it continues to integrate into the global community. Vietnam's economic reforms and international engagement have been remarkable, yet they are often viewed through the prism of the nation's human rights record. Many researchers believe that the Vietnamese government has taken steps to reform certain areas in line with international human rights standards, but significant concerns remain, especially with regards to freedom of association, and the press [41].

These concerns are not merely internal issues but have international implications. For instance, trade agreements with foreign governments often include human rights clauses, and Vietnam's ability to har-

ness the economic benefits of such agreements can hinge on its human rights practices. This intersection is indicative of the global trend where human rights are becoming increasingly integral to economic relations and diplomatic ties. Furthermore, Vietnam's aspirations on the regional and world stage, such as its stints as a non-permanent member of the United Nations Security Council or its role within ASEAN, bring its human rights policies into greater focus. Its participation in these forums is an opportunity for Vietnam to influence the international agenda and to demonstrate its willingness to comply with human rights norms. Yet, it also subjects the country to closer scrutiny by international human rights watchdogs and peer countries who expect VN to uphold the standards it agrees to internationally.

For Vietnam, the advancement of human rights is also entwined with cultural and social factors. Policies and reforms are typically assessed through a lens that considers the traditional values and societal norms prevalent in the country. This leads to a distinctive approach to human rights, one that may not always align with Western conceptions but is posited by the Vietnamese government as being in keeping with the country's specific historical and socio-cultural context. Notwithstanding, Vietnam's growing middle class and the increasing digital connectivity among its citizens are adding pressure for more comprehensive human rights reforms. Exposure to global ideas and increased international interaction foster an environment where discussions about rights and personal liberties are gaining currency among the population, especially the youth. The burgeoning presence of social media serves as a platform for public discourse and can lead to calls for greater political openness and reform. The state's response to such

calls is crucial as it shapes both its domestic legitimacy and its international image.

In essence, Vietnam's engagement with the issue of human rights is a dynamic process, reflective of a country that is modernizing yet holding firm to its governance principles. The trajectory of human rights in Vietnam is consequently not linear, subject to both domestic considerations and international influences. As Vietnam's global integration deepens, its human rights policies will undoubtedly remain a focal point in discussions about its international image, presenting both challenges and opportunities for the country as it forges ahead in the 21st century.

Conclusion

The journey toward democratic reforms in Vietnam is complex, shaped by the Communist Party of Vietnam's (CPV) delicate balance of maintaining power while adapting to changing socio-economic demands. The CPV has steered significant economic and social shifts, as seen with the Doi Moi reforms, enhancing Vietnam's international reputation and fostering economic growth through liberalization. Meanwhile, the party has gradually allowed more public engagement and discussion. Continuously leading the nation, the CPV is expected to implement gradual and specific changes rather than sweeping transformations. The goal is not to swiftly embrace a Western-style democracy but to develop reforms suited to Vietnam's unique historical, cultural, and political landscape. The CPV's role is crucial in these modernization efforts, with its ability to respond to both domestic and international pressures shaping the future and extent of reforms. The challenge lies in pursuing modernization while preserving the stability and unity that underpin the party's governance and Vietnam's recent socio-economic success.

Список источников

1. Mai Z., Nawaz Saleem H. M., Kamran M. The relationship between political instability and stock market performance: An analysis of the MSCI index in the case of Pakistan // *PLoS One*. 2023. Vol. 18, no. 10. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292284>
2. Grinter L. E. Vietnam's Thrust into Globalization: Doi Moi's Long Road // *Asian Affairs: An American Review*. 2006. Vol. 33, no. 3. P. 151—166. <https://doi.org/10.3200/AAFS.33.3.151-166>
3. London J. Vietnam in 2019 // *Asian Surv.* 2020. Vol. 60, no. 1. P. 93—99. <https://doi.org/10.1525/as.2020.60.1.93>
4. Nguyen H. H. Resilience of the Communist Party of Vietnam's Authoritarian Regime since Doi Moi // *Journal of Current Southeast Asian Affairs*. 2016. Vol. 35, no. 2. P. 31—55. <https://doi.org/10.1177/186810341603500202>
5. Хунг Ф. Н. Роль Коммунистической партии Вьетнама в развитии рыночной экономики в условиях социалистической ориентации развития общества // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2016. № 2 (741). С. 297—309.
6. Sharma R. Liberalisation in Vietnam: A New Strategy for a State in Transition // *China Report*. 1999. Vol. 35, no. 1. P. 97—103. <https://doi.org/10.1177/000944559903500106>
7. Thayer C. A. The Challenges Facing Vietnamese Communism // *Southeast Asian Affairs*. 1992. Vol. 1992, no. 1. <https://doi.org/10.1355/SEAA92T>
8. Giao V. C. Anticorruption versus political security: reflection on the Vietnamese context // *International Journal of Diplomacy and Economy*. 2014. Vol. 2, no. 1/2. P. 42. <https://doi.org/10.1504/IJDPE.2014.060745>
9. Nguyen H. H., Pham M. Q. Democratization in Vietnam's Post-Doi Moi One-Party Rule: Change from Within, Change from the Bottom to the Top, and Possibilities // *Globalization and Democracy in Southeast Asia*. London : Palgrave Macmillan UK, 2016. P. 131—155. https://doi.org/10.1057/978-1-137-57654-5_7
10. Vu T. The legacies of Marx and Lenin in Vietnam: a historical and regional perspective // *Third World Q.* 2021. Vol. 42, no. 3. P. 618—629. <https://doi.org/10.1080/01436597.2020.1860744>
11. Lien C. T. T. Communist State and Religious Policy in Vietnam: A Historical Perspective // *Hague Journal on the Rule of Law*. 2013. Vol. 5, no. 2. P. 229—252. <https://doi.org/10.1017/S1876404512001133>
12. *Dang Cong San Viet Nam*. Van kien Dai hoi VI toan quoc. Hà Nội: Nhà xuất bản chính trị Quốc gia sự thật, 1987.

13. Zhu Y. Economic Reform and Human Resource Management in Vietnam // *Asia Pacific Business Review*. 2002. Vol. 8, no. 3. P. 115—135. <https://doi.org/10.1080/713999155>
14. Nguyen N. A. Understanding the Socialist-Market Economy in Vietnam // *Emerging Science Journal*. 2022. Vol. 6, no. 5. P. 952—966. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-05-03>
15. Sustainable consumption in Vietnam: an explorative study among the urban middle class / J. I. J. C. De Koning et al. // *Int J Consum Stud*. 2015. Vol. 39, no. 6. P. 608—618. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12235>
16. Pharmaceutical Industry in Vietnam: Sluggish Sector in a Growing Market / A. Angelino et al. // *Int J Environ Res Public Health*. 2017. Vol. 14, no. 9. P. 976. <https://doi.org/10.3390/ijerph14090976>
17. Nguyen C. T., Tran S. H. Economic development under reform and world integration and the main factors influencing the economic growth in Vietnam // *Science and Technology Development Journal*. 2011. Vol. 14, no. 1. P. 5—27. <https://doi.org/10.32508/stdj.v14i1.1872>
18. Колотов В. Н. SWOT-анализ политики обновления во Вьетнаме и проблемы российско-вьетнамских отношений // *Вьетнамские исследования. Серия 2*. 2018. № 4. P. 3—18. <https://doi.org/10.24411/2618-9453-2018-10033>
19. Under the State's Thumb: Results from an Empirical Survey of Civic Organizations in Vietnam / J. Wischermann et al. // *SSRN Electronic Journal*. 2015. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2615707>
20. Tho N. N. Confucianism and humane education in contemporary Vietnam // *International Communication of Chinese Culture*. 2016. Vol. 3, no. 4. P. 645—671. <https://doi.org/10.1007/s40636-016-0076-8>
21. Le T. T. Communist Party of Vietnam with the Promotion of Socialist Market, People's Ownership in the Innovation Period // *Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences*. 2023. Vol. 5, no. 2. P. 89—95. <https://doi.org/10.36348/gajhss.2023.v05i02.008>
22. Minh N. Economic Growth with Improvement of People's Lives in Vietnam // *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*. 2022. Vol. 13, no. 1. P. 1—5. <https://doi.org/10.4018/IJSESD.305120>
23. Ngoc P. H. Solutions to promote entrepreneurship and innovation in information technology in Vietnam // *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*. 2022. Vol. 4, no. 8. P. 361—371. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v4i8.367>
24. Ministry of Planning and Investment of Vietnam. Foreign investment attraction situation in Vietnam in 2023. 2023. URL: <https://fia.mpi.gov.vn/Detail/CatID/f3cb5873-74b1-4a47-a57c-a491e0be4051/NewsID/00689952-458e-417a-bf12-896d853e1276> (дата обращения: 03.08.2024).
25. InterLOG. From the marketplace to the world: Vietnam's textile and garment industry on the export track. 2023. URL: <https://interlogistics.com.vn/vi/tin-tuc/blog/tu-thuong-truong-den-the-gioi-det-may-viet-nam-tren-duong-dua-xuat-khau-n-473> (дата обращения: 03.08.2024).
26. Kubu J. Strategies for Long Term Economic Growth in Vietnam. 2013. <https://doi.org/10.21236/ADA594202>
27. Dang Cong San Viet Nam. Van kien Dai hoi XIII toan quoc. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia sự thật, 2021.
28. Hien P. Van. Public Investment in Education and Training in Vietnam // *International Education Studies*. 2018. Vol. 11, no. 7. P. 106—115. <https://doi.org/10.5539/ies.v11n7p106>
29. The Global Innovation Index. Viet Nam ranking in the Global Innovation Index 2023. 2023. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023/vn.pdf> (дата обращения: 03.08.2024).
30. Dao Hong Lan. Hoan thien the che, chinh sach ve cham soc suc khoe, bao dam quyen tiep can dich vu cham soc suc khoe cho moi nguoi dan. 2023. URL: https://tapchicongsan.org.vn/media-story/-/asset_publisher/V8hnp4dK31Gf/content/hoan-thien-the-che-chinh-sach-ve-cham-soc-suc-khoe-bao-dam-quyen-tiep-can-dich-vu-cham-soc-suc-khoe-cho-moi-nguoi-dan (дата обращения: 19.04.2024).
31. Asian Development Bank. ADB Operations in Vietnam. URL: <https://www.adb.org/vi/where-we-work/viet-nam/overview> (дата обращения: 03.08.2024).
32. Vietnamese Government. Many new points on the management of foreign non-governmental organizations. URL: <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/nhieu-diem-moi-ve-quan-ly-hoat-dong-cac-to-chuc-phi-chinh-phu-nuoc-ngoai-119220913184500443.htm> (дата обращения: 03.08.2024).
33. Ta Hien. Da xet xu 12.244 vu an kinh te, tham nhung voi 25.144 bi cao trong 5 nam qua. VTV.VN. 2023. URL: <https://vtv.vn/phap-luat/da-xet-xu-12244-vu-an-kinh-te-tham-nhung-voi-25144-bi-cau-trong-5-nam-qua-20230319182244607.htm> (дата обращения: 29.03.2024).
34. Chinh phu Viet Nam. Xet xu 2 cuu Bo truong cung 36 bi can trong Dai An Viet A. 2024. URL: <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/dai-an-viet-a-truy-to-2-cuu-bo-truong-cung-36-bi-can-119230930184729463.htm> (дата обращения: 19.04.2024).
35. Chinh phu Viet Nam. Toan canh Dai An Van Thinh Phat. 2024. URL: <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/dai-an-van-thinh-phat-truy-to-truong-my-lan-va-85-bi-can-119231215145320997.htm> (дата обращения: 19.04.2024).
36. Thoa T. T. Building the rule of law state as a guarantor of democracy in modern Vietnam // *Upravlenie. State University of Management*. 2022. Vol. 9, no. 4. P. 43—50. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2021-9-4-43-50>
37. Korgun I. A. Participation of Vietnam in Global Value Chains in the Context of Their Regionalisation // *Economy of Regions*. 2023. Vol. 19, no. 2. P. 548—559. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-2-19>
38. Breunig R., Majeed O. Inequality, poverty and economic growth // *International Economics*. 2020. Vol. 161. P. 83—99. <https://doi.org/10.1016/j.inteco.2019.11.005>
39. Nguyen T. D. Fiscal Decentralisation and Economic Growth: Evidence from Vietnam // *Decentralization and Development of Sri Lanka Within a Unitary State*. Singapore: Springer Singapore, 2017. P. 287—309. https://doi.org/10.1007/978-981-10-4259-1_13
40. Bui T. H. The Influence of Social Media in Vietnam's Elite Politics // *Journal of Current Southeast Asian Affairs*. 2016. Vol. 35, no. 2. P. 89—111. <https://doi.org/10.1177/186810341603500204>
41. Nguyen T. H. Y. Legal System Reform and Challenges on Assurance of Human Rights Standards in Vietnam // *Journal of Southeast Asian Human Rights*. 2020. Vol. 4, no. 2. P. 427—448. <https://doi.org/10.19184/jseahr.v4i2.13699>

References

1. Mai Z., Nawaz Saleem H.M., Kamran M. The relationship between political instability and stock market performance: An analysis of the MSCI index in the case of Pakistan, *PLoS One*, 2023, vol. 18, no. 10. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292284>
2. Grinter L.E. Vietnam's Thrust into Globalization: Doi Moi's Long Road, *Asian Affairs: An American Review*, 2006, vol. 33, no. 3, pp. 151–166. <https://doi.org/10.3200/AAFS.33.3.151-166>
3. London J. Vietnam in 2019, *Asian Surv.*, 2020, vol. 60, no. 1, pp. 93–99. <https://doi.org/10.1525/as.2020.60.1.93>
4. Nguyen H.H. Resilience of the Communist Party of Vietnam's Authoritarian Regime since Doi Moi, *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 2016, vol. 35, no. 2, pp. 31–55. <https://doi.org/10.1177/186810341603500202>
5. Khung F.N. Rol' Kommunisticheskoy partii V'etnama v razvitiy rynochnoy ekono-miki v usloviyakh sotsialisticheskoy orientatsii razvitiya obshchestva [Role of the Communist Party of Vietnam in the Development of Market Economy in the Socialist Orientation of Society], *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social sciences], 2016, no. 2 (741), pp. 297–309, pp. 297–309.
6. Sharma R. *Liberalisation in Vietnam: A New Strategy for a State in Transition*, *China Report*, 1999, vol. 35, no. 1, pp. 97–103. <https://doi.org/10.1177/000944559903500106>
7. Thayer C.A. The Challenges Facing Vietnamese Communism, *Southeast Asian Affairs*, 1992, vol. 1992, no. 1. <https://doi.org/10.1355/SEAA92T>
8. Giao V.C. Anticorruption versus political security: reflection on the Vietnamese context, *International Journal of Diplomacy and Economy*, 2014, vol. 2, no. 1/2, pp. 42. <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2014.060745>
9. Nguyen H.H., Pham M.Q. Democratization in Vietnam's Post-Doi Moi One-Party Rule: Change from Within, Change from the Bottom to the Top, and Possibilities, *Globalization and Democracy in Southeast Asia*. London, Palgrave Macmillan UK, 2016, pp. 131–155. https://doi.org/10.1057/978-1-137-57654-5_7
10. Vu T. The legacies of Marx and Lenin in Vietnam: a historical and regional perspective, *Third World Q.*, 2021, vol. 42, no. 3, pp. 618–629. <https://doi.org/10.1080/01436597.2020.1860744>
11. Lien C.T.T. Communist State and Religious Policy in Vietnam: A Historical Perspective, *Hague Journal on the Rule of Law*, 2013, vol. 5, no. 2, pp. 229–252. <https://doi.org/10.1017/S1876404512001133>
12. *Dang Cong San Viet Nam. Van kien Dai hoi VI toan quoc*. Hà Nội: Nhà xuất bản chính trị Quốc gia sự thật, 1987.
13. Zhu Y. Economic Reform and Human Resource Management in Vietnam, *Asia Pacific Business Review*, 2002, vol. 8, no. 3, pp. 115–135. <https://doi.org/10.1080/713999155>
14. Nguyen N. A. Understanding the Socialist-Market Economy in Vietnam, *Emerging Science Journal*, 2022, vol. 6, no. 5, pp. 952–966. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-05-03>
15. Konin J. et al. Sustainable consumption in Vietnam: an explorative study among the urban middle class, *Int J Consum Stud.*, 2015, vol. 39, no. 6, pp. 608–618. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12235>
16. Angelino A. et al. Pharmaceutical Industry in Vietnam: Sluggish Sector in a Growing Market, *Int J Environ Res Public Health*, 2017, vol. 14, no. 9, p. 976. <https://doi.org/10.3390/ijerph14090976>
17. Nguyen C.T., Tran S.H. Economic development under reform and world integration and the main factors influencing the economic growth in Vietnam, *Science and Technology Development Journal*, 2011, vol. 14, no. 1, pp. 5–27. <https://doi.org/10.32508/stdj.v14i1.1872>
18. Kolotov V.N. SWOT-analiz politiki obnovleniya vo V'etname i problemy rossiysko-v'etnamskikh otnosheniy [SWOT-Analysis of the Renovation Policy in Vietnam and the Problems of Russian-Vietnamese Relations], *V'etnamskie issledovaniya* [The Russian Journal of Vietnamese Studies], 2018, seriya 2, no. 4, pp. 3–18. <https://doi.org/10.24411/2618-9453-2018-10033>
19. Wischermann Jj. et al. Under the State's Thumb: Results from an Empirical Survey of Civic Organizations in Vietnam, *SSRN Electronic Journal*, 2015. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2615707>
20. Tho N.N. Confucianism and humane education in contemporary Vietnam, *International Communication of Chinese Culture*. 2016, vol. 3, no. 4, pp. 645–671. <https://doi.org/10.1007/s40636-016-0076-8>
21. Le T.T. Communist Party of Vietnam with the Promotion of Socialist Democracy, People's Ownership in the Innovation Period, *Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences*, 2023, vol. 5, no. 2, pp. 89–95. <https://doi.org/10.36348/gajhss.2023.v05i02.008>
22. Minh N. Economic Growth with Improvement of People's Lives in Vietnam, *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 2022, vol. 13, no. 1, pp. 1–5. <https://doi.org/10.4018/IJSESD.305120>
23. Ngoc P.H. Solutions to promote entrepreneurship and innovation in information technology in Vietnam, *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 2022, vol. 4, no. 8, pp. 361–371. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v4i8.367>
24. Ministry of Planning and Investment of Vietnam. *Foreign investment attraction situation in Vietnam in 2023*. Available at: <https://fia.mpi.gov.vn/Detail/CatID/f3cb5873-74b1-4a47-a57c-a491e0be4051/NewsID/00689952-458e-417a-bf12-896d853e1276> (accessed: 03.08.2024).
25. InterLOG. *From the marketplace to the world: Vietnam's textile and garment industry on the export track*, 2023. Available at: <https://interlogistics.com.vn/vi/tin-tuc/blog/tu-thuong-truong-den-the-gioi-det-may-viet-nam-tren-duong-dua-xuat-khau-n-473> (accessed: 03.08.2024).
26. Kubu J. *Strategies for Long Term Economic Growth in Vietnam*, 2013. <https://doi.org/10.21236/ADA594202>
27. *Dang Cong San Viet Nam. Van kien Dai hoi XIII toan quoc*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia sự thật, 2021.
28. Hien P. Van. Public Investment in Education and Training in Vietnam, *International Education Studies*, 2018, vol. 11, no. 7, pp. 106–115. <https://doi.org/10.5539/ies.v11n7p106>
29. *The Global Innovation Index. Viet Nam ranking in the Global Innovation Index 2023*. Available at: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023/vn.pdf> (accessed: 03.08.2024).
30. Dao Hong Lan. *Hoan thien the che, chinh sach ve cham soc suc khoe, bao dam quyen tiep can dich vu cham soc suc khoe cho moi nguoi dan*, 2023. Available at: https://tapchiconsan.org.vn/media-story/-/asset_publisher/V8hhp4dK31Gf/content/hoan-thien-the-che-chinh-sach-ve-cham-soc-suc-khoe-bao-dam-quyen-tiep-can-dich-vu-cham-soc-suc-khoe-cho-moi-nguoi-dan (accessed: 19.04.2024).

31. Asian Development Bank. *ADB Operations in Vietnam*. Available at: <https://www.adb.org/vi/where-we-work/vietnam/overview> (accessed: 03.08.2024).
32. Vietnamese Government. Many new points on the management of foreign non-governmental organizations. Available at: <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/nhieudiemmoi-ve-quan-ly-hoat-dong-cac-to-chuc-phi-chinh-phu-nuoc-ngoai-119220913184500443.htm> (accessed: 03.08.2024).
33. Ta Hien. *Da xet xu 12.244 vu an kinh te, tham nhung voi 25.144 bi cao trong 5 nam qua*, VTV.VN, 2023. Available at: <https://vtv.vn/phap-luat/da-xet-xu-12244-vu-an-kinh-te-tham-nhung-voi-25144-bi-cau-trong-5-nam-qua-20230319182244607.htm> (accessed: 29.03.2024).
34. *Chinh phu Viet Nam. Xet xu 2 cuu Bo truong cung 36 bi can trong Dai An Viet A*. 2024. Available at: <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/dai-an-viet-a-truy-to-2-cuu-bo-truong-cung-36-bi-can-119230930184729463.htm> (accessed: 19.04.2024).
35. *Chinh phu Viet Nam. Toan canh Dai An Van Thinh Phat*. 2024. Available at: <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/dai-an-van-thinh-phat-truy-to-truong-my-lan-va-85-bi-can-119231215145320997.htm> (accessed: 19.04.2024).
36. Thoa T.T. Building the rule of law state as a guarantor of democracy in modern Vietnam, *Upravlenie. State University of Management*, 2022, vol. 9, no. 4, pp. 43–50. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2021-9-4-43-50>
37. Korgun I.A. Participation of Vietnam in Global Value Chains in the Context of Their Regionalisation, *Economy of Regions*, 2023, vol. 19, no. 2, pp. 548–559. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-2-19>
38. Breunig R., Majeed O. Inequality, poverty and economic growth, *International Economics*, 2020, vol. 161, pp. 83–99. <https://doi.org/10.1016/j.inteco.2019.11.005>
39. Nguyen T.D. Fiscal Decentralisation and Economic Growth: Evidence from Vietnam, *Decentralization and Development of Sri Lanka Within a Unitary State*. Singapore: Springer Singapore, 2017, pp. 287–309. https://doi.org/10.1007/978-981-10-4259-1_13
40. Bui T.H. The Influence of Social Media in Vietnam's Elite Politics, *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 2016, vol. 35, no. 2, pp. 89–111. <https://doi.org/10.1177/186810341603500204>
41. Nguyen T.H.Y. Legal System Reform and Challenges on Assurance of Human Rights Standards in Vietnam, *Journal of Southeast Asian Human Rights*, 2020, vol. 4, no. 2, pp. 427–448. <https://doi.org/10.19184/jseahr.v4i2.13699>

Information about the author

Tu Thi Thoa — Graduate Student, State University of Management, Moscow, Russian Federation; Lecturer, Deputy dean of the Faculty of Political Theory and Pedagogy, Chi Minh City University of Physical Education and Sports, Ho Chi Minh City, VietNam. E-mail: tuthoahvhc@gmail.com

Информация об авторе

Ты Тхи Тхоа — аспирант, Государственный университет управления, Москва, Российская Федерация; преподаватель, заместитель декана факультета политической теории и профессиональной педагогики, Университет физического воспитания и спорта, Хошимин, Вьетнам. E-mail: tuthoahvhc@gmail.com

Статья поступила в редакцию 03.08.2024; одобрена после рецензирования 19.01.2025; принята к публикации 20.01.2025.

The article was submitted 03.08.2024; approved after reviewing 19.01.2025; accepted for publication 20.01.2025.

ТЕРРИТОРИЯ: ФАКТЫ, ОЦЕНКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

TERRITORY: FACTS, ASSESSMENTS, PROSPECTS

Развитие территорий. 2025. № 1. С. 50—57.
Territory Development. 2025;(1):50—57.

Территория: факты, оценки, перспективы

Научная статья
УДК 32.019.51
<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-50-57>

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ РОССИИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ, МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ

Марина Викторовна Чараева¹, Лаура Самвеловна Эксузян²

¹ Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация, mvcharaeva@mail.ru

² Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация, lekrostov@mail.ru

Аннотация. В статье показаны результаты исследования национального брендинга через призму концептуального осмысления национальной идеи, ее позиционирования в глазах партнеров и конкурентов страны посредством использования механизма национального брендинга. Авторская позиция заключается в представлении национального бренда с ракурса имиджевой составляющей, что позволит расширить внешнеэкономические связи, создать предпосылки для нового сущностного содержания экономического роста и обеспечить экономическую устойчивость как залог прогрессивного развития страны в будущем.

Ключевые слова: национальный брендинг, механизм национального брендинга, национальная идея, экономический эффект

Для цитирования: Чараева М. В., Эксузян Л. С. Национальный брендинг России: концептуальные основы, механизм формирования, экономические эффекты // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 50—57. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-50-57>

Territory: facts, assessments, prospects

Original article

NATIONAL BRANDING OF RUSSIA: CONCEPTUAL FOUNDATIONS, FORMATION MECHANISM, ECONOMIC EFFECTS

Marina V. Charaeva¹, Laura S. Eksuzian²

¹ Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation, mvcharaeva@mail.ru

² Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, lekrostov@mail.ru

Abstract. The article shows the results of a study of national branding through the prism of conceptual understanding of the national idea, its positioning in the eyes of the country's partners and competitors through the use of the national branding mechanism. The author's position is to present the national brand from the perspective of the image component, which will expand foreign economic relations, create prerequisites for a new essential content of economic growth, and ensure economic stability as a guarantee of progressive development of the country in the future.

Keywords: national branding, national branding mechanism, national idea, economic effect

For citation: Charaeva M.V., Eksuzian L.S. National Branding of Russia: Conceptual Foundations, Formation Mechanism, Economic Effects. *Territory Development*. 2025;(1):50—57. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-50-57>



Введение

В современных экономических реалиях изменения геополитической ситуации приводят к трансформации восприятия национального бренда России, меняются кросс-культурные коммуникации, внешнеполитические факторы, возникают новые макроэкономические вызовы и угрозы, что предопределяет необходимость формирования нового понимания роли сильных сторон государства, которые вызрели под влиянием традиций, истории и многовекового его позиционирования в мире. В этой связи перед государственными органами власти стоит масштабная задача доработки и корректировки концепции национального брендинга с адаптацией к российским условиям, что позволит выстроить эффективную экономическую и коммуникационную стратегию и постепенно внедрять в массовое сознание отдельные элементы и факторы конкурентной идентичности, способные определять роль России в глобальном мировом пространстве в положительном ключе. Такая стратегия предполагает изменение алгоритмов описания и распространения информации о внутриполитических и внешнеполитических действиях страны, а также научную конкретизацию национального брендинга как инструмента реализации устойчивого стратегического развития России в долгосрочной перспективе.

Уникальность национального развития должна не только декларироваться, но и подтверждаться конкретными результатами, ведущими к укреплению конкурентоспособных позиций страны в общих мировых рейтингах, чему будет способствовать как быстрое развитие отдельных отраслей на международных рынках, так и обретение научно-технологического суверенитета, который, с одной стороны, позволит соответствовать глобальным трендам развития, а с другой — обеспечит независимость страны в стратегически важных отраслях. С этой точки зрения следует сделать вывод о том, что технологический суверенитет играет существенную роль при рассмотрении концепции формирования национального бренда.

Обзор литературы. Постановка проблемы

В процессе исследования авторы опирались на труды таких классиков политического и национального брендинга, как Н. Б. Ачилова [1, с. 280], Е. А. Данилова [2; 3], И. А. Василенко [4; 5], О. А. Кусраева [6, с. 30—57], Д. И. Соловьёва-Балаян [7] и др. Среди комплексных исследований по данной проблематике особо следует выделить работу С. Анхольта [8, с. 6—12], ставшего основателем концепции национального брендинга и разработчиком индекса брендов государств, в также исследования К. Динни [9] — одного из крупнейших мировых специалистов в области брендинга территорий.

Научный взгляд на национальный брендинг опирается на различные точки зрения об акцентах, которые необходимо расставить в процессе его создания. Такой ракурс исследования интересен прежде всего возможностью его использова-

ния на практике. В этой связи приведем анализ позиций ряда ученых относительно содержательных аспектов национального бренда. По мнению С. Анхольта, необходимо сосредоточиться на разработке и представлении стейкхолдерам определенного образа страны, так как национальный бренд — это совокупность ассоциаций о стране, сформированных не стихийно, а в результате деятельности национального брендинга [8]. Э. А. Галумов обращает внимание на то, что в процессе брендинга нужно задействовать не только государственные рычаги, но и бизнес, ключевые предприятия. И тогда будут учтены все интересы участников экономических отношений [10].

С точки зрения получения экономических эффектов приведем позицию авторов Т. В. Мещерякова, И. Ю. Окольниковой, Г. Ю. Никифоровой, которые, характеризуя цель национального брендинга, на первый план выводят рост конкурентной позиции государства в мировой экономике, рост экспорта/импорта, привлечение прямых инвестиций и т. п. [11, с. 150]. Безусловно, отдельное место следует отвести туризму. В этом отношении все ученые единодушны и полагают, что он позволит добавить привлекательности и представить более ярко уникальные особенности страны, ее колорит, а это, в свою очередь, увеличит туристический поток и создаст мультипликативный экономический эффект.

В зависимости от цели можно назвать ряд научных подходов к разработке национального бренда. Особо следует выделить политический, коммуникационный и экономический подходы. В основе политического подхода лежит усиление позиций государства на дипломатической арене в результате использования репутационных преимуществ, формирования сильной значимой в международном пространстве политической позиции. При опоре на политический подход разработчики национального бренда должны учитывать место государства в политическом пространстве и определять векторы, двигаясь по которым, можно усилить политическое влияние страны на принятие глобальных решений. Коммуникационный подход предполагает использование медиакоммуникации — продвижение национального бренда посредством СМИ и возможностей Интернета. В рамках данного подхода важно обеспечить осведомленность широкой аудитории о том, какие преимущества, особенности идеологических приоритетов имеют место в государстве. Отметим, что коммуникация выступает основой для реализации целей политического и экономического подходов к национальному брендингу.

Настоящее исследование опирается на экономический подход, результат его — экономические эффекты от позиционирования преимуществ, созданных национальным брендингом, для экономики страны. Концептуальное осмысление национального брендинга России предполагает выдвижение гипотезы о том, что целесообразно опереться на тезис об усилении национальной

идентичности, гордости за свою страну, ее успехи, технологические прорывы, что приведет к возможности противостоять экономическому давлению на мировой экономической арене. Рост конкурентных преимуществ, формирование новой конкурентной парадигмы, опирающейся на технологические прорывы и обособленность технологий и производства, должны привести к экономическим эффектам, связанным с ростом ВВП, в основе которого не только экономические стимулы, но и идейные прорывы, ответственность российских производителей за те товары, которые они производят. Экономический подход должен стать платформой для продвижения экономических и политических интересов внутри страны и за границей, что будет способствовать росту инвестиционной привлекательности и притоку внешних инвестиций для осуществления модернизации отечественной экономики. Кроме того, имидж государства в глазах партнеров и конкурентов целесообразно формировать исходя из научного, образовательного, культурного, экономического потенциала, исторических традиций и ряда территориальных брендов, которые создают совокупный национальный бренд России.

Материалы и методы исследования

Информационную основу статьи составили результаты исследований по актуальным аспектам формирования национального бренда, фундаментальные труды российских и зарубежных ученых. В основе исследования лежит системный подход и использование таких научных методов, как диалектический, логический и структурный анализ, принцип историзма.

Исследование разделено на три этапа:

— этап I — определение концептуальных основ и предпосылок брендизации России;

— этап II — формирование авторского видения механизма национального брендинга, его составляющих;

— этап III — выделение этапов национального брендинга с упором на его институционализацию и идентификация макроэкономических эффектов.

Обсуждение. Результаты исследования

Систематизация различных точек зрения приводит к необходимости поиска оснований для брендизации России и определения ключевых направлений, которые составят фундамент национального бренда. Итак, для решения такой задачи необходимо обратиться к историко-культурным корням и особенностям национального духа. В этой связи приоритетными представляются:

— традиции. Для России инкорпорация традиционных ценностей в современные имиджевые стратегии становится приоритетом, который вполне возможно реализовать на практике (это уникальные русские традиции, советское прошлое, живопись, искусство, литература и многое другое, т. е. все то, что является предметом восхищения во всем мире);

— творчество. Русские всегда «говорили душой». И такое представление России не является голословным, а подтверждается литературными произведениями, искусством и их вкладом в мировую культуру. У России большой потенциал в этом направлении, который частично реализуется, но все еще не так умело позиционируется с точки зрения брендинга страны;

— Россия как мост между Европой и Азией. Позиционирование с этого ракурса позволяет выстроить культурное и политическое пространство, объединяющее совершенно разные горизонты. Такая идея всегда имела место в силу географического положения России, неоднократно обсуждалась, но в настоящее время трудно реализуема в силу определенных объективных обстоятельств, нивелирование которых будет способствовать продвижению и закреплению данного представления о стране;

— имперский облик России. За рубежом Россия у многих ассоциируется с образом империи, дворцами, купеческими усадьбами, дореволюционной роскошью, поэтому важно не только сохранять архитектурные памятники культуры той эпохи, но и представлять их с позиции национального бренда, путем проведения знаковых культурных, концертных мероприятий в тех резиденциях, где это возможно.

Опираясь на обозначенные основания брендинга страны, важными представляются каналы его продвижения, т. е. СМИ, которые должны освещать проведение массовых мероприятий, формирующих общественное сознание и восприятие национальных ценностей, культурные мероприятия, рекламные акции. Для внешнеполитического позиционирования необходимыми являются каналы публичной дипломатии и трансляция элементов национального бренда через политические институты (Законодательное Собрание, Государственная Дума Российской Федерации, дипломатические представительства в других странах, образовательные платформы в вузах при проведении международных научных мероприятий, студенческих конкурсов, олимпиад, культурные фонды). В этой связи целесообразно транслировать на плакатах, логотипах мероприятий, буклетах и прочих атрибутах проведения мероприятий национальную символику, элементы как общероссийских, так и территориальных брендов.

При этом трансляторами бренда государства выступают:

— символика государства: флаг, герб, гимн (национальные символы), цвета российского флага (белый, синий, красный), исторические памятники, достопримечательности (на каждой территории свои, но для страны в целом — это Красная площадь, Кремль, Эрмитаж и т. п.), самобытные национальные праздники, образ медведя, различные слоганы;

— публичные люди, которые в своих выступлениях акцентируют внимание на символах национальной аутентичности;

- товары, сувенирная продукция с национальной символикой;
- историческая реконструкция тех или иных событий, спортивные мероприятия, военные парады, выставки, форумы;
- товары с цветом Государственного флага Российской Федерации (включение символических изображений России в логотипы ведущих отечественных компаний, отображение российского триколора на вывесках магазинов, рекламных плакатах).

Таким образом, у туриста, попадающего в страну, будет выстраиваться четкий ассоциативный ряд с цветами российского государства и теми символами, которые дороги стране и народу, а у граждан страны будет возникать чувство гордости и сопричастности ко всему, что их окружает [12, с. 30—40].

Для реализации решений в области национального брендинга необходимо выстроить соответствующий механизм.

Так, механизм формирования национального бренда в обязательном порядке предполагает определение методологических характеристик реализуемой стратегии брендинга, поэтому, несмотря на то что он является многоэлементным, его символическая значимость определяется набором культурно-социальных, политико-конъюнктурных и экономических показателей. Учитывая то, что в последнее время экономика России перестраивается на военный лад и обретает черты автаркии, отдельные эксперты указывают на целесообразность включения в концепцию национального брендинга идей по поддержанию национальной безопасности и обороноспособности, что предполагает увязывание перспективы развития национального бренда с развитием оборонно-промышленного комплекса (ОПК) [2, с. 58].

Такой подход несет в себе как положительные, так и отрицательные моменты, поскольку повышение значения обороны ведет к внутривнутриполитической стабилизации и поддержанию высокого геополитического статуса страны, а также способствует усилению ее глобального влияния. Этот подход позволяет сравнивать экономику России и ее политический режим с такой страной, как Северная Корея, восприятие которой у мирового сообщества связано в основном с жесткими ограничениями свобод граждан и с акцентуацией на развитии военной отрасли. Поэтому к данному моменту нужно подходить очень осторожно, понимая что ОПК, безусловно, должен занять свое место в структуре компонентов национального брендинга, но при этом он не может становиться основой его формирования, а присутствие ОПК среди компонентов брендинга должно быть неявным.

При выстраивании механизма формирования национального бренда необходимо помнить, что государственный бренд является фактором консолидации общества, поэтому в его основе должны лежать идеи ценности патриотизма, доверие к власти и ее легитимность, формирование соци-

ального капитала, что открывает широкие возможности укрепления национального бренда среди граждан, так как в этом случае они испытывают гордость за страну, полностью доверяют государственным структурам, что способствует снижению транзакционных издержек управления.

С точки зрения того, что национальный бренд является коммуникативным капиталом, механизм его формирования должен подразумевать поддержку коммуникационной инициативы в информационном пространстве и учет особенностей работы над общественным сознанием. Кроме методологических аспектов, важно учитывать и то, что развитие национального бренда подразумевает развитие брендов мест и территорий, поэтому его можно воспринимать на основе инструмента пространственного планирования и проводить работу над продвижением брендов отдельных регионов, которые потом в совокупности окажут большое влияние на формирование общенационального бренда.

Как указывалось, бренд не является застывшей конструкцией, и если его устойчивость снизилась и упала ценность, у страны и у отдельных регионов всегда существуют возможности ребрендинга. За счет проведения эффективных маркетинговых процедур, рекламы, выстраивания эффективных корпоративных коммуникаций и дипломатии возможно достаточно быстрое изменение международного образа страны, в том числе на основе, например, декларирования изменения политико-культурных ценностей.

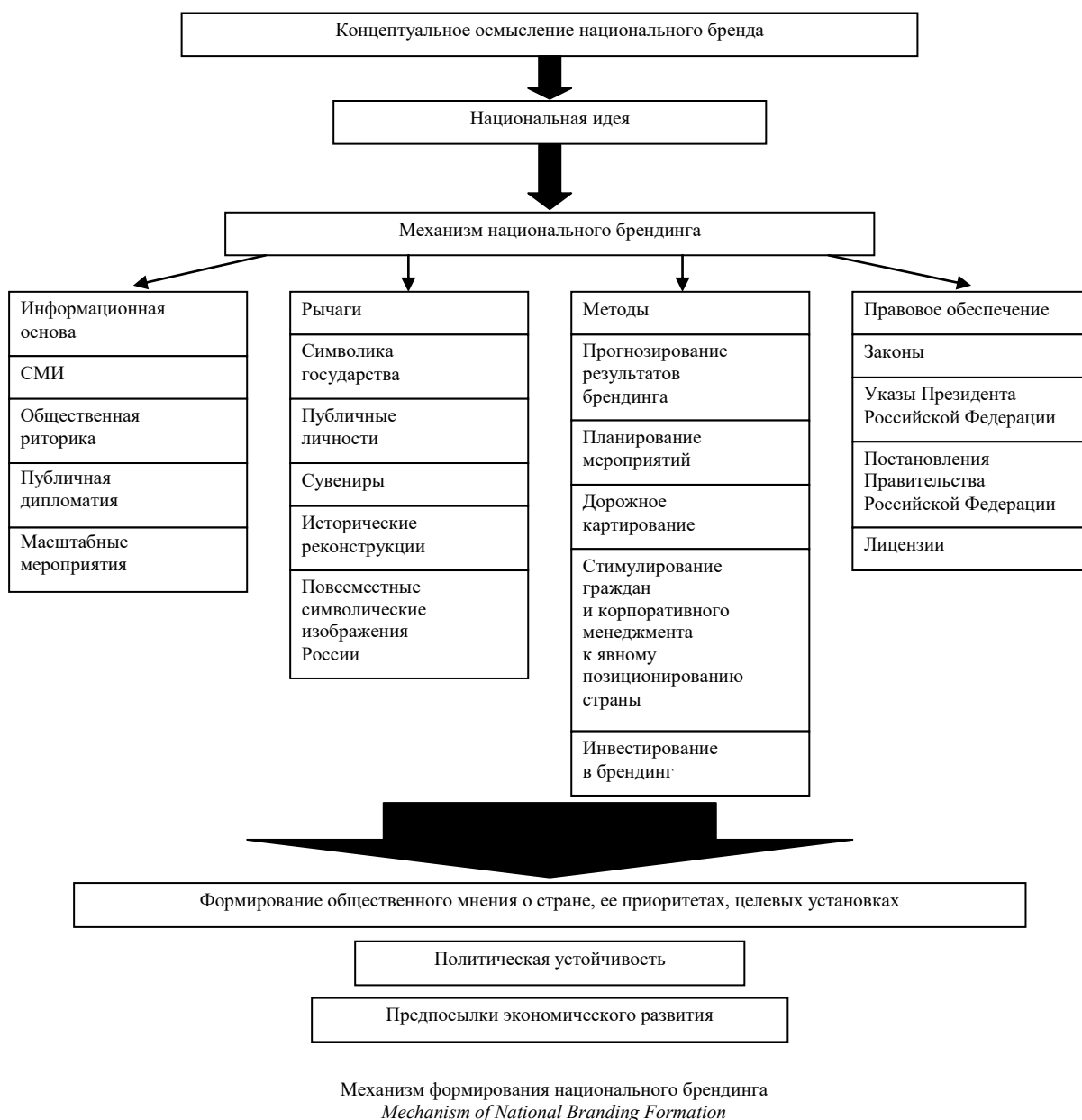
Механизм национального брендинга формируется на основе смысловой целостности, которая представляет собой национальную идею, определяющую национальную идентичность и видение мира. Реализация этой задачи предполагает проработку основ государственной идеологии путем обоснования престижности национальных ценностей, которые необходимы для гармонизации отношений между властью и обществом. Национальная идея создается на базе реализации концепции конкурентной идентичности государства и предполагает такой вид позиционирования, когда у страны происходит некое отмежевание от других государств для того, чтобы обеспечить развитие национальной самобытности и уникальности. Иногда это происходит естественным путем, когда в течение длительного времени страна постепенно обретает свою идентичность и формирует узнаваемый имидж, иногда это спровоцировано серьезными геополитическими событиями, например, которые произошли в 2022 г., когда внешнеполитические факторы привели к необходимости отмежевания от западных ценностей, что определенным образом повлияло на самостоятельное осознание населением необходимости реализации собственного пути развития и, можно сказать, сформировало новую национальную идею.

При этом отметим, что такие события происходят не только в России, тренд глокализации наметился уже достаточно давно во всем мировом пространстве, а происходящие события стали

лишь катализатором для обострения интереса к локальным отличиям и региональным брендам, для роста интереса к традициям прежних времен, возрождению диалектов и усилению региональных отличий.

Так как национальный бренд является многогранным понятием, то и механизмы его формирования подразумевают работу над различными направлениями деятельности государства, каждый из которых может стать для конкретного человека определяющим. Чтобы идентифицировать бренд страны как сильный, целесообразно правильно расставить акценты: на истории страны,

ее военной мощи, культурных ценностях, достижениях российской науки, выдающихся личностей, победах российских спортсменов, на показе позиции страны на международной арене, повышении уровня качества жизни населения и т. д. При этом важными предпосылками создания эффективного механизма национального брендинга являются формирование адекватного общественного мнения, политическая устойчивость и возможности экономического развития, учитывающие целесообразность инвестирования в национальный брендинг (рисунок).



Эффективная работа механизма национального бренда возможна при условии доверительного отношения граждан к властным институтам и ощущении полной легитимности политического режима. Такой подход выступает гарантией устойчивости не только социального, но и экономического развития страны, а также гармонизи-

рует отношения между гражданами и институтами власти, что позволит обеспечить социальное равновесие и усилить поддержку институтам власти, также необходимым для формирования устойчивого национального бренда.

Таким образом, механизм формирования национального бренда базируется на концептуальном

осмыслении и создании (трансформации/модернизации) национальной идеи и с социально-экономической точки зрения создает возможность:

- повышения доверия населения к государственным институтам и обеспечения легитимности власти;
- снижения транзакционных издержек на государственное управление;
- объединения населения многонационального государства на основе одной ценностной идеи и организации работы над усилением патриотических настроений;
- укрепления социально-экономической стабильности;
- выстраивания эффективной медиакommunikation политики в геополитическом пространстве.

Большое значение имеет формирование внешнеполитического аспекта национального брендинга. Так, если население страны имеет более-менее объективное представление о сильных и слабых сторонах государства и о происходящих внутри него процессах, то иностранные граждане формируют свое представление о стране только на основе той информации, которую получают через СМИ и прочие каналы связи, хотя информация может подаваться однобоко или иметь четкую цель — сформировать в массовом сознании именно тот имидж о стране, который на данный момент выгоден правящим структурам за рубежом.

В связи с этим внешние коммуникации приобретают особое значение, а механизм формирования бренда должен включать в себя совокупность мероприятий, направленных на создание позитивного восприятия страны в глазах иностранцев, что возможно как через средства массовой информации, так и при личном посещении страны. Появился даже такой термин, как «техники информационного доминирования и контроля информации», которые предполагают, что усиливающиеся возможности коммуникативных технологий являются эффективными инструментами транслирования в глобальном пространстве тех желаемых установок и ценностей, которые позволят стране нарастить культурно-символический капитал и сформировать устойчивые позитивные ассоциации у его потребителей [3, с. 225].

На современное общество огромное влияние оказывает медиасфера. В недавнем прошлом сформировалась концепция медиакратии, представляющая собой новую форму организации политического пространства в информационном поле, где ключевым механизмом его позиционирования выступают именно информационные отношения и коммуникации, способствующие качественному преобразованию общества и государственной власти. Поэтому в механизм формирования национального бренда должны быть встроены методики идеологического конструирования реальности с помощью средств массовой информации. Но при этом нужно понимать, что медиасредства могут оказывать как позитивное,

так и негативное влияние на формирование имиджа страны. Нельзя допустить, чтобы этот процесс развивался стихийно, он должен иметь достаточно жесткие рамки управления. Сейчас мы можем наблюдать, что на фоне прогрессирующего геополитического раскола тактика информационного доминирования приводит к усилению информационных войн, и информация становится все более важной составляющей формирования имиджа и национального бренда страны в мировом пространстве.

Можно с уверенностью резюмировать, что на создание облика страны теперь влияют традиционные законы связей с общественностью, а репутация может быть сформирована с помощью целенаправленно осуществляемой информационной политики, которая тем или иным образом трактуется реально происходящие действия и события. Наблюдаемое в данный момент противостояние России и западных стран на фоне СВО имеет характер взаимной антипропаганды, в ходе которой у каждой из стран стоит задача разрушения имиджа противника. Все это обуславливает возникновение новых специфических законов политической организации страны и формирования национального бренда, когда на первый план выходят символически национальные образы и методы их репрезентации.

Заключение

Исходя из исследования теории национального брендинга можно выделить основные этапы его формирования, включающие:

- этап институционализации. Разумно сформировать структуру (комитет, экспертный совет, департамент — как возможные варианты) при президенте или правительстве. В такой структуре будет четко прописан функционал принятия решений при создании национального бренда России, выстроен прогноз и план действий, разработана дорожная карта, опираясь на которую станет реальным выполнение инициатив в данном направлении;

- этап экономической проработки и обоснования плана и дорожной карты национального брендинга. Большое значение имеет экономическое представление тех или иных инициатив, оценка объема инвестиционных затрат, определение экономических результатов для страны и возможностей ее стратегического развития. Важно оценить экспортную составляющую, т. е. определить не только имидж российских марок, брендов, но и понимать эффекты от позиционирования их за рубежом под эгидой национального бренда, а не под локальными марками местных производителей. Возможно формирование единого логотипа для такой экспортной продукции. Еще одно направление — туризм. С каждым годом растет интерес иностранцев к стране, ее достопримечательностям. В этой связи целесообразно для ряда туристических объектов сделать единый знак — «топовые места или места, обязательные к посещению в рамках национального

бренда», — это те места, которые наиболее ярко характеризуют идентичность и дают представление о России;

— этап исследования. Активизировать проведение исследований, в том числе научных, статистических, социологических, о мониторинге общественного мнения относительно тех брендов и мест, которые следует позиционировать как национальный бренд. Затем эту информацию следует обработать в профильной структуре и исходя из результатов определить ключевые точки национального брендинга;

— этап национальной идеи. В основе ее разработки должны лежать не только национальные интересы в целом, но и экономические ориентиры, такие как стимулирование экспорта, формирование внешнеэкономических связей, активизация прямых иностранных инвестиций, развитие туризма как одного из драйверов экономического роста. В рамках создания национальной идеи важно разработать единый государственный слоган и бренд, которые станут нематериальными активами государства. Для этого можно привлечь художников, поэтов, писателей или организовать всероссийский конкурс, основной целью которого станет формирование национального бренда.

Такая поэтапная проработка позволит сформировать стратегию создания национального бренда, закрепить ее в соответствующем документе (нормативном акте) и транслировать как основу для позиционирования страны на мировой арене.

Основные макроэкономические эффекты, безусловно, связаны с ростом экспорта, который, как правило, приводит к росту ВВП, возникновению мультипликативного эффекта в экономике за счет создания межотраслевых связей на основе общего целеполагания в рамках национального брендинга и, следовательно, к экономическому росту, который обеспечивает финансовую стабильность, дает возможность для стратегического развития и создает фундамент построения положительного имиджа государства.

Таким образом, национальный брендинг — это, с одной стороны, сложнейшая задача, которую предстоит решать, а с другой — это возможность имиджевого представления государства на мировой арене, укрепление и построение новых внешнеэкономических связей, организация бренд-политики, ее институционализация через механизм национального брендинга как приоритетного стратегического направления, создающего облик России в мире.

Список источников

1. Ачилова Н. Б. Национальный бренд и национальный брендинг: теоретико-методологические основы // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali*. 2023. № 3. С. 277—286.
2. Данилова Е. А. Концептуальная модель формирования национального бренда современной России на основе инновационных компетенций оборонно-промышленного комплекса. Томск: Изд-во НТЛ, 2018. 170 с.
3. Данилова Е. А., Калинин И. А. Сравнительный анализ стратегий национального брендинга Германии и России в контексте повышения качества жизни населения // *Вестник Томского государственного университета: Философия. Социология. Политология*. 2021. № 59. С. 224—236.
4. *Имидж России в информационном обществе* / под ред. И. А. Василенко. М., 2010.
5. *Имидж России: концепция национального и территориального брендинга* / И. А. Василенко, Е. В. Василенко, Н. Н. Емельянова, В. Н. Ляпоров, А. Н. Люлько; под ред. И. А. Василенко. 2-е изд., доп. и перераб. М.: Экономика, 2014.
6. Кусраева О. А. Национальный бренд и конкурентоспособность компаний: альтернативный подход к национальному брендингу // *Вестник Санкт-Петербургского университета: Менеджмент*. 2021. № 20 (1). С. 30—57.
7. Соловьева-Балаян Д. И. Проблема теоретического исследования и практического применения концепции национального брендинга в Российской Федерации // *Вестник ПАГС*. 2022. № 2. С. 106—119.
8. Anholt S. Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations // *The Journal of Public Diplomacy*. 2013. Vol. 2 (1). P. 6—12.
9. Dinnie K. *Nation Branding. Concepts, Issues, Practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008.
10. Галузов Э. А. *Международный имидж России: стратегия формирования*. М.: Известия, 2003.
11. Мещеряков Т. В., Окольников И. Ю., Никифорова Г. Ю. Бренд как коммуникативный капитал // *Проблемы современной экономики*. 2011. № 1. С. 149—153.
12. Красовская Н. А. Влияние конгрессного туризма на формирование международного туристского имиджа государства // *Сервис в России и за рубежом*. 2016. № 4. С. 30—40.

References

1. Achilova N.B. Natsional'nyy brend i natsional'nyy brending: teoretiko-metodologicheskie osnovy [National Brand and National Branding: Theoretical and Methodological Foundations], *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali*, 2023, no. 3, pp. 277—286.
2. Danilova E.A. *Kontseptual'naya model' formirovaniya natsional'nogo brenda so-vremennoy Rossii na osnove innovatsionnykh kompetentsiy oboronno-promyshlennogo kompleksa* [Conceptual Model of Formation of the National Brand of Modern Russia on the Basis of Innovative Competencies of the Defense-Industrial Complex], Tomsk, NTL Publ., 2018, 170 p.
3. Danilova E.A., Kalinin I.A. *Sravnitel'nyy analiz strategiy natsional'nogo brendinga Germanii i Rossii v kontekste povysheniya kachestva zhizni naseleniya* [Comparative Analysis of National Branding Strategies for Germany and Russia in the Context of Improving the Quality of Life of the Population], *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta: Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science], 2021, no. 59, pp. 224—236.

4. Vasilenko I.A. (ed.). *Imidzh Rossii v informatsionnom obshchestve* [Russia's Image in the Information Society], Moscow, 2010.
5. Vasilenko I.A., Vasilenko E. V., Emel'yanova N.N., Lyaparov V.N., Lyul'ko A.N. *Imidzh Rossii: kontseptsiya natsional'nogo i territorial'nogo brendinga* [Image of Russia: The Concept of National and Territorial Branding], ed. 2. Moscow, Ekonomika Publ., 2014.
6. Kusraeva O.A. Natsional'nyy brend i konkurentosposobnost' kompaniy: al'ternativnyy podkhod k natsional'nomu brendingu [Nation Brand and Competitiveness of Companies: Alternative Approach to Nation Branding], *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta: Menedzhment* [Vestnik of Saint Petersburg University. Management], 2021, no. 20 (1), pp. 30–57.
7. Solov'eva-Balayan D.I. Problema teoreticheskogo issledovaniya i prakticheskogo primeneniya kontseptsii natsional'nogo brendinga v Rossiyskoy Federatsii Issue of Theoretical Research and Practical Application of the Concept of National Branding in the Russian Federation], *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya* [The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration], 2022, no. 2, pp. 106–119.
8. Anholt S. Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations, *The Journal of Public Diplomacy*, 2013, vol. 2 (1), pp. 6–12.
9. Dinnie K. *Nation Branding. Concepts, Issues, Practice*. Oxford, Butterworth-Heinemann, 2008.
10. Galumov E.A. *Mezhdunarodnyy imidzh Rossii: strategiya formirovaniya* [Russia's International Image: Strategy of Formation]. Moscow, Izvestiya Publ., 2003.
11. Meshcheryakov T. V., Okol'nishnikova I. Yu., Nikiforova G. Yu. Brend kak kommunikativnyy kapital [Brand as a Type of Communicative Capital], *Problemy sovremennoy ekonomiki* [Problems of Modern Economics], 2011, no. 1, pp. 149–153.
12. Krasovskaya N.A. Vliyanie kongressnogo turizma na formirovanie mezhdunarodnogo turistskogo imidzha gosudarstva [Impact of Congress Tourism on the International Tourism Image of a State], *Servis v Rossii i za rubezhom* [Services In Russia And Abroad], 2016, no. 4, pp. 30–40.

Информация об авторах

Чараева Марина Викторовна — доктор экономических наук, профессор, исполняющий обязанности заведующего кафедрой теории и технологии в менеджменте, Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация. E-mail: mvcharaeva@mail.ru

Эксюзан Лаура Самвеловна — студент, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация. E-mail: lekrostov@mail.ru

Information about the authors

Marina V. Charaeva — Doctor of Economics, Professor, Acting Head of the Department of Theory and Technology in Management, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation. E-mail: mvcharaeva@mail.ru

Laura S. Eksuzian — Student, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation. E-mail: lekrostov@mail.ru

Статья поступила в редакцию 08.07.2024; одобрена после рецензирования 01.10.2024; принята к публикации 10.01.2025.

The article was submitted 08.07.2024; approved after reviewing 01.10.2024; accepted for publication 10.01.2025.

Территория: факты, оценки, перспективы

Научная статья

УДК 338.22

<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-58-63>

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Анастасия Валерьевна Алдошина¹, Ирина Юрьевна Каримова², Эмма Грачовна Шарян³✉

¹ Университет «Синергия», Москва, Российская Федерация

² Московский политехнический университет, Институт проблем управления РАН (ИПУ РАН), Москва, Российская Федерация

³ Московский политехнический университет, Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Эмма Грачовна Шарян, sharyan-emma@mail.ru

Аннотация. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что хотя экономические и социальные аспекты развития креативных индустрий достаточно широко освещены в деловой и научной литературе, но одновременное исследование экономических и экологических аспектов до сих пор не было проведено в должном масштабе. Исходя из этого, в статье рассматриваются экологические и экономические аспекты креативных индустрий, анализируется их влияние на экономику стран и регионов, повышение качества жизни и благосостояние общества. Кроме того, на практических примерах показано взаимодействие бизнеса и власти в мероприятиях по сохранению окружающей среды.

Ключевые слова: креативная экономика, концепция устойчивого развития, креативные индустрии

Для цитирования: Алдошина А. В., Каримова И. Ю., Шарян Э. Г. Креативные индустрии: экологические и экономические аспекты // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 58—63. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-58-63>

Territory: facts, assessments, prospects

Original article

CREATIVE INDUSTRIES: ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC ASPECTS

Anastasia V. Aldoshina¹, Irina Y. Karimova², Emma G. Sharyan³✉

¹ Synergy University, Moscow, Russian Federation

² Moscow Polytechnic University, Institute of Control Sciences of RAS (ICS RAS), Moscow, Russian Federation

³ Moscow Polytechnic University, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Emma G. Sharyan, sharyan-emma@mail.ru

Abstract. The relevance of the research topic is due to the fact that although the economic and social aspects of the development of creative industries are widely covered in business and scientific literature, a simultaneous study of economic and environmental aspects has not yet been carried out on a sufficient scale. Based on this, the article examines the environmental and economic aspects of creative industries, analyzes their impact on the economy of countries and regions, and the improvement of the quality of life and welfare of society. In addition, practical examples demonstrate the interaction of business and government in activities to preserve the environment.

Keywords: creative economy, sustainable development concept, creative industries

For citation: Aldoshina A.V., Karimova I.Y., Sharyan E.G. Creative Industries: Environmental and Economic Aspects. Territory Development. 2025;(1):58—63. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-58-63>

Понятия «креативная экономика» и «креативные индустрии» являются одними из самых обсуждаемых в настоящее время. Постиндустриальное общество и в России, и в мире начинает как будто приходить в себя после эпохи сверхпотребления в нулевые годы. Такие термины, как «осознанное потребление», «медленная мода», «день без покупок», становятся нормой жизни современного потребителя и, более того, поддерживаются и производителями, и массмедиа. Активно развивающиеся компании креативного сектора экономики строят свою стратегию не на массовом увеличении количества произведенных товаров, а на создании уникальных продуктов,

кастомизированных под нужды конкретного или нишевого потребителя. Стоимость данных товаров не рассчитывается стандартной формулой — себестоимость плюс плановая норма прибыли, — а определяется, скорее, уникальностью самого продукта, историей его создания, статусом компании-производителя или известностью его создателя, если речь идет об уникальных продуктах, в том числе и цифрового искусства. Такое «замедление» объемов производства, использование природных и ресурсосберегающих технологий, сознательный отказ компаний креативного сектора от вредных для природы и человека технологий, совместно с растущим вкладом в развитие



ВВП делают данный объект интересным для изучения как с экономической стороны, так и с точки зрения вопросов экологии.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что хотя экономические и социальные аспекты развития креативных индустрий достаточно широко освещены в деловой и научной литературе, но одновременное исследование экономических и экологических аспектов до сих пор не было проведено в должном масштабе. Вместе с тем представляется, что данная тема может быть интересна как научным центрам, так и предприятиям производственного сектора, а также администрациям и органам власти тех городов и регионов, где производственные компании либо уже исчерпали свой потенциал роста (Кузбасс, Тольятти и др.), либо для тех, где масштабное производство невозможно (например, такие туристические и рекреационные зоны, как Плес, Суздаль, Переславль-Залесский и т. д.). В данном аспекте, например, особенно интересен опыт по созданию креативных технопарков в Китае, или опыт восстановления и ребрендинга бывших производственных зон в креативные и туристические кварталы и кластеры (например, такие проекты, как ЗИЛ-АРТ, Арма, Артплэй, «Даниловская мануфактура», «Red October» в Москве; уральские креативные кластеры «Домна» и «На заводе» и др.).

Цель исследования — выявить общие закономерности развития креативных кластеров в России и мире, найти точки взаимоусиления экологической и экономической составляющей деятельности предприятий креативных индустрий, суммировать имеющийся опыт и обобщить проблемные зоны развития, обозначив тем самым поле для дальнейших научных исследований. Соответственно, поставленная цель определила и применяемые методы научного исследования — описание успешных практик и сравнительный анализ предприятий креативного сектора в России и мире.

Сохранение окружающей среды и защита природы являются важными задачами для человечества в современном мире. Последствия индустриальной эпохи — бурное развитие производства, чрезмерное потребление товаров, в том числе и активно пропагандируемое через массмедиа, экстенсивное освоение и исчерпание природных ресурсов, истощение сельскохозяйственных земель, загрязнение окружающей среды за счет деятельности предприятий нефтехимической, горнодобывающей, металлургической и многих других отраслей — все эти проблемы необходимо решать сегодня. Даже, казалось бы, такая безобидная сфера, как легкая промышленность и индустрия моды в целом, по оценкам специалистов, находится на втором месте после нефтехимической промышленности по степени негативного влияния на окружающую среду. Многие ученые и специалисты-практики, общественные организации, представители бизнеса и власти все больше говорят о том, что необходимы новые

подходы к поиску баланса между решением экономических задач и сохранением экологического равновесия.

Постиндустриальная экономика и концепция устойчивого развития, применение технологий искусственного интеллекта, роботизация производства — все это, помимо очевидного экономического эффекта (например, снижения издержек и, как следствие, повышения эффективности производства товаров и услуг), вносит свой позитивный вклад в решение экологических проблем. Так, более точное прогнозирование потребительского спроса позволяет качественно определять объем необходимых ресурсов для производства товаров и услуг; роботизация вредных производств снижает риски и ущерб здоровью их сотрудников; новые технологии сортировки и переработки мусора позволяют снизить количество и площади мусорных полигонов; цифровая печать на тканях дает возможность выпускать ровно то количество ткани, которое нужно компании-заказчику, а более точные программы по конструированию лекал позволяют кроить с меньшим количеством отходов и т. д.

Все это становится возможным с развитием и внедрением сектора информационных и цифровых технологий, который является частью креативных индустрий.

Выражение «креативные индустрии» может звучать как что-то новое, но это не так. В некотором смысле эта концепция существовала всегда, поскольку каждое изобретение или эволюция зависели от человеческого интеллекта. Но в современном значении термин «креативные индустрии» объединяет различные сферы экономики — IT, моду, дизайн, архитектуру, театральное творчество и киноискусство, ставя принципиальным отличием то, что основой для формирования добавленной стоимости служат результаты интеллектуальной деятельности, имеющие прикладное значение.

В индустриальную эпоху основное внимание всегда уделялось поиску способов производить больше за меньшее время и тратить на это меньше ресурсов. Роботизация и автоматизация производства высвобождают время и силы сотрудников и позволяют большую часть времени посвящать не нудной, монотонной, утомительной и низкооплачиваемой работе, а заниматься поиском новых решений и творчеством.

Конечно же, существуют такие технологии, как искусственный интеллект и машинное обучение, которые позволяют машинам начать творческую деятельность, но нельзя забывать, что роботы — это человеческие творения, т. е. наше творчество по-прежнему является отправной точкой для инноваций.

Появление термина «креативные индустрии» связано с изменениями, которые произошли в 1990-х гг. в некоторых промышленно развитых странах. Экономические и социальные изменения привели к смещению акцента с промышленной деятельности на интеллектуальную и наукоемкую

деятельность, в том числе в ее прикладных аспектах, например, в секторе услуг. Новые подходы к решению привычных задач, обусловленные развитием информационных технологий, позволяют добиваться значительного снижения затрат и повышения скорости предоставления услуг.

Экономическое значение креативных индустрий также растет. Однако, помимо того, что появление креативных индустрий рассматривается как экономическое явление, связанное с государственной политикой развития, их также следует рассматривать в ракурсе с так называемым культурным поворотом — произошедшей в конце прошлого века трансформацией социальных и культурных ценностей. Культурный поворот возникает в результате сочетания двух одновременных явлений: возникновения общества знания и перехода от материалистических ценностей к постматериалистическим ценностям.

Возникновение общества знаний (или информационного общества) связано с переходом от индустриального к постиндустриальному обществу. Это происходит путем перехода от экономики, основанной на капиталоемком и трудоемком использовании и ориентированной на массовое производство, к экономике, в которой капитал имеет интеллектуальную основу, связанную с личностью, ее интеллектуальными ресурсами, способностями формировать социальные сети и обмениваться знаниями.

В 2010 г. конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД) создала следующую классификацию креативных индустрий:

1. Культурные объекты: археологические памятники, музеи, библиотеки, выставки.
2. Традиционные способы выражения культуры: искусство и ремесла, вечеринки, торжества.
3. Исполнительское искусство: живая музыка, театр, танцы, опера, цирк, куклы.
4. Изобразительное искусство: живопись, скульптура, фотография, антиквариат.
5. Аудиовизуальные материалы: кино, телевидение, радио и другие производные от вещания.
6. Издательское дело и печатные СМИ: книги, пресса и другие публикации.
7. Новые медиа: программное обеспечение, видеоигры, оцифрованный творческий контент.
8. Творческие услуги: архитектура, реклама, исследования и разработки, культурные и развлекательные мероприятия.
9. Дизайн: интерьер, графика, мода, ювелирные изделия, игрушки.

Креативные индустрии отличаются от традиционных отраслей тем, что в их основе лежат интеллект, воображение и культурное самовыражение отдельных лиц и групп. Они также зависят от обильных и возобновляемых человеческих ресурсов, а не от дефицитных природных.

Кроме того, креативные индустрии не ограничиваются производством материальных товаров, они создают опыт, ощущения, эмоции и значения для потребителей.

Креативные индустрии необходимы для экономического и социального развития страны. Они обладают рядом конкурентных преимуществ:

— имеют добавленную стоимость за счет производства продуктов, обладающих интеллектуальной, художественной и символической ценностью, т. е. они могут приносить больше прибыли и больше дохода своим создателям и дистрибьюторам;

— создают рабочие места в тех регионах (например, районы Арктики и Крайнего Севера), которые могут иметь меньший потенциал с точки зрения промышленного производства, но при этом нуждаются в освоении, формировании инфраструктуры, повышении уровня социального развития. В последние годы количество рабочих мест в творческих отраслях значительно увеличилось. Этот сектор отвечает за создание высокооплачиваемых и квалифицированных рабочих мест, а также за вклад в благосостояние населения. По данным ЮНЕСКО, в 2022 г. на культурные и креативные отрасли приходилось 3,1 % мирового ВВП и более 48 млн рабочих мест (причем половину из них занимали женщины) по всему миру, что составляло 6,2 % от всех существующих рабочих мест;

— определяют инновационные решения. Творческие отрасли могут быть источником инновационных решений для повышения качества, эффективности и устойчивости различных секторов экономики и общества;

— улучшают качество жизни общества. Креативные индустрии играют большую роль в повышении качества жизни общества (например, программное обеспечение для распознавания голоса и программы чтения с экрана помогают людям с ограниченными возможностями получить доступ к компьютеру).

К креативным индустриям в странах можно отнести разные сферы (например, в Италии это ресторанный и винодельческий сектор, в Таиланде — это народная медицина и традиционная кухня). В России сектор креативной экономики насчитывает до 16 направлений в зависимости от классификации и включает искусство, дизайн, моду, компьютерную графику, анимацию, разработку компьютерных игр, IT, архитектуру и урбанистику, кино, ТВ, новые медиа, музыку и саунд-дизайн, маркетинг и коммуникации, издательское дело, журналистику, образование в области креативных индустрий [1].

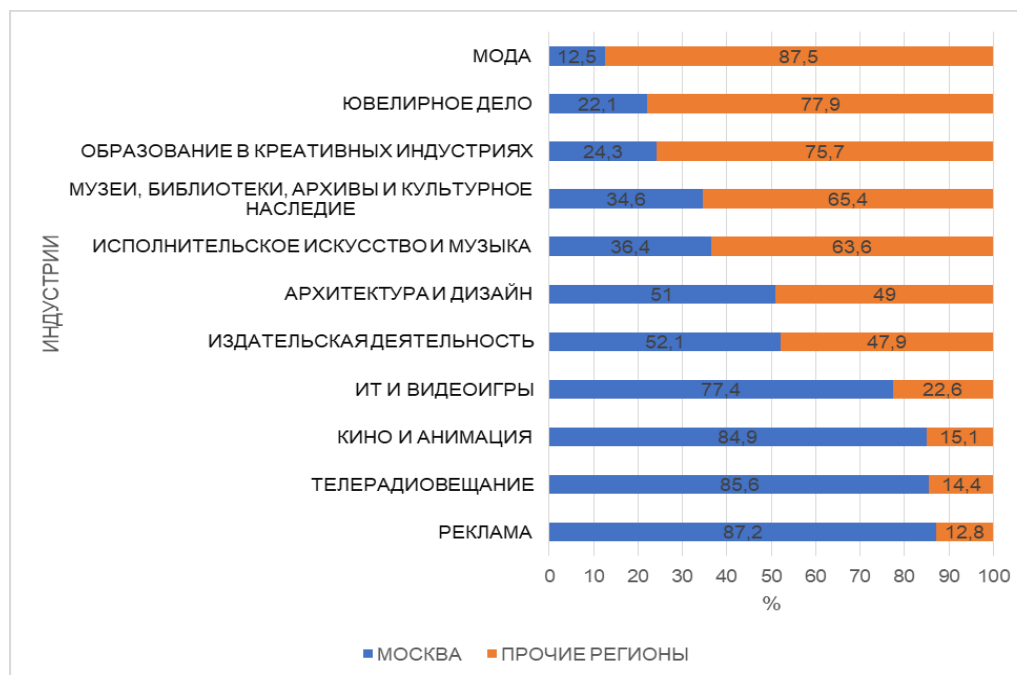
Креативные индустрии вносят свой весомый вклад и в экономику, и в экологию за счет более эффективного использования ресурсов и влияния на формирование в обществе ответственного отношения к окружающей среде.

Эти преимущества обеспечивают креативным индустриям, которые совсем недавно стали выделять в отдельный сектор экономики, гарантию стабильного роста в ближайшие годы и десятилетия. Интересно, что данные роста этого сектора в России и в мире показывают схожие тенденции: устойчивая динамика роста и серьезные перспективы. По разным оценкам, доля креативных ин-

дустрий в ВВП колеблется от 6,6 до 12 % в развитых странах. В России эта цифра пока меньше, но при этом стабильно растет. Сектор креативной экономики в России, по различным подсчетам, составляет от 3 до 4,37 % ВВП. Оборот российских креативных индустрий в течение последних четырех лет ежегодно увеличивается: в 2017 г. — на 6 %, в 2018 г. — на 15 %, в 2019 г. — на 9 %. По оценкам Центра стратегических разработок, к 2024 г. доля креативной экономики в ВВП страны может достичь 8,5 %, а к 2035 г. — 10 % [2].

Конечно же, говоря о развитии креативных индустрий, нужно иметь в виду, что наибольший вклад вносят города-мегаполисы, в силу большего сосредоточения креативного класса и государственной поддержки креативных индустрий.

Представим вклад Москвы в валовую добавленную стоимость креативных индустрий относительно других регионов Российской Федерации (рисунок).



Вклад Москвы в валовую добавленную стоимость креативных индустрий в 2022 г., % (представлено по: [3])
Contribution of Moscow to the Gross Value Added of Creative Industries in 2022, % (presented according to: [3])

Ключевым фактором дальнейшего развития креативных индустрий в стране является формирование законодательной базы. Так, был принят Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». Данный закон был инициирован Президентом Российской Федерации В. В. Путиным, так как необходимо было дать творческим (креативным) индустриям особый статус и новые возможности для развития. В законе закреплены такие основные понятия, как «креативные индустрии», «креативный кластер», «субъекты креативных индустрий», а также «меры государственной поддержки субъектов креативных индустрий».

Для создания базы организаций, которые поддерживают креативных предпринимателей, Федерация креативных индустрий зарегистрировала Creative Russia Map — это интерактивный каталог инфраструктурных участников рынка креативных индустрий России, включающий 785 компаний. Из них 287 являются федеральными организациями, 168 компаний расположены в Центральном федеральном округе, 68 — в Северо-Западном; 22 — в Южном; 13 — в Северо-Кавказском; 56 — в Приволжском, 51 — в Ураль-

ском, 81 — в Сибирском, 39 — в Дальневосточном. В каталоге также указаны типы организаций (крупные игроки, медиа, события, международные отношения, офлайн-площадки, образовательные организации, проектные офисы, отраслевые организации, межотраслевые организации, федеральные структуры, институты развития) и виды поддержки (нетворкинг, инфоподдержка, финансирование, инфраструктура, лоббирование, образование, экспертиза, консалтинг) [4].

Кроме того, важным вкладом креативных индустрий в развитие экономики является создание образа территории: страны, города и региона. Сувенирная продукция с символикой региона, изделия народно-художественных промыслов, кинофильмы и видеоролики, снятые в данной местности, создают запоминающийся образ и имидж территории.

Известный российский ученый, профессор В. Д. Секерин отмечает, что поиск идейных основ для формирования и развития национального брендинга может осуществляться по разным направлениям. Большое значение ученый придает творческому духу (человеческому капиталу) и это имеет серьезные предпосылки. Так, мировым сообществом россияне при любых обстоятельствах

воспринимаются как творческие люди, и в этой связи национальный бренд имеет высокий потенциал к позиционированию как творческого и новаторского [5]. Таким образом, само понятие «креативный класс», «креативность народа в целом» может выступать основой для национального брендинга.

Далее отметим и мультипликативный эффект креативных индустрий. Например, тот факт, что креативные индустрии, несмотря на малое количество занятых в них специалистов, дают возможность развития смежным с ними отраслям. Не случайно, одно рабочее место на предприятиях креативной экономики создает от 4 до 8 рабочих мест в других секторах. Индустрия моды, например, в полной мере демонстрирует этот эффект: загруженность отелей, ресторанов, театров и досуговых мест во время проведения «Недели моды» в мировых столицах находится на пике по сравнению даже с высоким туристическим сезоном.

Важным аспектом является и позитивное влияние креативных индустрий на сохранение окружающей среды. Именно индустрия моды демонстрирует в настоящее время ответственный подход к осознанному производству и потреблению, беря на себя обязательства по снижению углеродного следа, сертифицируя предприятия по самым жестким стандартам ESG, разрабатывая новые экоматериалы и принимая на переработку вещи из прошлых коллекций. Такие инициативы помогают компаниям выстроить имидж социально ответственных организаций, а также сформировать у потребителей чувство причастности к важному делу заботы об окружающей среде и дать возможность внести свой вклад в экологические инициативы. Кроме того, это еще и мощный информационный повод, который дает возможность компаниям получать большее количество публикаций и интервью, чем многие другие

информационные поводы, так как показывает высокую степень их социальной ответственности в решении важных проблем, стоящих перед обществом. Ярким примером могут быть инициативы модного дома Salvatore Ferragamo, организовавшего выставку, посвященную ретроспективе творчества дизайнера, который наряду с традиционными натуральными материалами создавал одежду и аксессуары из переработанного пластика, инновационных экоматериалов. Стоит отметить вклад российских модных марок, которые работают с новыми материалами, созданными на основе льна, крапивы, протеинов молока и даже яблочной кожуры. Многие из этих материалов были созданы или протестированы в лаборатории инновационных материалов Российского государственного университета им. А. Н. Косыгина, где студенты и преподаватели ведут научную работу по созданию материалов будущего. Реклама как одна из сфер креативной экономики, внедряя и используя энергосберегающие рекламные носители, снижая использование печатных материалов и отдавая приоритет электронным средствам коммуникации, поддерживает экологические инициативы.

Образование в сфере креативных индустрий также играет важную роль в повышении экологически ответственного отношения общества. Вузы и колледжи, которые готовят кадры для легкой промышленности, индустрии моды, рекламы и дизайна, проводят творческие конкурсы, организуют мастер-классы и лекции на экологическую тематику, стараясь формировать экологически ответственный образ мышления подрастающего поколения.

Таким образом, креативные индустрии вносят весомый вклад как в экономику стран и регионов, так и в сохранение и улучшение экологической ситуации в мире.

Список источников

1. Залевская М. А., Морданов М. А. Состояние и перспективы развития креативных индустрий: опыт Югры // ЭТАП. 2022. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-kreativnyh-industriy-opyt-yugry> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-industrii-i-kreativnye-industrii-granitsy-ponyatiy> (дата обращения: 20.11.2024).
3. Королева И. Б., Соколова И. Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // Baikal Research Journal. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-rossii-i-mire-sostoyanie-tendentsii-i-problemy-upravleniya-razvitiem> (дата обращения: 20.11.2024).
4. Каверина Н. А., Гретченко А. И., Гретченко А. А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) // Промышленность: экономика, управление, технологии. 2019. № 1 (75). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-razvitiye-kreativnyh-industriy-v-rossii-opyt-stolitsy-i-regionov> (дата обращения: 20.11.2024).
5. Секерин В. Д., Горохова А. Е. Идеиные основы развития российского национального брендинга // Брендинг как коммуникационная технология XXI века : материалы X Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Санкт-Петербург, 27 февраля 2024 г. Санкт-Петербург : С.-Петерб. гос. экон. ун-т, 2024. С. 102—105. EDN OJXBJS.

References

1. Zalevskaya M.A., Mordanov M.A. Sostoyanie i perspektivy razvitiya kreativnykh industriy: opyt Yugry [The State and Prospects of Development of Creative Industries: The Experience of Ugra], ETAP [ETAP: Economic Theory, Analysis, and Practice], 2022, no. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-kreativnyh-industriy-opyt-yugry> (accessed: 20.11.2024).

2. Veynmeyster A.V., Ivanova Yu.V. “Kul'turnye industrii” i “kreativnye industrii”: granitsy ponyatiy [“Cultural Industries” and “Creative Industries”: The Concepts’ Boundary], *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Research], 2017, no. 1 (26). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-industrii-i-kreativnye-industrii-granitsy-ponyatiy> (accessed: 20.11.2024).

3. Koroleva I.B., Sokolova I.L. Kreativnye industrii v Rossii i mire: sostoyanie, tendentsii i problemy upravleniya razvitiem [Creative Industries in Russia and the World: State, Trends and Problems of Development Management], *Baikal Research Journal*, 2022, no. 3. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-rossii-i-mire-sostoyanie-tendentsii-i-problemy-upravleniya-razvitiem> (accessed: 20.11.2024).

4. Kaverina N.A., Gretchenko A.I., Gretchenko A.A. Sovremennoe razvitie kreativnykh industriy v Rossii (opyt stolitsy i regionov) [Modern Development of Creative Industries in Russia (Experience of the Capital and Regions)], *Promyshlennost': ekonomika, upravlenie, tekhnologii* [Industry: economics, management, technology], 2019, no. 1 (75). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-razvitie-kreativnykh-industriy-v-rossii-opyt-stolitsy-i-regionov> (accessed: 20.11.2024).

5. Sekerin V.D., Gorokhova A.E. Ideynye osnovy razvitiya rossiyskogo natsional'no-go brendinga [Ideational Foundations for the Development of Russian National Branding], *Brending kak kommunikatsionnaya tekhnologiya XXI veka, Materialy X Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* [Branding as a Communication Technology of the XXI Century : Proceedings of the X International Scientific and Practical Conference]: v 2 part. St. Petersburg, 27 February 2024 g. St. Petersburg, S.-Petersb. gos. ekon. universitet, 2024, pp. 102–105.

Информация об авторах

Алдошина Анастасия Валерьевна — преподаватель кафедры рекламы и визуальных коммуникаций, Университет «Синергия», Москва, Российская Федерация. E-mail: aldoshka.255@gmail.com

Каримова Ирина Юрьевна — старший преподаватель кафедры рекламы и связи с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет; аспирант Института проблем управления РАН (ИПУ РАН), Москва, Российская Федерация. E-mail: irinland@ya.ru

Шарян Эмма Грачовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры рекламы и связи с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет, Москва, Российская Федерация. E-mail: sharyan-emma@mail.ru

Information about the authors

Anastasia V. Aldoshina — Lecturer, Department of Advertising and Visual Communications, Synergy University, Moscow, Russian Federation. E-mail: aldoshka.255@gmail.com

Irina Y. Karimova — Senior Lecturer, Department of Advertising and Public Relations in the Media Industry, Moscow Polytechnic University; Postgraduate Student, Institute of Control Sciences of RAS (ICS RAS), Moscow, Russian Federation. E-mail: irinland@ya.ru

Emma G. Sharyan — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations in the Media Industry, Moscow Polytechnic University, Moscow, Russian Federation. E-mail: sharyan-emma@mail.ru

Статья поступила в редакцию 16.10.2024; одобрена после рецензирования 21.11.2024; принята к публикации 10.01.2025.

The article was submitted 16.10.2024; approved after reviewing 21.11.2024; accepted for publication 10.01.2025.

Территория: факты, оценки, перспективы

Научная статья

УДК 332.14

<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-64-70>

КОМПЛЕКС МОДЕЛЕЙ ВАЛОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Татьяна Андреевна Игнашева

Марийский государственный университет, Йошкар-Ола, Российская Федерация

Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола, Российская Федерация, samofeeva@mail.ru

Аннотация. Экономический рост территории определяется многими факторами, включающими демографические, социальные и общественные показатели. Ключевым индикатором развития экономики региона является валовой региональный продукт как интегральный результат комплексного функционирования отраслей и видов экономической деятельности. Каждая территория характеризуется набором показателей, в наибольшей степени влияющих на уровень экономического благосостояния в зависимости от сложившихся природных, производственных и социальных условий. Выявление данных показателей и определение степени их воздействия на моделируемый индикатор позволит направленно развивать ведущие отрасли в регионе с целью максимального повышения роста экономики.

Ключевые слова: валовой региональный продукт, население, инвестиции, основные фонды, уровень безработицы, оборот розничной торговли

Для цитирования: Игнашева Т. А. Комплекс моделей валового регионального продукта Республики Марий Эл // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 64—70. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-64-70>

Territory: facts, assessments, prospects

Original article

A COMPLEX OF MODELS OF THE REPUBLIC OF MARI EL GROSS REGIONAL PRODUCT

Tatyana A. Ignasheva

Mari State University, Yoshkar-Ola, Russian Federation

Volga State Technological University, Yoshkar-Ola, Russian Federation, samofeeva@mail.ru

Abstract. The economic growth of a territory is determined by many factors, including demographic, social, and public indicators. The key indicator of the development of the region's economy is the gross regional product as an integral result of the complex functioning of industries and types of economic activity. Each territory is characterized by a set of indicators that have the greatest impact on the level of economic well-being, depending on the prevailing natural, production, and social conditions. Identifying these indicators and determining the degree of their impact on the modeled indicator will allow targeted development of leading industries in the region in order to maximize economic growth.

Keywords: gross regional product, population, investment, fixed assets, unemployment rate, retail turnover

For citation: Ignasheva T.A. A Complex of Models of the Republic of Mari El Gross Regional Product. *Territory Development*. 2025;(1):64—70. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-64-70>

Введение

Объем и динамика изменения валового регионального продукта (ВРП) являются определяющими показателями при исследовании развития территории. Осуществляя целенаправленное регулирование факторов с наибольшим удельным весом экономического роста в ВРП отдельного региона, можно планировать деятельность конкретной экономической системы. Анализ валового регионального продукта с позиций влияния различных социально-экономических индикаторов посвящены труды отечественных и зарубежных ученых. В исследовании Д. Д. Вавиловой и Р. Зерари отражена методика построения производственной функции Кобба — Дугласа для

выявления зависимости валового регионального продукта Удмуртской Республики от таких факторов производства, как трудовые ресурсы, производственный капитал и инвестиции [1]. В статье Е. И. Козловой, М. А. Новак и М. Ю. Карловой сделан анализ корреляции между ВРП и основными его факторами на примере Липецкой области. Результаты исследования этих авторов представлены трендовыми прогнозными моделями и линейными уравнениями множественной регрессии [2]. А. В. Кутышкин использовал односекторную модель экономического роста Р. Солоу, в которой функционирование региональной экономики описывается двухфакторными неоклассическими функциями с постоянной эластичностью



замещения факторов затрат производства [3]. В исследовании Н. Д. Кочеткова проведена эконометрическая оценка модели зависимости ВРП от внутренних затрат на НИР и от количества научных и высших образовательных организаций, выявлены регионы с наибольшей работоспособностью данной модели, определены регионы с наименьшим и наибольшим вкладом объясняющих факторов в ВРП [4].

Основной задачей работы С. Б. Кузнецова и Е. В. Кулигина было создание модели валового регионального продукта на базе конечно-временной схемы интегро-дифференциального уравнения. Полученное уравнение определяет прирост валового регионального продукта, опираясь на такие изменения факторов производства, как основные фонды производства, природные и трудовые ресурсы [5]. Научная новизна исследования И. В. Наумова и Н. Л. Никулиной состоит в разработке (с применением методов ARIMA-моделирования и регрессионного анализа по панельным данным) методического подхода к моделированию и сценарному прогнозированию уровня ВРП разных групп регионов с учетом динамики изменения их государственного долга [6]. В работе Т. В. Крамина и Д. А. Устюжаниной доказано существование постоянной эластичности интегрального показателя качества жизни населения в регионах России по подушевому ВРП [7].

В статьях О. И. Дранко, С. М. Окладникова, Е. В. Благодарного [8], О. И. Дранко и С. А. Приказчикова [9] представлена математическая модель связи валового регионального продукта, выручки отраслей и выручки отдельных предприятий на примере модельной отрасли обрабатывающих производств, построена модель в матричном виде, увязывающая рост ВРП, финансовую отчетность региональных организаций и оценки повышения эффективности по основным финансово-экономическим показателям в Челябинской области. Основными вопросами в исследовании С. Б. Кузнецова и Е. В. Кулигина являются усовершенствование математической модели развития региональных экономик с учетом сопротивления внешним и внутренним изменениям, получение расчетных значений коэффициентов экономического сопротивления для Тюменской, Самарской, Московской областей и Республики Татарстан [10]. В процессе моделирования в работе О. С. Кошевого сформирована нелинейная регрессионная модель связи коэффициента напряженности на рынке труда с показателем валового регионального продукта Волгоградской области [11]. Авторы А. А. Дуйсенбекова, А. М. Кабдулшарипова, А. Даниловска показали, что государственная политика в сфере потребления продовольствия и обеспечения населения продовольствием должна включать механизмы снижения разницы в доходах, стабилизации цен, ориентации на сбалансированное питание, комплексный подход к прогнозированию потребительских предпочтений [12].

Сравнительный анализ авторских трудов, посвященных исследованию объемов и динамики

валового регионального продукта различных территориальных субъектов, свидетельствует о достаточной изученности данного вопроса. Однако совокупность факторов, определяющих суммарную величину ВРП, включает большое количество показателей социальной, экономической, финансовой, политической сфер деятельности. Детализация и расширение базы обследуемых показателей даст возможность получения дополнительных выводов о тенденциях изменения совокупного общественного продукта разных территорий.

В связи с интегральной природой ВРП построение комплекса моделей для Республики Марий Эл позволит получить разносторонние зависимости, которые могут быть полезны для углубления и дополнения выводов, полученных при анализе сфер экономической деятельности региона [13].

Цель исследования заключается в моделировании валового регионального продукта Республики Марий Эл на основе разных наборов экзогенных переменных для определения ключевых факторов, обеспечивающих прирост ВРП региона.

В задачи исследования входит определение комплекса объясняющих показателей для получения моделей регрессии, построение статистически обоснованных и экономически интерпретируемых зависимостей; проведение сравнительного анализа и выявление наиболее оптимальной модели, определяющей наибольший прирост ВРП региона.

Материалы и методы

Аналитическая база исследования представлена статистическими материалами Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл за 2000—2023 гг. В качестве исследовательского инструментария использованы алгоритмы построения множественных моделей на основе регрессионного анализа с применением пошаговой схемы с последовательным исключением незначимых факторов. Сравнительный анализ полученных зависимостей проводился на основе статистических критериев значимости моделей регрессии, доли факторов в объяснении дисперсии результата стандартной ошибки моделирования. Реализация алгоритма регрессионного анализа позволила выявить актуальные зависимости между различными наборами социально-экономических показателей в их совокупном воздействии на прирост валового регионального продукта региона.

Результаты исследования

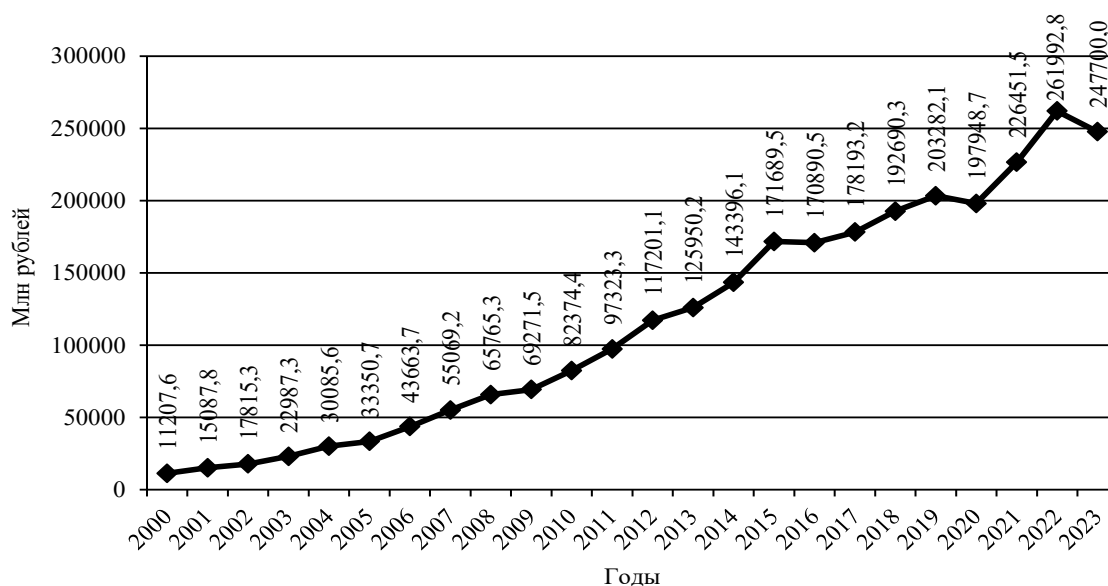
Изучение экономического развития любого региона остается актуальным и востребованным на любом этапе его экономического роста. Результаты анализа позволяют оценить текущее состояние территории: уровень безработицы, объем ВРП, инфляцию и другие социально-экономические показатели, влияющие на качество жизни населения. Исследование регионального развития также позволяет определить его будущее состояние. Анализ тенденций и факторов, таких как демо-

графия, инфраструктура, образование, здравоохранение и технологический прогресс, предлагает прогнозы относительно экономического роста, занятости и других важных аспектов. Результаты исследования позволяют разрабатывать стратегии развития региона: определить приоритетные секторы экономики, выявить потребности населения, проанализировать конкурентные преимущества региона, разработать меры поддержки для развития отраслей и улучшения качества жизни.

Объектом исследования данной работы выбран валовой региональный продукт Республики Марий Эл с временным интервалом с 2000 по 2023 г.

Данный индикатор коррелирует со многими социально-экономическими показателями. Так, уровень инвестиций влияет на объем производства и ВРП. Уровень безработицы может оказывать как негативное, так и положительное влияние на ВРП. Таким образом, использование валового регионального продукта в качестве результативного признака позволяет учесть взаимосвязи между различными переменными и получить более точные результаты анализа.

Проанализируем тенденцию изменения объемов валового регионального продукта в Республике Марий Эл (рисунк).



Динамика ВРП в регионе с 2000 по 2023 г. (в текущих основных ценах)
Dynamics of GRP in the region from 2000 to 2023 (in current basic prices)

Из рисунка видно, что объемы валового регионального продукта в Республике Марий Эл за последние 24 года имеют возрастающую тенденцию. Данный показатель за анализируемый период увеличился на 236 492,4 млн руб. С 2000 по 2015 г. наблюдался устойчивый рост ВРП. В 2016 г. отмечалось незначительное снижение объемов — на 799 млн руб. по сравнению с 2015 г., что предположительно связано с началом реализации политики импортозамещения в регионе. Следующее падение уровня совокупного продукта наблюдалось в 2020 г. — на 5 333,4 млн руб. по сравнению с 2019 г., что объясняется временной стагнацией экономики в связи с пандемией коронавирусной инфекции. Наибольший темп роста ВРП в республике зафиксирован с 2020 по 2022 г., он составил 132 %. После этого последовал наибольший спад, зафиксированный за анализируемый период с 2000 г., — на 14 292,8 млн руб., связанный с участием Российской Федерации в СВО и снижением трудового потенциала населения.

Для построения регрессионных моделей в роли эндогенного фактора (y) выбран валовой региональный продукт Республики Марий Эл как основной показатель экономической активности региона.

В качестве объясняющих переменных отобраны следующие показатели:

- x_1 — численность населения, тыс. человек;
- x_2 — доля рабочей силы в общей численности населения, %;
- x_3 — среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, руб.;
- x_4 — инвестиции в основной капитал в расчете на душу населения, млн руб.;
- x_5 — основные фонды по полной учетной стоимости, млн руб.

Все экзогенные переменные имеют связь с результативным признаком. Все показатели влияют на производство товаров и услуг в регионе, которое непосредственно связано с валовым региональным продуктом, рассчитываемым для Республики Марий Эл производственным методом. В роли дополнительных объясняющих переменных выступили:

- x_6 — уровень безработицы (15—72 года), %;
- x_7 — продукция сельского хозяйства на душу населения, млн руб.;
- x_8 — оборот розничной торговли, млн руб.

Высокий уровень безработицы негативно влияет на количество произведенной продукции в регионе, что указывает на непосредственную

связь с ВРП. Сельское хозяйство является одной из основных отраслей Республики Марий Эл, поэтому в модель был включен показатель, отражающий количество произведенной сельскохозяйственной продукции. Розничная торговля выполняет ряд функций в экономике, которые являются важными для участников рыночного процесса.

В результате реализации алгоритма регрессионного анализа построены три статистически значимые модели, отражающие влияние различных факторов на ВРП Республики Марий Эл. Факторы, не вошедшие в итоговые зависимости, показали несущественное воздействие на валовой региональный продукт региона.

Первая модель отражает влияние среднемесячной номинальной начисленной заработной платы (x_3), стоимости основных фондов (x_5) и продукции сельского хозяйства в расчете на душу населения (x_7) на валовой региональный продукт и описывается следующим уравнением:

$$\hat{y} = -329,729 + 4,760x_3 - 0,037x_5 + 1\,264,898x_7. \quad (1)$$

Вследствие того, что естественные коэффициенты регрессии не позволяют определить, какой из факторных признаков больше влияет на результативный показатель, построена модель и в стандартизированном виде (t_y):

$$t_y = 0,72t_{x_3} - 0,15t_{x_5} + 0,42t_{x_7}. \quad (2)$$

Стандартизированные коэффициенты модели показывают, что наибольшее влияние на ВРП (в текущих основных ценах) имеет среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, так как при увеличении заработной платы увеличиваются потребительские расходы, растут инвестиции в экономику. В данной модели при увеличении среднемесячной начисленной заработной платы на 1 % ВРП поднимется на 0,72 %.

Кроме того, достаточное влияние на результативный показатель оказывает количество продукции сельского хозяйства в расчете на душу населения (при увеличении на 1 % сельскохозяйственной продукции ВРП увеличится на 0,42 %). Учитывая региональные особенности Республики Марий Эл, в которой аграрный сектор является одним из ключевых, данную зависимость можно объяснить так: сельскохозяйственная продукция экспортируется, что способствует увеличению поступления доходов в экономику. Продукция сельского хозяйства занимает значительное место в потребительской корзине. Увеличение объемов сельскохозяйственной продукции в расчете на душу населения повышает уровень потребления в регионе, что стимулирует экономику посредством увеличения спроса на эти продукты.

Согласно построенной модели, валовой региональный продукт находится в обратной зависимости со стоимостью основных фондов: так, при увеличении полной учетной стоимости основных

фондов на 1 % ВРП республики уменьшится на 0,15 %. Обратную зависимость можно объяснить лаговым отставанием отдачи от основных фондов в экономике, так как приобретение дополнительных основных фондов влечет повышение финансовых расходов в отчетном периоде, которые впоследствии приведут к увеличению производства и, соответственно, к росту валового регионального продукта.

Вторая модель отражает влияние инвестиций в основной капитал в расчете на душу населения (x_4) и доли рабочей силы в общей численности населения (x_2) на валовой региональный продукт. Уравнение регрессии в естественном виде принимает зависимость:

$$\hat{y} = 735,957 + 14,082x_2 + 2\,830,174x_4. \quad (3)$$

Для ранжирования факторов по степени влияния модель также получена в стандартизированном виде:

$$t_y = 0,39t_{x_2} + 0,83t_{x_4}. \quad (4)$$

Анализ стандартизированных коэффициентов показывает, что наибольшее влияние на изменение валового регионального продукта имеют инвестиции в основной капитал в расчете на душу населения (x_4). При их росте на 1 % объем валового регионального продукта увеличится на 0,83 %. Положительная взаимосвязь подтверждает теорию классического кейнсианства о существовании эффекта мультипликатора инвестиций, т. е. прирост инвестиций приводит к значительному увеличению ВВП или ВРП. Это объясняется тем, что инвестиции выступают в роли своеобразного толчка, который способствует росту производства и потребления в регионе.

На валовой региональный продукт в данной модели положительно влияет и доля рабочей силы в общей численности населения (x_2). Так, при ее увеличении на 1 % уровень роста ВРП составит 0,39 %. Данная зависимость закономерна: так как именно население трудоспособного возраста участвует в общественном труде, увеличивая экономические индикаторы.

В третьей модели в роли статистически значимых экзогенных факторов выступили совместно продукция сельского хозяйства в расчете на душу населения (x_7) и оборот розничной торговли (x_8). Их влияние на результативный признак описывается моделью:

$$\hat{y} = -2\,181,306 + 1\,244,156x_7 + 1,200x_8. \quad (5)$$

Стандартизированное уравнение регрессии имеет вид:

$$t_y = 0,44t_{x_7} + 0,56t_{x_8}. \quad (6)$$

Проранжировав показатели, вошедшие в модель, по степени их влияния на валовой регио-

нальный продукт, выявим, что наибольшее положительное влияние на результативный признак оказывает оборот розничной торговли (x_8). При его росте на 1 % уровень ВРП вырастет на 0,56 %. Это объясняется тем, что розничная торговля является важным инструментом в современных рыночных отношениях, при ее росте увеличивается реализация и потребление товаров и услуг.

Несколько меньшее влияние оказывает на результат продукция сельского хозяйства в расчете на душу населения (x_7): при увеличении ее объе-

мов на 1 % валовой региональный продукт возрастет на 0,44 %. Стоит отметить, что в первую модель также вошел данный фактор в качестве статистически значимого с положительным действием на ВРП, что доказывает устойчивость его воздействия на моделируемый показатель.

Для выбора оптимальной практико-ориентированной регрессионной модели, описывающей изменение валового регионального продукта, использованы следующие показатели (таблица).

Сравнительная характеристика моделей ВРП Республики Марий Эл
Comparative characteristics of the GRP models of the Republic of Mari El

Показатель	Модель 1	Модель 2	Модель 3
Коэффициент детерминации R^2	0,988	0,828	0,976
Скорректированный коэффициент детерминации $R^2_{\text{скор}}$	0,977	0,810	0,956
Критическое значение критерия Фишера $F_{\text{табл}}$	3,180	2,190	2,190
Наблюдаемое значение критерия Фишера $F_{\text{набл}}$	2 384,985	45,840	2 663,511
Уровень значимости p	0,000	0,000	0,000
Стандартная ошибка	3 869,426	31 150,077	4 482,086

Построенные модели являются статистически значимыми и надежными, на что указывает превышающий табличное значение наблюдаемый F -критерий Фишера, а также уровень значимости (p). Следовательно, выбор наилучшей модели осуществляется на основе коэффициента детерминации. Он показывает, что первая модель наиболее точно и оптимально описывает изменение валового регионального продукта в Республике Марий Эл, а именно: описывает 98,8 % вариации ВРП региона.

Заключение

Регрессионные модели, представленные в статье, выявили численные зависимости между социально-экономическими факторами и валовым региональным продуктом Республики Марий Эл, что позволяет целенаправленно регулировать соотношения между индикаторами экономики, планировать объем ВРП в регионе и управлять экономическим ростом.

Первая модель свидетельствует о том, что при увеличении среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работающих в экономике на 1 тыс. руб. валовой региональный

продукт в Республике Марий Эл возрастет на 4 760 млн руб., при увеличении основных фондов по полной учетной стоимости на 1 млн руб. ВРП региона сократится на 37 тыс. руб. При возрастании продукции сельского хозяйства в расчете на душу населения на 1 млн руб. валовой региональный продукт увеличится на 1 264,9 млн руб.

Вторая модель показывает, что при увеличении доли рабочей силы в общей численности населения на 1 % рост ВРП Республики Марий Эл составит 14,1 млн руб., при возрастании инвестиций в основной капитал на душу населения на 1 млн руб. валовой региональный продукт региона увеличится на 2 830,2 млн руб.

Третья модель показывает, что при возрастании продукции сельского хозяйства в расчете на душу населения на 1 млн руб. валовой региональный продукт в республике возрастет на 1 244,2 млн руб., при росте оборота розничной торговли на 1 млн руб. ВРП увеличится на 1,2 млн руб.

Полученные абсолютные зависимости могут быть использованы планово-аналитическими службами региона при разработке оперативных планов развития экономики и регулировании объемов валового регионального продукта.

Список источников

1. Вавилова Д. Д., Зерари Р. Анализ, моделирование и прогнозирование динамики валового регионального продукта на основе производственной функции // Экономика. Информатика. 2024. Т. 51, № 1. С. 5—17. DOI: 10.52575/2712-746X-2024-51-1-5-17. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=65680960>
2. Козлова Е. И., Новак М. А., Карлова М. Ю. Моделирование взаимосвязи валового регионального продукта, трудовых ресурсов и занятости (на примере Липецкой области) // Региональная экономика: теория и практика. 2020. Т. 18, № 5 (476). С. 870—890. DOI: 10.24891/re.18.5.870. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42840323>
3. Кутышкин А. В. Моделирование динамики валового регионального продукта // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2021. Т. 21, № 2. С. 104—113. DOI: 10.14529/ctcr210210. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45702990>
4. Кочетков Н. Д. Моделирование зависимости валового регионального продукта от затрат на НИР и числа высших образовательных и научных организаций в РФ // Вектор экономики. 2021. № 1 (55). С. 6. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44688473>

5. Кузнецов С. Б., Кулигин Е. В. Интегро-дифференциальная модель оценки валового регионального продукта // Развитие территорий. 2022. № 2 (28). С. 15—21. DOI: 10.32324/2412-8945-2022-2-15-21. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48842879>
6. Наумов И. В., Никулина Н. Л. Сценарное моделирование влияния динамики государственного долга на валовой региональный продукт субъектов России // Финансы: теория и практика. 2021. Т. 25, № 6. С. 68—84. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-6-68-84. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47392789>
7. Крамин Т. В., Устюжанина Д. А. Влияние подушевого ВРП на качество жизни населения в регионах России // Экономика региона. 2024. Т. 20, № 1. С. 176—188. DOI: 10.17059/ekon.reg.2024-1-12. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=65525039>
8. Дранко О. И., Окладников С. М., Благодарный Е. В. Управление региональным развитием с использованием двухуровневой модели «Отрасль — предприятие» // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2022. Т. 22, № 3. С. 93—105. DOI: 10.14529/ctcr220309 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49317066>
9. Дранко О. И., Приказчиков С. А. Подход к повышению эффективности управления экономическим развитием регионов России на примере Челябинской области // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2020. Т. 20, № 2. С. 93—104. DOI: 10.14529/ctcr200209. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42900945>
10. Кузнецов С. Б., Кулигин Е. В. Моделирование коэффициента сопротивления экономической среды // Бизнес. Образование. Право. 2023. № 2 (63). С. 128—133. DOI: 10.25683/VOLBI.2023.63.640. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53853726>
11. Кошевой О. С. Методика прогнозирования ситуации на рынке труда региона // Организатор производства. 2023. Т. 31, № 1. С. 171—182. DOI: 10.36622/VSTU.2023.46.61.013. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50453702>
12. Дүйсенбекова А. А., Кабдулшапинова А. М., Даниловска А. Потребление продуктов питания в Восточно-Казахстанской области — ориентир на стабильность показателей / Проблемы агропродовольствия. 2024. № 3. С. 100—110.
13. Игнашева Т. А. Статистический анализ социально-экономических индикаторов Республики Марий Эл // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. 2020. Т. 6, № 3 (23). С. 359—365. DOI: 10.30914/2411-9687-2020-6-3-359-364. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44313558>

References

1. Vavilova D.D., Zerari R. Analiz, modelirovanie i prognozirovanie dinamiki valovogo regional'nogo produkta na osnove proizvodstvennoy funktsii [Analysis, Modeling and Forecasting of the Gross Regional Product Dynamics Based on the Production Function], *Ekonomika. Informatika* [Economics. Information technologies], 2024, vol. 51, no. 1, pp. 5—17. DOI: 10.52575/2712-746X-2024-51-1-5-17. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=65680960>
2. Kozlova E.I., Novak M.A., Karlova M.Yu. Modelirovanie vzaimosvyazi valovogo regional'nogo produkta, trudovykh resursov i zanyatosti (na primere Lipetskoy oblasti) [Modeling of the Relationship Between Gross Regional Product, Labor Force, and Employment: The Lipetsk Oblast Case Study], *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika* [Regional Economics: Theory and Practice], 2020, vol. 18, no. 5 (476), pp. 870—890. DOI: 10.24891/re.18.5.870. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42840323>
3. Kutyshekin A.V. Modelirovanie dinamiki valovogo regional'nogo produkta [Modeling the Dynamics of Gross Regional Product], *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta, Seriya "Komp'yuternye tekhnologii, upravlenie, radioelektronika"* [Bulletin of the South Ural State University, The Series "Computer Technology, Automatic Control, Radio Electronics"], 2021, vol. 21, no. 2, pp. 104—113. DOI: 10.14529/ctcr210210. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45702990>
4. Kochetkov N.D. Modelirovanie zavisimosti valovogo regional'nogo produkta ot zatrat na NIR i chisla vysshikh obrazovatel'nykh i nauchnykh organizatsiy v RF [Modelling Dependence of Gross Regional Product From the Expenditure on R&D and the Number of Higher Educational and Scientific Institutions in Russia], *Vektor ekonomiki* [Vector of the Economy], 2021, no. 1 (55), p. 6. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44688473>
5. Kuznetsov S.B., Kuligin E.V. Integro-differentsial'naya model' otsenki valovogo regional'nogo produkta [Integro-Differential Evaluation Model Gross Regional Product], *Razvitie territoriy* [Territory Development], 2022, no. 2 (28), pp. 15—21. DOI: 10.32324/2412-8945-2022-2-15-21. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48842879>
6. Naumov I.V., Nikulina N.L. Stsenarnoe modelirovanie vliyaniya dinamiki gosudarstvennogo dolga na valovoy regional'nyy produkt sub"ektov Rossii [Finance: Theory and Practice], *Finansy: teoriya i praktika* [Scenario Modelling of the Impact of the Dynamics of Public Debt on the Gross Regional Product of Russian Regions], 2021, vol. 25, no. 6, pp. 68—84. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-6-68-84. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47392789>
7. Kramin T.V., Ustyuzhanina D.A. Vliyanie podushevogo VRP na kachestvo zhizni naseleniya v regionakh Rossii [Impact of GRP Per Capita on the Quality of Life of the Population in Russian Regions], *Ekonomika regiona* [Economy of Regions], 2024, vol. 20, no. 1, pp. 176—188. DOI: 10.17059/ekon.reg.2024-1-12. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=65525039>
8. Dranko O.I., Okladnikov S.M., Blagodarnyy E.V. Upravlenie regional'nym razvitiem s ispol'zovaniem dvukhurovnevoy modeli "Otrasl' — predpriyatie" [Regional Development Management with Two-Level «Industry — Organization» Support Model], *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Komp'yuternye tekhnologii, upravlenie, radioelektronika* [Bulletin of the South Ural State University. The Series "Computer Technology, Automatic Control, Radio Electronics"], 2022, vol. 22, no. 3, pp. 93—105. DOI: 10.14529/ctcr220309 Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49317066>
9. Dranko O.I., Prikazchikov S.A. Podkhod k povysheniyu effektivnosti upravleniya ekonomicheskim razvitiem regionov Rossii na primere Chelyabinskoy oblasti [Approach to Improving the Effectiveness of Managing the Economic Development of the Regions of Russia on the Example of the Chelyabinsk Region], *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Komp'yuternye tekhnologii, upravlenie, radioelektronika* [Bulletin of the South Ural State University. The Series "Computer Technology, Automatic Control, Radio Electronics"], 2020, vol. 20, no. 2, pp. 93—104. DOI: 10.14529/ctcr200209. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42900945>

10. Kuznetsov S.B., Kuligin E.V. Modelirovanie koeffitsienta soprotivleniya eko-nomicheskoy sredy [Simulation of Resistance Coefficient of Economic Environment], *Biznes. Obrazovanie. Pravo* [[Business. Education. Law], 2023, no. 2 (63), pp. 128–133. DOI: 10.25683/VOLBI.2023.63.640. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53853726>

11. Koshevoy O.S. Metodika prognozirovaniya situatsii na rynke truda regiona [Methodology of Forecasting the Situation on the Labor Market of the Region], *Organizator proizvodstva* [Organizer of Production], 2023, vol. 31, no. 1, pp. 171–182. DOI: 10.36622/VSTU.2023.46.61.013. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50453702>

12. Dyuysenbekova A.A., Kابدulsharipova A.M., Danilovska A. Potreblenie produktov pitaniya v Vostochno-Kazakhstanskoy oblasti — orientir na stabil'nost' pokazateley [Food Consumption in East Kazakhstan Region - Focus on Stability of Indicators], *Problemy agrorynka* [Problems of Agrimarket], 2024, no. 3, pp. 100–110.

13. Ignasheva T.A. Statisticheskiy analiz sotsial'no-ekonomicheskikh indikatorov Respubliki Mariy El [Statistical Analysis of the Mari El Republic Socio-Economic Indicators], *Vestnik Mariyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sel'skokho-zyaystvennye nauki. Ekonomicheskie nauki* [Bulletin of Mari State University. Series: Agricultural Sciences. Economic sciences], 2020, vol. 6, no. 3 (23), pp. 359–365. DOI: 10.30914/2411-9687-2020-6-3-359-364. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44313558>

Информация об авторе

Игнашева Татьяна Андреевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры прикладной статистики и цифровых технологий, Марийский государственный университет, доцент кафедры информационных систем в экономике, Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола, Российская Федерация. E-mail: samofeeva@mail.ru

Information about the author

Tatyana A. Ignasheva — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Applied Statistics and Digital Technologies, Mari State University, Associate Professor, Department of Information Systems in Economics, Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola, Russian Federation. E-mail: samo-feeve@mail.ru

Статья поступила в редакцию 11.01.2025; одобрена после рецензирования 19.01.2025; принята к публикации 20.01.2025.

The article was submitted 11.01.2025; approved after reviewing 19.01.2025; accepted for publication 20.01.2025.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ПРОЦЕССЫ

INFORMATION SYSTEMS AND PROCESSES

Развитие территорий. 2025. № 1. С. 71—78.
Territory Development. 2025;(1):71—78.

Информационные системы и процессы

Научная статья
УДК 519.876.5
<https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-71-78>

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРМАНЕНТНО ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Александр Львович Куренков¹, Аркадий Ильич Уринцов²

^{1,2} Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация

¹ kurenkov.al@rea.ru

² urintsov.ai@rea.ru

Аннотация. В статье сформулированы основные положения методологии управления цифровой трансформацией коммерческих предприятий в условиях перманентно изменяющейся бизнес-среды. Сложность процессов проектирования, реализации и оценки эффективности цифровой трансформации, ориентация на неоднородного массового потребителя, гибкость реакции на изменения бизнес-среды предполагают использование новых методов управления и автоматизации процессов управления на основе применения механизмов продуктового подхода и организации непрерывного автоматизированного цикла управления и мониторинга цифровой трансформации. Положения предложенной методологии и концепции ее цифровизации могут применяться также для предприятий некоммерческого сектора экономики.

Ключевые слова: цифровая трансформация, управление цифровой трансформацией, методология управления цифровой трансформацией

Для цитирования: Куренков А. Л., Уринцов А. И. Некоторые вопросы методологии управления цифровой трансформацией в условиях перманентно изменяющейся бизнес-среды // Развитие территорий. 2025. № 1. С. 71—78. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-71-78>

Information systems and processes

Original article

SOME ISSUES OF THE DIGITAL TRANSFORMATION MANAGEMENT METHODOLOGY IN A PERMANENTLY CHANGING BUSINESS ENVIRONMENT

Aleksandr L. Kurenkov¹, Arkady I. Urintsov²

^{1,2} Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation

¹ kurenkov.al@rea.ru

² urintsov.ai@rea.ru

Abstract. The article formulates the main provisions of the methodology for managing the digital transformation of commercial enterprises in a permanently changing business environment. The complexity of the processes of designing, implementing, and evaluating the effectiveness of digital transformation, the focus on a heterogeneous mass consumer, the flexibility of responding to changes in the business environment, presuppose the use of new management methods and automation of management processes based on the application of product approach mechanisms and the organization of a continuous automated cycle of management and monitoring of digital transformation. The provisions of the proposed methodology and the concept of its digitalization can also be applied to enterprises in the non-profit sector of the economy.

Keywords: digital transformation, digital transformation management, digital transformation managing methodology

For citation: Kurenkov A.L., Urintsov A.I. Some Issues of the Digital Transformation Management Methodology in a Permanently Changing Business Environment. *Territory Development*. 2025;(1):71—78. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-1-71-78>



Введение

Анализ, проведенный НИУ ВШЭ [1; 2], Банком «Открытие» [3], Comindware и РЕХ [4—6], показывает устойчивый рост проникновения цифровых технологий и процессов управления цифровой трансформацией в различные отрасли экономики страны.

Разработка подходов к стратегическому управлению коммерческими предприятиями и управлению цифровизацией и цифровой трансформацией как инструментов ее поддержки и реализации является популярной темой исследований ученых, а также профильных организаций в России и за ее пределами. Так, Т. В. Кокуйцева, О. П. Овчинникова [7], Е. П. Кочетков, А. А. Забавина, М. Г. Гафаров [8], В. Ю. Денисенко [9], В. Ф. Уколов, В. Я. Афанасьев [10], А. И. Уринцов [11], М. К. Ценжарик, Ю. В. Крылова, В. И. Стешенко [12], М. Ю. Зеленков [13] считают, что в настоящее время, несмотря на широкое распространение цифровой трансформации, ее теоретический базис полностью не определен, эффективных механизмов оценки ее эффективности не выработано. Традиционные подходы

к управлению цифровой трансформацией и оценке ее эффективности не отвечают скорости и характеру изменений современной бизнес-среды, трансформации ожиданий пользователей.

Методология управления цифровой трансформацией в условиях изменчивости бизнес-среды и область ее применения

В развитие предположения о возможности решения научной проблемы повышения адаптивности управления цифровой трансформацией к возрастающей динамике изменений бизнес-среды и ожиданий пользователей с применением усовершенствованного методологического и поддерживающего ее компьютерного инструментария была сформулирована методология управления цифровой трансформацией коммерческих предприятий в условиях постоянно изменяющейся внешней бизнес-среды (МУЦТ) и разработана базирующаяся на ней концепция информационной системы управления цифровой трансформацией (ИС УЦТ) [14—17]. Взаимосвязь эмпирических, теоретических положений и инструментария МУЦТ представлена на схеме (рис. 1).



Рис. 1. Взаимосвязь эмпирических, теоретических положений и инструментария МУЦТ (разработано автором)
Interrelation of empirical, theoretical provisions and tools of DTMM (developed by the author)

Отличительной чертой современной цифровой трансформации, выполняемой по МУЦТ, является выделение ее отдельной части, предусматривающей формирование новых, частично или полностью цифровых продуктов компаний, ориентированных на разнородного массового потребителя и / или на работающих в высококонкурентной среде, диктующей сжатые сроки вывода на рынок, при которых на разработку продукта может становиться меньше времени, отводимого на принятие подготовленных стратегических решений по нему. Развитие таких продуктов предло-

жено выделять в отдельную стратегию цифровой трансформации, объединяющую в единое целое бизнес- и ИТ-стратегии (продуктовая цифровая трансформация). Развитие продуктовой линейки, не входящей в продуктовую цифровую трансформацию, а также выполнение автоматизации и цифровизации общих бизнес-процессов предприятия проводится в рамках второй части цифровой трансформации, построенной по традиционным принципам и методикам разработки ИТ-стратегии предприятия (общая цифровая трансформация).

Базовыми границами применения МУЦТ является продуктовая цифровая трансформация. В то же время эта методология может применяться для продуктов и проектов общей цифровой трансформации, для которых по тем или иным объективным причинам временные рамки их реализации являются определяющим параметром. Кроме того, остальные проекты могут управляться в рамках МУЦТ, но для них эти методы являются избыточными. МУЦТ позволяет повысить скорость реакции механизмов управления на изменения бизнес-среды, а следовательно, и адаптивность, конкурентоспособность и эффективность предприятия в целом.

Для продуктовой цифровой трансформации предложено использовать управление по гибким методам на основе продуктового подхода, в рамках которого каждый продукт продуктовой линейки проектируется, мониторится, оценивается и управляется отдельно. По сути, каждый продукт, его производство, развитие и продвижение рассматриваются как выделенный отдельный центр финансовой ответственности — как потенциальный центр прибыли. При этом меняется модель функционирования предприятия — его единая, часто централизованная, функциональная административная структура распадается на отдельные центры финансовой ответственности со своими отдельными командами. В рамках прежней структуры (общей цифровой трансформации, цифровизации) остаются только общие обеспечивающие подразделения, а также те централизованные функциональные блоки, которые связаны с теми продуктами предприятия, которые не подвержены цифровой трансформации в рамках продуктового подхода.

Деятельность отдельных центров финансовой ответственности предложено контролировать по общей эффективности развиваемого в их рамках продукта без вмешательства в детали внутреннего устройства работы его команды. Для оценки, мониторинга эффективности может использоваться единая типовая финансовая модель, разработанная для предприятия и применяемая для каждого продукта из его продуктовой линейки. Кроме расчета финансовой модели эффективности с ее оперативным пересчетом при изменениях параметров бизнес-среды (фактических и прогнозных), предложено дополнительно формировать модель с оперативным перерасчетом нефинансовых показателей эффективности продуктов, в том числе их востребованности клиентами, показателями эффективности продвижения.

Повышение адаптивности управления цифровой трансформацией к изменениям бизнес-среды и ожиданий потребителей предполагается измерять через повышение экономической эффективности как отдельных продуктов, так и коммерческого предприятия в целом.

В рамках МУЦТ сформулированы общие подходы и входящие в нее методы и принципы, необходимые для обеспечения эффективности работы процессов управления цифровой трансформацией с учетом современных реалий и изменений бизнес-среды (рис. 2). Описана структура инструментов методологии, подобран и адаптирован математический аппарат, даны рекомендации по построению моделей оценки эффективности продуктов и цифровой трансформации продуктов и предприятия в целом.



Рис. 2. Методы и принципы МУЦТ (разработано автором)
 Methods and Principles of DTMM (developed by the author)

В рамках разработанной концепции построения систем автоматизации управления цифровой трансформацией определена ее функциональная архитектура, разработаны функциональные требования, определены типовые варианты реализа-

ции ИС УЦТ, этапы их создания, внедрения и эксплуатации, приняты рекомендации по их применению. Представим взаимосвязь МУЦТ и концепции информационной системы управления цифровой трансформацией на схеме (рис. 3).

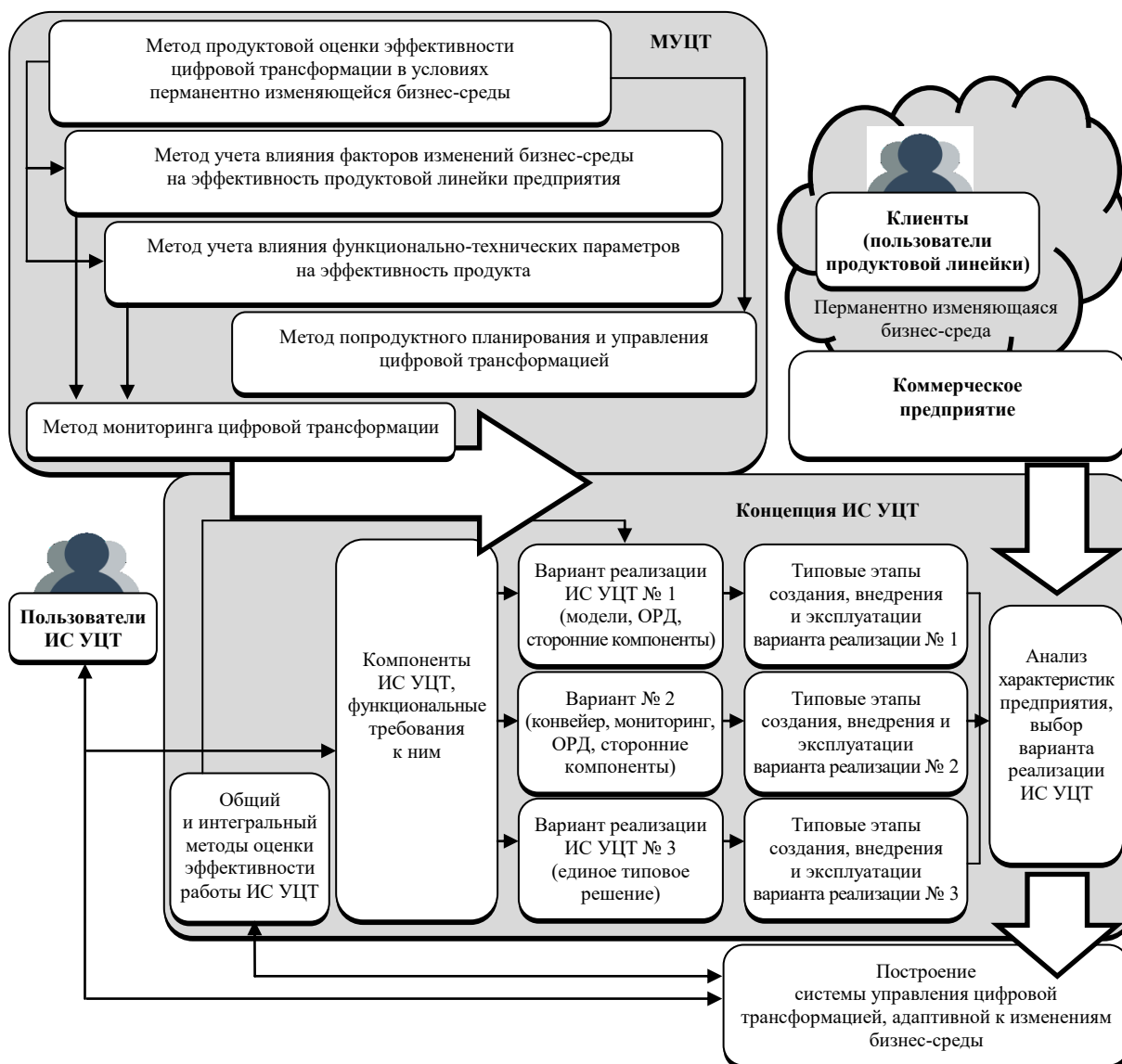


Рис. 3. Взаимосвязь МУЦТ и концепции ИС УЦТ (разработано автором)
Interrelation of DTMM and the concept of DCIS DT (developed by the author)

Крупноблочной информационная система состоит из следующих компонент:

- основного конвейера цифровой трансформации;
- модуля первоначального планирования;
- репозитория описаний архитектуры;
- управления проектами;
- модуля мониторинга изменений бизнес-среды (при каждом изменении параметров бизнес-среды (текущих и прогнозных на заданном горизонте), с помощью которого проводится расчет эффективности каждого продукта компании и предприятия в целом);
- модуля мониторинга инициатив изменений параметров продуктов (проводит расчет эффективности отдельных продуктов и предприятия

в целом по каждой ключевой (приоритетной) инициативе на изменение параметров продукта);

- модуля корректировки цифровой трансформации (при выходе оценки эффективности за заданные при мониторинге пороговые значения модули мониторинга формируют сигнал о необходимости анализа целесообразности корректировки траектории реализации цифровой трансформации, результаты принятых корректировок отражаются в основном конвейере);
- модуля аналитики.

В концепции определен общий алгоритм управления цифровой трансформацией. Его положения заложены в функциональную архитектуру модуля основного конвейера, модуля первоначального планирования и модуля управления

проектами ИС УЦТ. Подобраны методики управления проектами цифровой трансформации.

В соответствии с принципами метода продуктивного планирования и управления цифровой трансформацией каждый продукт продуктовой цифровой трансформации целесообразно развивать в рамках отдельного центра финансовой ответственности, реализуемого в рамках отдельного проекта. При планировании и реализации таких проектов целесообразно применять методики Scrum в сочетании с Kanban. При цифровизации общих процессов, в зависимости от характера проектов, которые их реализуют, целесообразно использовать или Scrum в сочетании с Kanban или методики и подходы, основанные на планировании с использованием сетевого графика.

В работе разработаны рекомендации по совместному применению подобранных методик управления в условиях проведения цифровизации и продуктовой цифровой трансформации. В частности, предложено вести несколько последовательно выполняемых циклов спринтов (спринты проектирования, классические спринты разработки, спринты тестирования). При этом предложено организовывать сквозную Kanban-доску для последовательного прохождения задач по разным циклам спринтов.

В рамках разработанных рекомендаций по составу и порядку ведения описаний архитектур предприятия (его цифрового двойника) предложено хранить несколько вариантов архитектур: первоначальную (текущую при старте цифровой трансформации), текущую и целевую. При изменениях траектории цифровой трансформации также предложено хранить варианты архитектур (текущих и целевых), которые формировались для принятия решения о корректировке цифровой трансформации. Вариант архитектуры может быть описан и вестись с использованием положений архитектурного фреймворка TOGAF. Каждый вариант представляет собой архитектуру предприятия в целом и включает отдельные архитектуры для каждого продукта продуктовой цифровой трансформации, а также элементы, не вошедшие в нее. Описание архитектур предложено вести в отдельном репозитории информационной системы управления цифровой трансформацией. Предложены рекомендации по составу данных, входящих в архитектуру предприятия в целом, архитектуру продукта, архитектуру проекта в рамках общей цифровой трансформации.

Для оценки эффективности работы самой ИС УЦТ сформулированы два метода оценки ее эффективности:

— общий, состоящий в традиционном сравнении общих параметров эффективности предприятия до и после внедрения ИС УЦТ;

— интегральный, состоящий в сумме оптимизаций эффективности, рассчитываемых по мере корректировок траектории цифровой трансформации.

На примере расчета эффективности с использованием параметра CashFlow оценка по общему методу выглядит так:

$$\text{ЭФ} = f(\text{CashFlow}) = \text{CashFlow}_2 - \text{CashFlow}_1 - \Delta\text{CashFlow},$$

где ЭФ — эффективность;

CashFlow₁ — значение CashFlow предприятия на начало внедрения ИС УЦТ;

CashFlow₂ — значение CashFlow предприятия на момент расчета эффективности (после внедрения ИС УЦТ);

ΔCashFlow — поправка, учитывающая развитие предприятия и равная приращению CashFlow₁, рассчитанному как линейная аппроксимация CashFlow₁ с учетом предыдущего периода, равного периоду от начала внедрения ИС УЦТ до момента расчета эффективности.

К наиболее важным результатам МУЦТ и концепции ИС УЦТ можно отнести:

— предложения по разделению цифровой трансформации на продуктовую и общую, позволяющие выявить область цифровой трансформации, наиболее чувствительную к характеру и динамике изменений бизнес-среды, в границах которой традиционные подходы к управлению цифровой трансформацией теряют свою эффективность и которая является базовой областью применения принципов МУЦТ;

— предложения, сформулированные методы, подходы и принципы, структуры инструментов комплексного управления продуктовой цифровой трансформацией, создающие МУЦТ;

— предложения по базовому составу и рекомендации к построению типовых моделей оценки эффективности продуктов коммерческих предприятий в процессе проведения цифровой трансформации;

— функциональную архитектуру ИС УЦТ, включая состав модулей и функциональные требования к ним;

— рекомендации по управлению проектами цифровой трансформации в рамках концепции ИС УЦТ;

— рекомендации по составу и порядку ведения описаний архитектур предприятия (его цифрового двойника) в рамках концепции ИС УЦТ;

— рекомендации по реализации на практике ИС УЦТ, типовые варианты реализации, этапы создания, внедрения и эксплуатации ИС УЦТ;

— предложения по методам оценки эффективности работы ИС УЦТ.

Таким образом, научная новизна исследования состоит в применении новых принципов управления цифровой трансформацией, оценке ее эффективности, основанных на продуктивном подходе, мониторинге и оперативном учете факторов изменений бизнес-среды и их взаимном влиянии, на мониторинге и оперативном учете ключевых инициатив по изменению параметров продуктов, оценке влияния таких изменений и инициатив на эффективность отдельных продуктов и предприятия в целом. Это позволит оперативно принимать

взвешенные решения по изменению приоритетов развития продуктов предприятия, корректировке траектории выполнения цифровой трансформации, повышая их эффективность и адаптивность к внешним условиям. Кроме того, в исследовании оценена концепция и функциональная архитектура информационной системы управления цифровой трансформацией ИС УЦТ, формирующей инструментарий комплексного управления продуктовой и общей цифровой трансформацией.

При этом видятся полностью справедливыми положения МУЦТ в части выделения в отдельную продуктовую цифровую трансформацию проектов по ведению продуктов для массовой аудитории, а также в случаях, когда по тем или иным причинам сроки реализации соответствующего проекта настолько сжаты, что времени на разработку становится больше или равно времени принятия подготовленных стратегических решений по развитию продукта.

Материалы МУЦТ и концепции ИС УЦТ можно применять для коммерческих предприятий среднего и крупного бизнеса различных секторов экономики.

Заключение

Методология МУЦТ адаптивна к изменениям бизнес-среды и динамичному изменению пользовательских ожиданий. Методологический инструментарий применим не только к коммерческим предприятиям, но и к предприятиям и холдингам с государственным или муниципальным участием, государственным структурам и некоммерческим организациям. Их положения представляются полностью применимыми для продуктовой линейки организаций, имеющих коммерческую составляющую.

Для продуктов, направленных на обеспечение социальных (некоммерческих) функций, положения методологии и концепции ее цифровизации справедливы в части, которая предполагает оценку эффективности без применения экономической модели — с использованием модели оценки нефинансовых показателей эффективности. Предложенная в МУЦТ типовая экономическая модель расчета эффективности применима в части учета расходной части проектов.

Список источников

1. *Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты* : докл. к XXII Апрельской Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13—30 апр. 2021 г. / Г. И. Абдрахманова, К. Б. Быховский, Н. Н. Веселитская, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др. ; рук. авт. кол. П. Б. Рудник ; науч. ред. Л. М. Гохберг, П. Б. Рудник, К. О. Вишневецкий, Т. С. Зинина. М. : Высш. шк. экон., 2021. 239 с.
2. *Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы*. URL: <https://issek.hse.ru/news/783750202.html> (дата обращения: 11.04.2023).
3. *Банк «Открытие»: интерес малого бизнеса к цифровизации и удаленной работе резко вырос в 2022 году*. URL: <https://www.open.ru/about/press/47661> (дата обращения: 08.05.2024).
4. *Компания Comindware. Трансформация бизнеса в условиях неопределенности и риска. Отчет Comindware и PEX за 2023 год*. URL: <https://www.comindware.ru/digital-transformation-2023-pex-report/> (дата обращения 23.07.2023).
5. *Компания Comindware. Эффективность цифровой трансформации 2022. Отчет по результатам общероссийского исследования*. URL: <https://www.comindware.ru/assets/dl2/pdf/comindware-dt-performance-russia-2022.pdf> (дата обращения: 06.06.2023).
6. *Компания Comindware. Отчет Comindware и PEX за 2024 год. Как меняется роль операционной эффективности в 2024 году*. URL: <https://www.comindware.ru/digital-transformation-2024-pex-report/> (дата обращения: 11.09.2024).
7. *Кокуйцева Т. В., Овчинникова О. П. Методические подходы к оценке эффективности цифровой трансформации предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности* // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 6. С. 2413—2430.
8. *Кочетков Е. П., Забавина А. А., Гафаров М. Г. Цифровая трансформация компаний как инструмент антикризисного управления: эмпирическая оценка влияния на эффективность* // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2021. Т. 12, № 1. С. 68—81. DOI: 10.17747/2618-947X-2021-1-68-81
9. *Денисенко В. Ю. Мониторинг эффектов цифровых продуктов в условиях цифровой трансформации промышленных предприятий* // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 5. С. 1715—1724. DOI: 10.18334/ce.15.5.11.
10. *Уколов В. Ф., Афанасьев В. Я., Черкасов В. В. Ключевые эффекты цифровизации и возможные потери* // Вестник университета. 2019. № 8. С. 55—58.
11. *Уринцов А. И., Староверова О. В. Инструментальные средства адаптации хозяйствующих субъектов к цифровой экономике*. М. : Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова, 2019. 164 с.
12. *Ценжарик М. К., Крылова Ю. В., Стешенко В. И. Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели* // Вестник Санкт-Петербургского университета: Экономика. 2020. Т. 36, вып. 3. С. 390—420.
13. *Зеленков М. Ю. Критерии и методы оценки эффективности цифровизации управления транспортно-логистическими системами* // Тренды и управление. 2019. № 2. С. 76—90.
14. *Куренков А. Л. Функциональная архитектура информационной системы управления цифровой трансформацией как инструмента оперативного управления в условиях перманентно изменяющейся бизнес-среды* // Развитие территорий. 2024. № 3. С. 40—50.
15. *Куренков А. Л. Цифровая трансформация коммерческих предприятий в современных условиях* // Наука и бизнес: пути развития. 2024. № 4 (154). С. 33—36.
16. *Куренков А. Л. Предпосылки к созданию и основные положения методологии управления цифровой трансформацией коммерческих предприятий в условиях перманентно изменяющейся бизнес-среды* // Инжиниринг предприятий и управление знаниями (ИП&УЗ-2023) : сб. науч. тр. 29—30 ноября 2023 г. М., 2023. Т. 1. С. 204—212.
17. *Kurenkov A. L. Functional architecture of managing digital transformation system* // Proceedings of the International Conference «Scientific research of the SCO countries: synergy and integration» // Reports in English. 2024. P. 17—21.

References

1. Abdrakhmanova G.I., Bykhovskiy K.B., Veselitskaya N.N., Vishnevskiy K.O., Gokhberg L.M. i dr. *Tsifrovaya transformatsiya otrasley: startovye usloviya i priority* [Digital Transformation of Industries: Starting Conditions and Priorities], dokl. k XXII Aprel'skoy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva, Moskva, 13–30 April 2021 g. [Proceedings of the XXII April International Scientific Conference on the Development of Economy and Society, Moscow, 13–30 April 2021. Moscow, Vyssh. shk. ekon., 2021, 239 p.
2. Institut statisticheskikh issledovaniy i ekonomiki znaniy NIU VShE. *Indeks tsifrovizatsii otrasley ekonomiki i sotsial'noy sfery* [Institute for Statistical Research and Knowledge Economy, National Research University Higher School of Economics. Index of Digitization of Economic and Social Sectors]. Available at: <https://issek.hse.ru/news/783750202.html> (accessed: 11.04.2023).
3. Bank "Otkrytie": interes malogo biznesa k tsifrovizatsii i udalennoy rabote rezko vyros v 2022 godu [Otkritie Bank: Small Business Interest in Digitalization and Remote Work Will Increase Sharply in 2022]. Available at: <https://www.open.ru/about/press/47661> (accessed: 08.05.2024).
4. Kompaniya Comindware. *Transformatsiya biznesa v usloviyakh neopredelennosti i riska* [Comindware. Business Transformation Under Conditions of Uncertainty and Risk], Otchet Comindware i PEX za 2023 god [Comindware and PEX 2023 report]. Available at: <https://www.comindware.ru/digital-transformation-2023-pex-report/> (accessed: 23.07.2023).
5. Kompaniya Comindware. *Effektivnost' tsifrovoy transformatsii 2022. Otchet po rezul'tatam obshcherossiyskogo issledovaniya* [Comindware. Effectiveness of Digital Transformation 2022. Report on the Results of a Nationwide Survey in Russia]. Available at: <https://www.comindware.ru/assets/dl2/pdf/comindware-dt-performance-russia-2022.pdf> (accessed: 06.06.2023).
6. Kompaniya Comindware. Otchet Comindware i PEX za 2024 god. Kak menyaetsya rol' operatsionnoy effektivnosti v 2024 godu [Comindware. Comindware and PEX's 2024 Report. How the Role of Operational Efficiency Changes in 2024]. Available at: <https://www.comindware.ru/digital-transformation-2024-pex-report/> (accessed: 11.09.2024).
7. Kokuytseva T.V., Ovchinnikova O.P. Metodicheskie podkhody k otsenke effektivnosti tsifrovoy transformatsii predpriyatiy vysokotekhnologichnykh otrasley promyshlennosti [Methodological Approaches to Performance Evaluation of Enterprises Digital Transformation in High-Tech Industries], *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2021, vol. 15, no. 6, pp. 2413–2430.
8. Kochetkov E.P., Zabavina A.A., Gafarov M.G. Tsifrovaya transformatsiya kompaniy kak instrument antikrizisnogo upravleniya: empiricheskaya otsenka vliyaniya na effektivnost' [Digital Transformation of Companies as a Tool of Crisis Management: An Empirical Research of the Impact on Efficiency], *Strategicheskie resheniya i risk-menedzhment* [Strategic Decisions and Risk Management], 2021, vol. 12, no. 1, pp. 68–81. DOI: 10.17747/2618-947X-2021-1-68-81
9. Denisenko V.Yu. Monitoring effektivnosti tsifrovoykh produktov v usloviyakh tsifrovoy transformatsii promyshlennyykh predpriyatiy [Monitoring the Effects of Digital Products Amidst Digital Transformation of Industrial Enterprises], *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2021, vol. 15, no. 5, pp. 1715–1724. DOI: 10.18334/ce.15.5.11.
10. Ukolov V.F., Afanas'ev V.Ya., Cherkasov V.V. Klyuchevye efekty tsifrovizatsii i vozmozhnye poteri [Key Digitalization Effects and Possible Losses], *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 2019, no. 8, pp. 55–58.
11. Urintsov A.I., Staroverova O.V. *Instrumental'nye sredstva adaptatsii khozyay-stvuyushchikh sub"ektov k tsifrovoy ekonomike* [Instrumental Means of Adaptation of Economic Entities to the Digital Economy]. Moscow, Ros. ekon. universitet im. G. V. Plekhanova, 2019, 164 p.
12. Tsenzharik M.K., Krylova Yu.V., Steshenko V.I. Tsifrovaya transformatsiya kompaniy: strategicheskiy analiz, faktory vliyaniya i modeli [Digital Transformation in Companies: Strategic Analysis, Drivers and Models], *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta: Ekonomika* [Bulletin of St. Petersburg University: Economics], 2020, vol. 36, issue 3, pp. 390–420.
13. Zelenkov M.Yu. Kriterii i metody otsenki effektivnosti tsifrovizatsii upravleniya transportno-logisticheskimi sistemami [Criteria and Methods for Assessing Efficiency of Digitalization of Management of Transport and Logistics Systems], *Trendy i upravlenie* [Trends and Management], 2019, no. 2, pp. 76–90.
14. Kurenkov A.L. Funktsional'naya arkhitektura informatsionnoy sistemy upravleniya tsifrovoy transformatsiey kak instrumenta operativnogo upravleniya v usloviyakh permanentno izmenyayushchey biznes-sredy [Functional Architecture of the Information System of Digital Transformation Management as an Operative Management Tool in a Permanently Changing Business Environment], *Razvitie territoriy* [Territory Development], 2024, no. 3, pp. 40–50.
15. Kurenkov A.L. Tsifrovaya transformatsiya kommercheskikh predpriyatiy v sovremen-nyykh usloviyakh [Digital Transformation of Commercial Enterprises in Modern Conditions], *Nauka i biznes: puti razvitiya* [Science and Business: Ways of Development], 2024, no. 4 (154), pp. 33–36.
16. Kurenkov A.L. Predposylki k sozdaniyu i osnovnye polozeniya metodologii upravleniya tsifrovoy transformatsiey kommercheskikh predpriyatiy v usloviyakh permanentno izmenyayushchey biznes-sredy [Digital Transformation Managing Methodology: Preconditions and Basic Provisions], *Inzhiniring predpriyatiy i upravlenie znaniyami (IP&UZ-2023)* [Enterprise Engineering and Knowledge Management (EE&KM-2023)], sb. nauch. tr. [proceedings], 29–30 November 2023 g. Moscow, 2023, vol. 1, pp. 204–212.
17. Kurenkov A.L. Functional architecture of managing digital transformation system, Proceedings of the International Conference "Scientific research of the SCO countries: synergy and integration", *Reports in English*, 2024, pp. 17–21.

Информация об авторах

Куренков Александр Львович — кандидат технических наук, доцент, базовая кафедра цифровой экономики Института развития информационного общества, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: kurenkov.al@rea.ru

Уринцов Аркадий Ильич — доктор экономических наук, профессор, заведующий базовой кафедрой цифровой экономики Института развития информационного общества, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: urintsov.ai@rea.ru

Information about the authors

Aleksandr L. Kurenkov — Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Basic Department of Digital Economy, Institute for the Development of the Information Society, Russian Economic University named after G. V. Plekhanov, Moscow, Russian Federation. E-mail: kurenkov.al@rea.ru

Arkady I. Urintsov — Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Basic Department of Digital Economy, Institute for Information Society Development, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation. E-mail: urintsov.ai@rea.ru

Статья поступила в редакцию 07.11.2024; одобрена после рецензирования 08.12.2024; принята к публикации 10.01.2025.

The article was submitted 07.11.2024; approved after reviewing 08.12.2024; accepted for publication 10.01.2025.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алдошина Анастасия Валерьевна — преподаватель кафедры рекламы и визуальных коммуникаций, Университет «Синергия», Москва, Российская Федерация. E-mail: aldoshka.255@gmail.com

Елисеенко Анатолий Викторович — студент, Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация. E-mail: 2004eav@mail.ru

Игнашева Татьяна Андреевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры прикладной статистики и цифровых технологий, Марийский государственный университет, доцент кафедры информационных систем в экономике, Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола, Российская Федерация. E-mail: samofeeva@mail.ru

Каримова Ирина Юрьевна — старший преподаватель кафедры рекламы и связи с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет; аспирант Института проблем управления РАН (ИПУ РАН), Москва, Российская Федерация. E-mail: irinland@ya.ru

Константинова Анна Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, медиакоммуникаций и связей с общественностью, Пятигорский государственный университет, Северо-Кавказский институт — филиал РАНХиГС, Пятигорск, Российская Федерация. E-mail: konst_2002@rambler.ru

Кузнецов Сергей Борисович — кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математики и естественных наук, Новосибирский государственный университет экономики и управления, главный научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории устойчивого развития социально-экономических систем, Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация, Научный центр информационных технологий и искусственного интеллекта АНОО ВО «Университет „Сириус“», федеральная территория «Сириус», Сочи, Российская Федерация. E-mail: sbk1314@mail.ru

Кулапов Михаил Николаевич — доктор экономических наук, профессор, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: sbk1314@mail.ru

Куренков Александр Львович — кандидат технических наук, доцент, базовая кафедра цифровой экономики Института развития информационного общества, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: kurenkov.al@rea.ru

Манахов Сергей Владимирович — кандидат экономических наук, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: Manakhov.sv@rea.ru

Марков Игорь Алексеевич — кандидат экономических наук, ООО «МЖК Сервис», Жуковский, Российская Федерация. E-mail: Markof2003@mail.ru

Мореханова Марина Юрьевна — кандидат социологических наук, Институт аграрных проблем, Саратов, Российская Федерация. E-mail: mayurm118@gmail.com

Ты Тхи Тхоа — аспирант, Государственный университет управления, Москва, Российская Федерация; преподаватель, заместитель декана факультета политической теории и профессиональной педагогики, Университет физического воспитания и спорта, Хошимин, Вьетнам. E-mail: tuthoahvhc@gmail.com

Уринцов Аркадий Ильич — доктор экономических наук, профессор, заведующий базовой кафедрой цифровой экономики Института развития информационного общества, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: urintsov.ai@rea.ru

Чараева Марина Викторовна — доктор экономических наук, профессор, исполняющий обязанности заведующего кафедрой теории и технологии в менеджменте, Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация. E-mail: mvcharaeva@mail.ru

Шапиро Сергей Александрович — кандидат экономических наук, Академия труда и социальных отношений, Москва, Российская Федерация. E-mail: Sergey_shapiro@mail.ru

Шарян Эмма Грачовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры рекламы и связи с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет, Москва, Российская Федерация. E-mail: sharyan-emma@mail.ru

Эксузьян Лаура Самвеловна — студент, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация. E-mail: lekrostov@mail.ru

AUTHOR AFFILIATIONS

Anastasia V. Aldoshina — Lecturer, Department of Advertising and Visual Communications, Synergy University, Moscow, Russian Federation. E-mail: aldoshka.255@gmail.com

Anatoly V. Eliseenko — Student, Siberian Institute of Management — Branch of RANEPa, Novosibirsk, Russian Federation. E-mail: 2004eav@mail.ru

Tatyana A. Ignasheva — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Applied Statistics and Digital Technologies, Mari State University, Associate Professor, Department of Information Systems in Economics, Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola, Russian Federation. E-mail: samo-feeveva@mail.ru

Irina Y. Karimova — Senior Lecturer, Department of Advertising and Public Relations in the Media Industry, Moscow Polytechnic University; Postgraduate Student, Institute of Control Sciences of RAS (ICS RAS), Moscow, Russian Federation. E-mail: irinland@ya.ru

Anna S. Konstantinova — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Journalism, Media Communications and Public Relations, Pyatigorsk State University, North Caucasus Institute — Branch of RANEPa, Pyatigorsk, Russian Federation. E-mail: konst_2002@rambler.ru

Sergey B. Kuznetsov — Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Associate Professor, Department of Mathematics and Natural Sciences, Novosibirsk State University of Economics and Management, Chief Researcher, Research Laboratory of Sustainable Development of Socio-Economic Systems, Siberian Institute of Management — Branch of RANEPa, Novosibirsk, Russian Federation, Scientific Center for Information Technology and Artificial Intelligence of Independent Nonprofit Educational Organization of HE «Sirius University», federal territory «Sirius», Sochi, Russian Federation. E-mail: sbk1314@mail.ru

Mikhail N. Kulapov — Doctor of Economic Sciences, Professor, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation. E-mail: sbk1314@mail.ru

Aleksandr L. Kurenkov — Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Basic Department of Digital Economy, Institute for the Development of the Information Society, Russian Economic University named after G. V. Plekhanov, Moscow, Russian Federation. E-mail: kurenkov.al@rea.ru

Sergey V. Manakhov — Candidate of Economic Sciences, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation. E-mail: Manakhov.sv@rea.ru

Igor A. Markov — Candidate of Economic Sciences, LTD «MZhK Service», Zhukovsky, Russian Federation. E-mail: Markof2003@mail.ru

Marina Yu. Morekhanova — Candidate of Sociological Sciences, Institute of Agrarian Problems, Saratov, Russian Federation. E-mail: mayurm118@gmail.com

Tu Thi Thoa — Graduate Student, State University of Management, Moscow, Russian Federation; Lecturer, Deputy dean of the Faculty of Political Theory and Pedagogy, Chi Minh City University of Physical Education and Sports, Ho Chi Minh City, VietNam. E-mail: tuthoahvhc@gmail.com

Arkady I. Urintsov — Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Basic Department of Digital Economy, Institute for Information Society Development, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation. E-mail: urintsov.ai@rea.ru

Marina V. Charaeva — Doctor of Economics, Professor, Acting Head of the Department of Theory and Technology in Management, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation. E-mail: mvcharaeva@mail.ru

Sergey A. Shapiro — Candidate of Economic Sciences, Academy of Labour and Social Relations, Moscow, Russian Federation. E-mail: Sergey_shapiro@mail.ru

Emma G. Sharyan — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Advertising and Public Relations in the Media Industry, Moscow Polytechnic University, Moscow, Russian Federation. E-mail: sharyan-emma@mail.ru

Laura S. Eksuzian — Student, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation. E-mail: lekrostov@mail.ru

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

1. Общие положения

Редакция журнала «Развитие территорий» принимает к рассмотрению оригинальные, ранее нигде (в том числе в сети Интернет) не публиковавшиеся статьи.

Периодичность выхода журнала — четыре раза в год (ежеквартально). Журнал распространяется по подписке. Полнотекстовые электронные версии вышедших номеров доступны на сайте Сибирского института управления — филиала РАНХиГС.

В журнале публикуются результаты фундаментальных и прикладных научных исследований отечественных и зарубежных ученых, а также аспирантов и студентов (совместно с преподавателями) по следующим направлениям:

- Актуальные вопросы государственного и муниципального управления.
- Государство и гражданское общество, идеология и политика.
- Право и юридические науки.
- Экономические исследования.
- Проблемы развития экономики и управления.
- Информационные системы и процессы.
- Бизнес-информатика.
- Территория: факты, оценки, перспективы.
- Страницы истории.
- Научный поиск и предложения.

Статьи публикуются на русском языке и сопровождаются аннотацией и ключевыми словами на русском и английском языках.

Объем статьи должен составлять от 20 до 60 тыс. знаков (с пробелами). Статья должна быть тщательно выверена автором. За достоверность и точность приведенных фактов, цитат, географических названий, собственных имен и прочих сведений ответственность несет автор.

Материалы представляются по электронной почте e-mail: rasv_ter@siu.ranepa.ru.

Взаимодействие редакционной коллегии, связанное с публикацией рукописи, осуществляется с ответственным автором, который должен представить редакционной коллегии номер мобильного телефона для рабочих контактов. Если автор один, то он является ответственным автором. Авторский коллектив самостоятельно выбирает ответственного автора данной публикации. В редакционную коллегию представляется доверенность каждого соавтора на передачу всех прав и обязанностей по взаимодействию с редколлегией при подготовке рукописи к публикации конкретному лицу. Доверенности должны быть заверены в отделе кадров по месту работы.

Плата за публикацию статьи, равно как иные сборы, с авторов не взимается. Гонорар за статьи не выплачивается.

2. Порядок приема и отбора рукописей

Редакционная коллегия журнала оставляет за собой право отбора присылаемых материалов.

При поступлении статьи в редакцию проводится ее проверка на соответствие тематике журнала и требованиям к оформлению. В случае несоответствия автору дается краткий ответ с отказом в публикации.

При соответствии статьи требованиям проводится ее проверка на отсутствие некорректных заимствований (плагиат).

В случае соответствия статьи всем перечисленным требованиям она направляется на научное рецензирование. Все статьи, принятые в редакцию, обязательно проходят процедуру двойного «слепого» рецензирования (автор и рецензент не известны друг другу). Рецензирование статей осуществляют не только члены редакционного совета и редакционной коллегии, но и приглашенные эксперты — признанные специалисты в той научной области, которой соответствует тематика статьи. Выбор рецензента осуществляется редакционной коллегией.

Рекомендации рецензентов являются основанием для принятия редакционной коллегией решения об опубликовании статьи.

Статьи, получившие отрицательную оценку рецензентов, отклоняются. Отклоненные статьи авторам не высылаются, с авторами не обсуждаются и повторно не рассматриваются.

Если редакционной коллегией принято решение «Рекомендовать к публикации с учетом исправления отмеченных рецензентом недостатков», то автору высылаются вопросы и/или предложения рецензента и устанавливается срок для устранения указанных недостатков либо аргументированного отклонения выдвинутых замечаний (в течение 10 рабочих дней). В случае возникновения серьезных противоре-

чий между автором и рецензентом редакционная коллегия имеет право направить статью на дополнительное рецензирование.

Срок хранения рецензий в редакции — 3 года.

Окончательное решение о публикации принимается редакционной коллегией и редакционно-экспертным советом журнала. Автор информируется о принятом решении.

Решение редакционной коллегии о допуске статьи или отказе в публикации направляется автору по электронной почте. В случае положительного решения в письме указываются сроки публикации.

Рукописи статей, рекомендованных к публикации, подвергаются редакционной обработке, которая включает литературное редактирование, корректуру, техническое редактирование. Редакция не ставит в известность авторов об изменениях и сокращениях рукописи, имеющих редакционный характер и не затрагивающих содержание статьи. При необходимости замечания редактора согласуются с автором.

3. Требования к публикациям

Основные сведения об авторе. На русском и английском языках приводят: имя, отчество, фамилию автора (полностью). Наименование организации (учреждения), ее подразделения, где работает или учится автор (без обозначения организационно-правовой формы юридического лица: ФГБУН, ФГБОУ ВО); адрес организации (учреждения), ее подразделения, где работает или учится автор (город и страна).

Также указываются электронный адрес автора (e-mail); открытый идентификатор ученого (Open Researcher and Contributor ID — ORCID) (при наличии). Адрес организации (учреждения), где работает или учится автор, может быть указан в полной форме. Электронный адрес автора приводят без слова «e-mail», после электронного адреса точку не ставят. ORCID приводят в форме электронного адреса в сети Интернет. В конце ORCID точку не ставят. Наименование организации (учреждения), её адрес, электронный адрес и ORCID автора отделяют друг от друга запятыми.

Содержание статьи: оригинальность текста, актуальность проблемы, четкая формулировка темы статьи, соответствие содержания статьи заявленной в названии теме, высокий научный уровень (признанные в науке методы исследования, корректность статистического анализа, обоснованность полученных данных, аргументированные выводы, логичность и полнота раскрытия темы), научный, научно-публицистический стиль изложения, терминологическая точность.

Структура статьи: введение (обоснование актуальности исследования, постановка проблемы, обзор литературы по тематике исследования); определение целей и задач; методы (описание научного инструментария исследования); результаты (представление основных фактических данных, обсуждение, интерпретация полученных данных, предложения по практическому применению и/или дальнейшему исследованию); заключение (выводы, подведение итогов статьи без повторения уже использовавшихся формулировок).

Аннотация: объем — от 100 до 150 слов, представляется на русском и английском языках. В аннотации необходимо отразить актуальность темы исследования, постановку проблемы, основные результаты и выводы. Аннотация должна отражать логику изложения материала в статье, лаконично и точно излагать основные идеи и выводы исследования.

Ключевые слова: объем — от 6 до 12 слов, должны отражать специфику темы статьи, объекта или результатов исследования на русском и английском языках.

4. Правила оформления научной статьи

Общие требования. Рукопись статьи оформляется в редакторе Microsoft Office Word и прикрепляется в формате *.doc, *.docx. Поля сверху, снизу, слева и справа — 2 см. Выравнивание по ширине. Абзацный отступ — 0,5 см. Межстрочный интервал полуторный. Переносы включены.

Шрифт представляемой в редакцию статьи — Times New Roman. Размер шрифта — 14 пт. В верхнем левом углу листа должен стоять УДК. Ниже по центру полужирным шрифтом прописными буквами печатается название статьи (на русском и английском языках). Далее фамилия автора, инициалы, строкой ниже — полное название организации, e-mail. Ниже через строку помещается аннотация и ключевые слова. Далее этот блок повторяется на английском языке. Еще через строку помещают основной текст статьи. (См. пример структуры статьи.)

Список источников. Размещается непосредственно после основного текста статьи. В список включают библиографические записи только на ресурсы, которые упомянуты или цитируются в основном тексте статьи. Записи нумеруют и располагают в порядке цитирования источников. При этом сначала следуют источники на русском языке, после них — на иностранном языке. В список литературы не включаются нормативные правовые акты (законы, указы, постановления, стандарты и др.). Идентифицирующие сведения (наименование, номер, дата и др.) о такого рода документах приводятся в тексте при их первом упоминании. Список приводят в двух вариантах: на русском языке, оформленном в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5—2008 «Библиографическая ссылка», и в романском алфавите, оформленном в соответствии с требованиями международной библиографической и реферативной базы Scopus. Фамилии авторов статей на английском языке представляются в международной системе транслитерации Британского Института Стандартов (www.translit.ru, меню Варианты, пункт BSI). Английские источники оста-

ются без изменений, русскоязычные источники транслитерируются с помощью программы Translit (www.translit.ru, меню Варианты, пункт BSI) (см. пример пристатейного списка).

Дополнительные сведения. На последней странице на русском и английском языках приводятся: фамилия, полные имя и отчество (при наличии последнего), ученая степень и звание (при наличии), официальное название организации, должность, полный адрес организации (с указанием почтового индекса), служебный e-mail, номер служебного и контактного (мобильный, по возможности) телефонов.

5. Оформление отдельных элементов текста

Аббревиатуры. В тексте без расшифровки допустимо использовать только общепринятые аббревиатуры. К ним относятся пять общепринятых сокращений: *т. е.*, *и т. д.*, *и т. п.*, *и др.*, *и пр.*, а также *в.*, *вв.*, *г.*, *гг.* (при датах), *г.*, *д.*, *обл.*, *с.* (при географических названиях), *гл.*, *ч.*, *п.*, *подп.*, *разд.*, *рис.*, *с.*, *см.*, *ср.*, *табл.* (при ссылках и сопоставлении), *руб.* (рубль), *долл.* (доллар) и некоторые другие.

Не допускается использовать сокращения: *т. о.* — таким образом, *т. н.* — так называемый и *т. к.* — так как.

Помимо общепринятых аббревиатур в работах могут применяться авторские сокращения. При этом после их первого упоминания в тексте необходимо в скобках указать аббревиатуру, например средства вычислительной техники (СВТ).

Рисунки должны быть четкими, подлежащими редактированию, диаграммы и графики составлены в программах Microsoft Graph или Microsoft Office Excel, фотографии — контрастными. Все иллюстрации должны иметь сквозную нумерацию, подрисуночную подпись. Не рекомендуется загромождать иллюстрации ненужными деталями: большинство надписей выносится в подрисуночную подпись, а на рисунке заменяется цифрами или буквами. Подрисуночная подпись должна быть лаконичной и соответствовать содержанию рисунка (10 пт).

Таблицы должны быть наглядными, иметь название, порядковый номер. Содержание таблиц должно быть связано с той мыслью в тексте, после изложения которой дается ссылка на таблицу. Название таблицы должно точно отражать ее содержание, заголовки граф — соответствовать их содержанию. Все данные внутри таблицы — 10 пт, головка таблицы выделяется жирным шрифтом.

Размеры рисунков и таблиц — не более 80 × 80 мм (на одну колонку), 170 × 170 мм (на две колонки) в начале или конце полосы. Не нумеруются таблица или рисунок, если они в тексте единственные. На все таблицы и рисунки должны быть ссылки в тексте. Рисунки и таблицы располагаются в тексте *после* ссылки на них.

Формулы. Простые внутристроочные и одностроочные могут быть набраны символами, без использования специальных редакторов. Сложные и многостроочные формулы должны быть набраны в редакторе формул MathType 5. Смещение символов из текстовых редакторов с символами из редактора формул не допускается. Индексы и показатели степени должны быть четко ниже или выше строки. В случае ссылок на формулы в тексте нумерация формул дается справа в круглых скобках, а сама формула размещается отдельной строкой по центру. Если на конкретную формулу нет дополнительных ссылок в тексте или она в тексте единственная, то нумерация не нужна. Длина формулы — не более 70 мм.

Буква «ё» употребляется только в целях смысловоразличения слов, в именах и фамилиях согласно записи в документах, удостоверяющих личность.

Примечания, комментарии и др. можно размещать в подстрочных ссылках.

Цитаты. При использовании цитат обязательно обозначение границ заимствованных материалов в целях различения авторского и неавторского текстов. При прямом (дословном) цитировании границами служат кавычки, в которые заключается цитата, после которой ставится отсылка на источник. При косвенном цитировании (парафраз, или пересказ, — передача своими словами идей, концепций, точек зрения других лиц) левой границей служит вводная конструкция типа «По данным британских ученых...», «В работе И. Л. Михайлова...», «По мнению специалистов...», «Современные цивилисты трактуют...» и т. д. Правой границей является отсылка на источник заимствования.

Ссылки. На весь заимствованный материал (прямая цитата, парафраз, фактический материал, таблица, рисунок и др.) даются ссылки на источники.

В журнале приняты затекстовые библиографические ссылки. Они входят в пристатейный список источников. Библиографические записи источников в пристатейном списке нумеруются, оформляются по ГОСТ Р 7.0.5—2008 «Библиографическая ссылка» с обязательным указанием *общего количества страниц*.

Связь между текстом и цитируемым источником устанавливают посредством отсылки, которую оформляют в виде заключенных в квадратные скобки порядкового номера источника и через запятую номера страницы. Если приводят прямую цитату, то в отсылке указывают порядковый номер и *конкретную страницу* цитаты. Если приводят косвенную цитату, то в отсылке указывают порядковый номер и *постраничную пагинацию*, в пределах которой изложен упоминаемый материал. Если в тексте речь идет в целом об издании, в отсылке указывают только порядковый номер источника. Если текст цитируется не по первоисточнику, то отсылку следует начинать словами «Цит. по:». Например: [Цит. по: 9, с. 24—25] (см. примеры оформления затекстовых ссылок).

ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ЗАТЕКСТОВЫХ ССЫЛОК

В тексте отсылки оформляются следующим образом:

При прямом цитировании

Как отмечал Н. А. Бердяев, «идею прогресса нельзя смешивать, как это достаточно уже разъяснено, с идеей эволюции» [10, с. 222].

При парафразе, или пересказе

Так, Н. А. Бердяев раскрывает метафизическую сущность прогресса, отмечая связь идеи о прогрессе с мессианской идеей религиозных верований [10, с. 222—223].

При ссылке целиком на весь источник

В контексте рассматриваемой проблемы нельзя обойти вниманием известную работу Н. А. Бердяева [10].

При цитировании не по первоисточнику

Ж. Р. Колесникова, осмысляя свою эпоху, писал о процессе «истощения творческих сил человека в результате отрыва его от духовного центра жизни и исключительное обращение к периферии жизни...» [Цит. по: 23, с. 75].

Описание источника в затекстовой ссылке:

10. Бердяев Н. А. Смысл истории. М. : Мысль, 1990. 269 с.

23. Колесникова Ж. Р. Роман М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» и русская религиозная философия начала XX века : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2001. 163 с.

ПРИМЕР ПРИСТАТЕЙНОГО СПИСКА

Список источников

1. Конеv Е. Прогнозируемые векторы развития зарубежных медиа // Журналистика—2018: состояние, проблемы, перспективы : материалы 20-й Междунар. науч.-практ. конф. (15—16 нояб., 2018, БГУ). Минск : БГУ, 2018. С. 294—297.

2. Огилви Д. Тайны рекламного двора — советы старого рекламиста. М. : Ассоциация работников рекламы, 2005. 61 с.

3. Браславец Л. А. Социальные сети как средства массовой информации: к постановке проблемы // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2009. № 1. С. 125—132.

4. Murphy D. Ireland and the Crimean War. Dublin : Four Courts Press, 2002. 262 p.

References

1. Konev E. Prognoziruemye vektory razvitiya zarubezhnyh media [Projected vectors of development of foreign media], *Zhurnalistika-2018: sostojanie, problemy, perspektivy: materialy 20-j mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii (15—16 nojab., 2018, BGU) [Journalism-2018: state, problems, prospects : materials of the 20th International Scientific and Practical Conference (November 15—16, 2018, BSU)]*. Minsk, BGU, 2018, pp. 294—297.

2. Ogilvi D. Tajny reklamnogo dvora — sovery starogo reklamista [Secrets of the advertising yard — tips of an old advertiser]. Moscow, Associacija rabotnikov reklamy, 2005, 61 p.

3. Braslavets L.A. Social'nye seti kak sredstva massovoj informacii: k postanovke problem [Social networks as mass media: towards the formulation of the problem], *Vestnik VGU. Serija: Filologija. Zhurnalistika [Bulletin of the VSU. Series: Philology. Journalism]*, 2009, no. 1, pp. 125—132.

4. Murphy D. Ireland and the Crimean War. Dublin, Four Courts Press, 2002, 262 p.

ПРИМЕР СТРУКТУРЫ СТАТЬИ

Развитие территорий. 2021. № 4 (26). С. 79—84.
Territory Development. 2021;(4):79—84.

Территория: факты, оценки, перспективы

Научная статья

УДК (номер проставляет автор)

DOI: (номер проставляет редакция)

МЕЖДУНАРОДНОЕ ГУМАНИТАРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Иван Сергеевич Сидоров¹, Игорь Павлович Петров²

¹Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация

²Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация

¹kaf-polit@siu.ranepa.ru, <http://orcid.org/> (представляется автором)

²ipp86@mail.ru

Аннотация

Ключевые слова

Для цитирования: Сидоров И. С., Петров И. П. Международное гуманитарное сотрудничество как фактор развития приграничных территорий // Развитие территорий. 2021. № 4 (26). С. 79—84. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2021-4-79-84>

Territory: facts, assessments, prospects

Original article

INTERNATIONAL HUMANITARIAN COOPERATION AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF FRONTIER ZONE

Ivan S. Sidorov¹, Igor P. Petrov²

¹Novosibirsk National Research State University, Novosibirsk, Russian Federation

²Siberian Institute of Management — branch of RANEPa, Novosibirsk, Russian Federation

¹kaf-polit@siu.ranepa.ru, <http://orcid.org/>

²ipp86@mail.ru

Abstract

Keywords

For citation: Sidorov I. S., Petrov I. P. International humanitarian cooperation as a factor of development of frontier zone. *Territory Development*. 2021;(4):79—84. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2021-4-79-84>

ТЕКСТ СТАТЬИ

Список источников

References

Информация об авторах

Сидоров Иван Сергеевич — доктор политических наук, профессор, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация. E-mail: kaf-polit@siu.ranepa.ru

Петров Игорь Павлович — магистрант, Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, Новосибирск, Российская Федерация. E-mail: ipp86@mail.ru

Information about the authors

Ivan S. Sidorov — Doctor of Political Sciences, Professor, Novosibirsk National Research State University, Professor Faculty of Political science and Technology, Novosibirsk, Russian Federation. E-mail: kaf-polit@siu.ranepa.ru

Igor P. Petrov — Master's Student, Siberian Institute of Management — branch of RANEPa, Novosibirsk, Russian Federation. E-mail: ipp86@mail.ru

Статья поступила в редакцию 00.00.2000; одобрена после рецензирования 00.00.2000; принята к публикации 00.00.2000.

The article was submitted 00.00.2000; approved after reviewing 00.00.2000; accepted for publication 00.00.2000.

