



**НАУЧНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ
ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ**

<http://conference-nicmisi.ru>

**Международный научный журнал
«Региональная экономика. Логистический
менеджмент. Стейкхолдеры будущего.
Государственное и муниципальное управление:
проблемы и решения»**

Выпуск № 1



г. Москва, 2021 г.



Международный научный журнал
«Региональная экономика.
Логистический менеджмент.
Стейкхолдеры будущего.
Государственное и муниципальное
управление: проблемы и решения»

Выпуск № 1

ИЗДАЕТСЯ С 8 ФЕВРАЛЯ 2021 ГОДА

УДК 330

ББК 65

Э 8

Главный редактор научных изданий НИЦ МИСИ **А.В. Демидов**, к.э.н., старший научный сотрудник, Doctor of Business Administration

Директор Департамента стратегического развития науки и инновационных разработок, главный научный сотрудник НИЦ МИСИ **С.В. Дуденков**, д.т.н., профессор, Заслуженный эколог РФ, Заслуженный изобретатель СССР

Председатель редакционной коллегии НИЦ МИСИ **А.И. Пашовкин**, к.т.н., доцент

Ответственный редактор научных изданий НИЦ МИСИ **Д.А. Максимов**

Члены Президиума редакционной коллегии НИЦ МИСИ:

А.М. Балбеко, д.п.н., д.э.н., профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ

Ю.П. Белов, к.э.н., доцент

И.Л. Быковников, к.э.н., доцент

П.И. Сиротинкин, к.т.н., доцент

Л.Я. Шубов, д.т.н., профессор

- Э 8 **«Региональная экономика. Логистический менеджмент. Стейкхолдеры будущего. Государственное и муниципальное управление: проблемы и решения»:** электронный международный научный журнал. – М.: НИЦ МИСИ. – 2021. / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://conference-nicmisi.ru/mezhdunarodnyj-nauchnyj-zhurnal-regionalnaya-ekonomika-logisticheskij-menedzhment-stejkholdery-budushhego-gosudarstvennoe-i-munitsipalnoe-upravlenie-problemy-i-resheniya.html>

Международный научный журнал «Региональная экономика. Логистический менеджмент. Стейкхолдеры будущего. Государственное и муниципальное управление: проблемы и решения» отражает результаты фундаментальных и прикладных научных исследований ученых, докторантов, аспирантов, преподавателей в виде научных статей, обзорных научных материалов, научных сообщений и предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, с целью использования в научно-исследовательской работе и учебной деятельности.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку). **Точка зрения редакции может не всегда совпадать с точкой зрения авторов публикуемых научных статей. Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.**

УДК 330

ББК 65

© Коллектив авторов, 2021

© НИЦ МИСИ, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»		5
1.	РОЛЬ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ В ДОСТИЖЕНИИ УСТОЙЧИВОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ <i>Корчак Елена Анатольевна</i>	5
2.	РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОДДЕРЖКИ БРЕНДА ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ <i>Безпалов Валерий Васильевич</i>	21
3.	ИДЕНТИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО КЛАСТЕРА КАК ЭЛЕМЕНТА В МЕХАНИЗМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ <i>Бученкова Анна Алексеевна</i>	33
4.	PR-КОММУНИКАЦИИ В СТРАТЕГИИ ПОДДЕРЖАНИЯ РЕПУТАЦИИ БРЕНДА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОГО РЕГИОНА <i>Федюнин Д.В., Безпалов В.В.</i>	43
5.	ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В АРКТИКЕ: СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ <i>Красулина Оксана Юрьевна</i>	68

УДК 330

Корчак Елена Анатольевна,

кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник
Россия, Федеральный исследовательский центр «Кольский научный
центр Российской академии наук»

РОЛЬ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ В ДОСТИЖЕНИИ УСТОЙЧИВОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация

Современная идея человечества – устойчивое территориальное развитие, согласованность экономической, социальной и экологической составляющих которого определяется вертикальной интеграцией всех уровней управления и согласованностью формируемой в целях достижения такого развития политикой на глобальном, национальном, региональном и местном уровнях. Цель настоящего исследования составил анализ роли местных сообществ в достижении устойчивого территориального развития; методы – общенаучные методы познания экономических явлений и методы институционального анализа. В ходе исследования обосновано, что важнейшую роль в достижении устойчивого территориального развития играют местные сообщества – социальные системы, обладающие свойствами территориальной компактности, ресурсной обеспеченности и общественными потребностями, социальной самоидентификации, а также способностью к воспроизводству и наличием элементов самоуправления. Системообразующими элементами местных сообществ являются население, территория, социальное взаимодействие, а также местное самоуправление, определяющее на основе ресурсных возможностей местного сообщества

муниципальную политику. Механизмами достижения устойчивого территориального развития являются местные повестки дня – долгосрочные стратегии устойчивого территориального развития, основанные на принципах экономической, экологической и социальной устойчивости, и на формирование и реализацию которых огромное влияние оказывают приоритеты федеральной и региональной социально-экономической политики, а также деятельность хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: местное сообщество, устойчивое территориальное развитие, муниципальная политика, благосостояние населения.

Ведение

Острейшие глобальные проблемы человечества (перенаселение планеты, загрязнения окружающей среды, ограниченность природных ресурсов) привели к появлению в конце прошлого века концепции устойчивого развития. Основная идея человечества сегодня – общественно-территориальное развитие, в котором хозяйственная деятельность человека осуществляется на принципах рационального природопользования и обеспечения высоких стандартов благосостояния населения. Согласованность экономической, социальной и экологической составляющих устойчивого развития в рамках взаимодействия человека, экономической системы и природы на глобальном, национальном, региональном и местном уровнях определяется эффективностью управления – вертикальной интеграцией всех уровней управления и согласованностью разработки политики в достижении целей устойчивого территориального развития.

Вопросам достижения устойчивого территориального развития посвящены доклады Римского клуба (The Club of Rome) – международной общественной организации, цель деятельности которой состоит в привлечении внимания мировой общественности к глобальным проблемам отношений природы и человека – человечества, экономических систем и окружающей среды. Один из таких докладов – «The capacity to govern»

(Способность к управлению; 2001 г.), в котором профессор политологии Еврейского университета (Иерусалим, Израиль) И. Дроп (Y. Drog) на основе анализа проблем глобального управления и недостатков современных форм государственного управления обосновывает тезис о том, что «большинство повседневных проблем управления носит локальный характер и, соответственно, требует местной ответственности, при этом субсидиарность должна подчиняться директивам вышестоящих уровней управления [1, с. 4-6]».

Цель и методы исследования

Цель исследования заключалась в определении роли местных сообществ в достижении устойчивого территориального развития с применением общенаучных методов познания экономических явлений и методов институционального анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

В 1976 г. на Первой международной конференции ООН (Хабитат I) в г. Ванкувере (Канада) одной из глобальных проблем, препятствующих достижению устойчивого территориального развития, была признана проблема урбанизации: «Сегодня населенные пункты развиваются не с учетом удовлетворения реальных человеческих потребностей, а в целях продвижения интересов крупных корпораций... В развитии населенных пунктов необходимы решения, которые делают экономические намерения слугой, а не хозяином человеческого духа [2]». По итогам этой конференции в 1977 г. были созданы межправительственный орган «Комиссия ООН по населенным пунктам» и исполнительный секретариат Комиссии – «Центр ООН по населенным пунктам Хаббитат»; в 1978 г. ООН была основана Программа по населенным пунктам ООН-Хабитат (The United Nations Human Settlements Programme, UN-HABITAT) – программа содействия устойчивому территориальному развитию.

Важным шагом в определении роли местных сообществ в достижении устойчивого территориального развития стало создание для стран – участниц Совета Европы в 1985 г. Европейской хартии местного самоуправления (ETS N 122) [3], обязавшей в таких странах конституционное закрепление регламентирующих независимость населенных пунктов юридических норм. Фундаментальными принципами местного самоуправления стали конституционное регулирование автономии местного самоуправления, его политической, административной и финансовой независимости, subsidiarity, а также контроля значительной части публичных обязательств в интересах местных сообществ. В 1992 г. Европейской хартией городов были закреплены принципы эффективного управления городским хозяйством в рамках реализации прав местных сообществ на безопасность, «здоровую» окружающую среду, занятость, жилье, мобильность, здоровье, спорт, культуру и устойчивое территориальное развитие [4, с. 17; 5, с. 143].

В 1994 г. Комитетом министров Совета Европы был учрежден Конгресс местных и региональных властей, основной ролью которого стало представительство местных органов самоуправления стран – участниц Совета Европы, в т.ч. в вопросах содействия местной демократии и укрепления местного самоуправления в соответствии с Европейской хартией местного самоуправления [3]. В этом же году в г. Ольборге (Дания) участниками Европейской Конференции по устойчивому развитию больших и малых городов Европы в Хартии «Города Европы на пути к устойчивому развитию» [6] была актуализирована ключевая роль местных сообществ в достижении устойчивого территориального развития – процессах изменения стиля общественной жизни, моделей потребления и производства, пространственной структуры размещения производства и расселения. Подписавшие Хартию представители больших и малых европейских городов обязались включиться в процесс разработки местных повесток дня на XXI век посредством подготовки собственных долгосрочных стратегий устойчивого территориального развития, основанных на принципах

экономической, экологической и социальной устойчивости. Само понятие устойчивого территориального развития в документе было определено как созидательный местный процесс, направленный на достижение сбалансированности городского развития на основе эффективного самоуправления, повышения эффективности использования природных ресурсов, снижения нагрузки на природный капитал, а также стремления к социальной справедливости. Под последней подразумевалось снижение неравномерности распределения материальных благ и услуг, обеспечение социальных потребностей населения, повышение качества жизни и обеспечение долговременной занятости.

Следующим шагом в определении роли местных сообществ в достижении устойчивого территориального развития стали Стамбульская декларация по населенным пунктам и Повестка дня Хабитат (II Конференция ООН по населенным пунктам, г. Стамбул, Турция, 1996 г.). Первым документом были закреплены обязательства государств и правительств по достижению устойчивого территориального развития населенных пунктов (решение проблем неустойчивых структур потребления и производства, демографических изменений, бездомности и роста нищеты, безработицы, деградации окружающей среды), вторым – всемерный план действий по устойчивому территориальному развитию населенных пунктов (включающий вопросы эффективного городского планирования и укрепления финансового и институционального потенциалов местных сообществ).

В 2001 г. Мировому сообществу был представлен доклад ООН «Cities in a Globalizing World: Global Report on Human Settlements 2001» [7], в котором содержались результаты исследования условий и тенденций развития населенных пунктов со времени проведения Хабитат II. В ходе проведенного исследования авторы обосновали тенденции усугубления

социального неравенства, пространственной сегрегации и социальной изоляции, а именно: неравномерное распределение выгод и издержек глобализации (снижение реальных доходов населения, рост стоимости жизни, увеличение числа малоимущих домохозяйств) и не сбалансированный характер глобализации (несбалансированность целей глобализации с ролью правительств, частного сектора и гражданского общества в механизмах сотрудничества). Общим итогом доклада стал вывод о том, что именно местные сообщества являются связующим звеном между глобализацией и развитием человеческого потенциала: «специфические и функциональные особенности местных сообществ имеют весомое значение в достижении устойчивого территориального развития, поскольку именно на основе расширения возможностей участия местных сообществ в управлении территориальным развитием увеличиваются шансы достижения социальной справедливости и экологической устойчивости... именно местные сообщества сегодня должны играть роль «агентов перемен» и основных «акторов достижения» устойчивого территориального развития [8]». Особого, по мнению авторов исследования, внимания требует необходимость проведения на местном уровне эффективной политики в отношении малоимущих слоев населения в целях развития их нереализованного потенциала с пользой для всего общества.

В этом же году на специальной сессии Генеральной ассамблеи (с учетом выводов глобального доклада «Cities in a Globalizing World: Global Report on Human Settlements 2001») Декларацией о городах и других населенных пунктах в новом тысячелетии в очередной раз было подтверждено особо важное значение «развития населенных пунктов как ключевого фактора устойчивого территориального развития [8]».

В 2012 г. ООН – Хабитат был представлен инструментарий для измерения устойчивости городов «Индекс благосостояния города» [2], в дальнейшем (2013 г.) преобразовав его в глобальную Инициативу по повышению благосостояния городов – глобальную платформу сопоставления

уровня развития городов и выявления проблем в благосостоянии местных сообществ.

Сегодня в состав программ ООН – Хабитат входят следующие [2]:

Программа локализации Повестки дня на XXI век, реализующая в местных сообществах отдельные мероприятия Повестки дня на XXI век;

Программа борьбы со стихийными бедствиями, реализующая мероприятия по ликвидации последствий стихийных бедствий на локальном уровне;

Программа обмена опытом и методикой местного управления в целях повышения благосостояния населения;

Программа устойчивого развития городов, направленная на укрепление потенциалов местных сообществ.

Для практической поддержки в разработке местных стратегий устойчивого территориального развития в 2013 г. был создан онлайн-инструментарий «Справочная основа для устойчивых городов» (RFSC) – многоцелевой механизм принятия решений и коммуникаций, содержащий обширную базу соответствующих показателей и специальную документацию [9]. В состав управляющей команды такого механизма вошли, в том числе, Совет европейских муниципалитетов и регионов (The Council of European Municipalities and Regions, CEMR), объединивший национальные ассоциации местных и региональных правительств из 41 европейской страны и Центр исследований и экспертизы рисков, окружающей среды, мобильности и развития (Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement, CEREMA). Суть проекта заключается в оказании помощи в разработке комплексных программ городского развития и местных стратегий реализации Целей устойчивого развития, а также в оценке текущих стратегий устойчивого территориального развития на основе определения приоритетов и целей местного развития, мероприятий по их достижению и

выбора индикаторов для системы мониторинга реализации таких программ и стратегий. Среди параметров европейского видения городов будущего в проекте была определена территориальная устойчивость как способность местного сообщества к самоорганизации и адаптации к меняющимся условиям жизнедеятельности – достижениям научно-технического прогресса, климатическим изменениям, последствиям стихийных бедствий и техногенных катастроф, политическим беспорядкам и социальной напряженности.

В 2014 г. в целях повышения прозрачности управленческой деятельности и повышения доверия населения к органам местного самоуправления Международной организацией по стандартизации (International Organization for Standardization, ISO) были разработаны стандарты качества муниципального управления – ISO 18091 и ISO 37120. Стандарт ISO 18091 «Системы менеджмента качества. Руководящие указания по применению ISO 9001:2008 в местном самоуправлении» изначально содержал 39 показателей и систему оценки основных направлений деятельности органов местного самоуправления – институтов управления (совершенствование институциональной среды), экономической (устойчивое экономическое развитие) и социальной (всестороннее социальное развитие) сфер, поддержания соответствующего уровня окружающей среды (стабильное экологическое развитие). Среди показателей устойчивого экономического развития – продвижение инновационных экономических инициатив, стимулирование возможностей трудоустройства, продовольственная безопасность, стимулирование развития туризма, развитие транспортной и дорожной инфраструктур, содействие развитию малого и среднего предпринимательства; показателей всестороннего социального развития – стимулирование развития отраслей социальной сферы, стимулирование этнической и социальной интеграции; показателей стабильного экологического развития – ответственность за чистоту и вывоз мусора, эффективность системы землеустройства и охрана природных

ресурсов. С применением такого стандарта в практике муниципального управления определяются проблемы социально-экономического развития местных сообществ и обосновываются задачи и приоритетные направления внедрения информационно-технологических решений в различных сферах жизнедеятельности местных сообществ [10].

Стандарт ISO 37120 «Устойчивое развитие населенных пунктов — показатели оценки услуг и городского качества жизни» [11] содержит систему показателей для оценки эффективности работы городских служб и предоставляемых муниципальных услуг. По таким показателям оценивается эффективность деятельности органов местного самоуправления в сфере благосостояния населения и эффективность стратегического управления местным сообществом (в 2019 г. стандарт был дополнен стандартами ISO 37122 «Устойчивые города – сообщества – показатели для умных городов» и ISO 37123 «Устойчивые города и сообщества – индикаторы устойчивости городов»).

В системе показателей представлены основные (обязательные к использованию для оценки эффективности оказания услуг), вспомогательные (рекомендуемые) и профильные (базовые) статистические данные и исходные сведения. Так, в состав основных показателей, характеризующих экономику местных сообществ, входят показатели «доля бедного населения», среди вспомогательных – «доля населения, имеющего постоянную работу» и «уровень безработицы среди молодежи»; основных показателей, характеризующих сферу здравоохранения, – «средняя продолжительность жизни», вспомогательных – «количество самоубийств на 100000 жителей»; основных показателей, характеризующих безопасность жизнедеятельности, – «количество полицейских на 100000 жителей», вспомогательных – «время реагирования органов полиции на первичный вызов». Основная цель

применения такого ГОСТа состоит в отслеживании и контроле прогресса в эффективности функционирования местного сообщества.

Общее видение будущей городской экономики до 2036 г. Было представлено в июле 2016 г. в г. Сурабая (Индонезия) в Установочном документе №7 «Стратегии экономического развития городов» Подготовительного комитета Конференции ООН по жилью и устойчивому городскому развитию. В рамках обоснования важности жизнедеятельности городов в достижении целей устойчивого территориального развития документом были определены ключевые принципы (инклюзивность, правовое обеспечение и сбалансированность экономического роста и городского развития) и благоприятные условия укрепления городской экономики, создания рабочих мест и повышения благосостояния населения (управляемость и подотчетность локальных, региональных и национальных институтов, поддержка предпринимательской активности и инновационной деятельности, социальное партнерство, качественная инфраструктура) [13].

В новейшей Программе развития городов, представленной в 2016 г. на Конференции ООН по жилью и устойчивому городскому развитию (Хабитат III) в г. Киото (Эквадор), была представлена парадигма городского развития, в число постулатов которой вошли следующие [14]:

устойчивое городское развитие в интересах социальной интеграции на основе эффективной пространственной организации (распределение возможностей и преимуществ урбанизации в целях реализации человеческого потенциала), координации взаимодействия органов государственной власти, органов местного самоуправления, неправительственных и некоммерческих организаций в целях привлечения инвестиций в городское развитие и пр.;

устойчивое и всеобщее городское процветание: последовательный устойчивый экономический рост при полной производительной занятости на основе внутреннего потенциала местных сообществ, их конкурентных преимуществ и местных ресурсов, внедрение моделей устойчивого

потребления и производства, создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности и инноваций и т.д.;

экологически устойчивое и стабильное городское развитие, в т.ч. содействие рациональному потреблению природных ресурсов на основе экологически рационального территориального планирования.

Таким образом, особое внимание мирового сообщества в контексте достижения устойчивого территориального развития сегодня обращено на развитие населенных пунктов – административно-территориальные единицы, объединяющие территориальные поселения, и продуцирующие необходимые изменения на региональном, национальном и глобальном уровнях.

В различных странах административно-территориальные единицы различаются по уровням в зависимости от правового положения, территориального подчинения, структурных задач территориального управления. Например, нижней административно-территориальной единицей Финляндии является община: в 19 провинциях страны расположены 311 муниципалитетов, включающих районы и деревни. В Лапландии (Lapin maakunta) расположен 21 муниципалитет, крупнейший из которых – столица региона г. Рованиеми (Rovaniemi) с населением более 63 тыс. чел. (2020 г.). В Северной Остроботнии (Pohjois-Pohjanmaa) расположено 30 муниципалитетов, в т.ч. административный центр г. Оулу (Oulu) с численностью населения около 204 тыс. чел. В провинции Кайнуу (Kainuun maakunta) – 8, в т.ч. административный центр Каяна (Kajaani) с населением 36,7 тыс. чел.

На севере Канады [15] населенные пункты – это местные сообщества или их взаимосвязанные группы с численностью не менее 1 тыс. чел. и плотностью не менее 0,4 тыс. чел. на 1 кв. км. Территория Нунавута (Nunavut) объединяет 25 муниципалитетов (город Икалуит, Iqaluit – столица территории с численностью населения около 7,7 тыс. чел., и сельские

поселения). В состав Северо-Западных территорий (Northwest Territories) входят крупнейшая община и столица региона – Йеллоунайф (Yellowknife) с численностью населения менее 20 тыс. чел. (2017 г.), деревня Форт-Симпсон (Fort Simpson) с численностью населения 1,2 тыс. чел., община Тлычо (Tłıchǫ), а также сельские поселения. Юкон (Yukon) включает 8 муниципалитетов, имеющих статус города или официальное название – деревня или город. Крупнейший муниципалитет – город Уайтхорс (Whitehorse), где проживает практически 70% населения Юкона, самый малочисленный – деревня Теслин (Teslin) с численностью населения около 120 чел.

Территория Аляски (США) подразделяется на бороу (16 единиц, в т.ч. муниципалитет Анкориджа – Anchorage с численностью населения 288 тыс. чел.), неорганизованные бороу (специфика «неорганизованности» которых обусловлена этнической составляющей населения, в т.ч. отсутствием заинтересованности в формировании органов местного самоуправления) и статистически обособленную местность Эвансвилл. Муниципалитеты штата подразделяются на управляемые (имеющие уставы и широкий спектр законодательных полномочий) и общего права (не имеющие уставов и наделяемые полномочиями «сверху»). На территории штата функционируют 6 консолидированных городских органов власти, среди них – округ и город Джуно (City and Borough of Juneau) – столица Аляски с численностью населения более 32 тыс. чел., управляемые Ассамблеей города и района.

В арктическую зону Норвегии входят провинция Свальбард (Svalbard) на интегрированной территории Шпицбергена (административный центр – Лонгийр, Longyearbyen с численностью населения более 2,3 тыс. чел., управляемый общинным советом); а также округа Тромс и Финнмарк (Troms og Finnmark), включающий 39 муниципалитетов, и Нурланн (Nordland), включающий 41 коммуну сельского или городского типа [16]. Столица первого – Тромсе (Tromsø) с общей численностью населения 64,4 тыс. чел.

(2018 г.), второго – Буде (Bodø) с численностью населения 52,3 тыс. чел. (2020 г.).

Заключение

В достижении устойчивого территориального развития важную роль сегодня играют местные сообщества: ключевым фактором такого развития является муниципальная политика, формируемая и реализуемая на основе взаимосогласованных действий региональных органов государственной власти и органов местного самоуправления с учетом специфических особенностей местных сообществ. Муниципальная политика наиболее приближена к человеку, напрямую влияет на благосостояние населения и обеспечивает социальную устойчивость и, тем самым, экологическую и экономическую устойчивость местных сообществ. Основным условием в достижении устойчивого территориального развития является эффективность муниципального управления, а именно стратегический характер такого управления [25, с. 8], означающий разработку консолидированной позиции по поводу перспектив развития местного сообщества и последовательной реализации соответствующей территориальной политики с учетом конкретных целей и приоритетов обеспечения жизнедеятельности местных сообществ.

Список использованной литературы

1. Argyris Ch. The Capacity to Govern (Book Reviews) // Political Science Quarterly. 2003. Vol. 118, no. 1. Pp. 175.
2. ООН — Хабитат [Офиц. сайт]. URL: <https://www.un.org/ru/ga/habitat/>
3. «Европейская хартия местного самоуправления» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Офиц. сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20361/

4. Гольтяева Е.О. Продвижение «права на город» для градостроительного развития // Architecture and modern information technologies. 2015. № 1 (30). С. 17.

5. Черкасов А.И. Стандарты Совета Европы в сфере местного самоуправления и проблемы их реализации // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2014. № 6. С. 129-145.

6. Хартия «Города Европы на пути к устойчивому развитию». [Официальный сайт]. URL: <http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/books/otcrit/r3-hartiy.html>.

7. Cities in a Globalizing World: Global Report on Human Settlements 2001. Available at https://www.un.org/en/events/pastevents/pdfs/Cities_in_a_globalizing_world_2001.pdf.

8. Декларация о городах и других населенных пунктах в новом тысячелетии [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций [Официальный сайт]. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/habitatdec.shtml.

9. The European Reference Framework for Sustainable Cities. Available at <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=99&nr=86&menu=144>.

10. Устойчивое развитие регионов и городов России [Электронный ресурс] // Журнал Стратегия [Официальный сайт]. URL: <http://strategyjournal.ru/rossiya-i-mir/ustojchivoe-razvitie-regionov-i-gorodov-rossii/>.

11. ISO 37120 [Электронный ресурс] // Разрабатывая стандарты [Официальный сайт]. URL: <https://www.iso.org/ru/standard/68498.html>.

12. ГОСТ Р ИСО 37120-2015 Устойчивое развитие сообщества. Показатели городских услуг и качества жизни [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Официальный сайт]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200123370>.

13. Установочный документ № 7: стратегии экономического развития городов [Электронный ресурс] // ООН – Хабитат [Официальный сайт]. URL: <http://habitat3.org/wp-content/uploads/Policy-Paper-7-Русский.pdf>.

14. Новая Программа Развития Городов [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций [Официальный сайт]. URL: <http://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-Russian.pdf>.

15. List of population centres in the Canadian Territories. Available at https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_population_centres_in_the_Canadian_Territories.

16. Состав Норвегии. Муниципалитеты, коммунны и округа [Электронный ресурс] // Norwayura [Официальный сайт]. URL: <https://norwayural.ru/structure-of-norway.html>

17. Муниципальные образования Мурманской области / Федеральная служба государственной статистики, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области. Мурманск, 2017 – 198 с.

18. Морозова Л.П. Факторы развития местного сообщества в условиях современной России (на примере местных сообществ Мурманской области) : автореф. дис. ... канд. социол. наук. СПб., 2009. 25 с.

19. Гущина И.А., Кондратович Д.Л., Положенцева О.А. Оценка взаимодействия местных сообществ и органов местного самоуправления Мурманской области: опыт социологического исследования // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 11-1. С. 48-53. DOI: 10.17513/vaael.788.

20. Иванов В.Н., Кобзова Ю.В. Основные изменения в современной российской концепции местного самоуправления // Вестник ЮУрГУ. 2006. № 5. С. 262-268.

21. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Официальный сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

22. Будаева Ц.Б., Дугарова А.А. Теоретические концепции местного самоуправления // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 2. С. 138-145.

23. Бурый О.В., Дмитриева Т.Е. Теоретические и практические вопросы создания самодостаточных арктических поселений // Известия Коми научного центра УрО РАН. 2015. №3 (23). С. 141-147.

24. Муниципалитеты в Карелии не выполнили планы по развитию, но превысили – по зарплатам чиновников [Электронный ресурс] // Вести Карелии [Официальный сайт]. URL: http://ru/news/_23857/

25. Корчак Е.А. Муниципальное управление в сфере уровня жизни в северных и арктических местных сообществах РФ // Современные проблемы науки и образования. 2014. №5. С. 313.

© Корчак Елена Анатольевна, 2021

доктор экономических наук, профессор кафедры национальной и
региональной экономики

Россия, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ
КОММУНИКАТИВНОЙ ПОДДЕРЖКИ БРЕНДА ОБЪЕКТА
НЕДВИЖИМОСТИ**

Аннотация

Реализация программы коммуникативной поддержки бренда является фундаментальной основой формирования сильного, конкурентоспособного бренда с большим количеством лояльных клиентов и утвердившимся позитивным имиджем бренда. В статье тема формирования программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости на примере жилого комплекса «Город на реке Тушино-2018». Для достижения поставленной цели были успешно решены следующие задачи: исследован мировой и отечественный опыт формирования программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости в сети Интернет: основные методы и принципы формирования; проведен анализ рынка недвижимости г. Москвы, посредством которого были выявлены основные факторы средового влияния на формирование программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости в сети Интернет; проведена оценка опыта формирования программы коммуникативной поддержки бренда жилого комплекса «Тушино 2018» в сети Интернет, идентифицированы основные преимущества и недостатки бренда; приведены основные направления эффективного формирования программы коммуникативной поддержки для

бренда жилого комплекса «Тушино 2018» в сети Интернет; сформирована перспективная программа коммуникативной поддержки для бренда жилого комплекса «Тушино 2018» в сети Интернет; проведена оценка эффективности перспективной программы коммуникативной поддержки бренда жилого комплекса «Тушино 2018» в сети Интернет.

Ключевые слова: региональный жилой проект, жилой комплекс «Город на реке Тушино-2018», коммуникативная поддержка бренда, продвижение объекта недвижимости, формирование эффективной региональной программы.

Введение

Формирование эффективной программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости в сети Интернет способствует достижению таких целей как создание сильного бренда, формирование базы лояльных клиентов, позитивного отношения к бренду с учетом запроса потребителя, в результате построению конкурентоспособной компании. На сегодняшний день в России наблюдается активное развитие рынка недвижимости, что ведет к активизации соперничества среди большинства строительных компаний. В связи с чем формирование программы коммуникативной поддержки дает возможность создавать уникальный набор элементов и иных составляющих бренда, способствующих созданию и дальнейшему поддержанию благоприятного имиджа бренда. Навык формирования программы коммуникативной поддержки и ее рациональное применение в рабочем процессе компании, будет способствовать выделению бренда застройщика в сравнении с конкурирующими на рынке аналогами, а также выстраиванию доверительных взаимоотношений с лояльными потребителями и средствами массовой информации.

Экспериментальная часть

На сегодняшний день бренду свойственно выражать культурно-историческую значимость своей страны, национальные, территориальные особенности, традиции местного населения и менталитет. Развитие концепции бренда привело к ее адаптации для различных сфер, включая некоммерческую и политическую. Бренд отражает в определенной степени имидж страны и его субъектов, представляет собой набор характеристик, создающих уникальное восприятие государства. Мощный позитивный имидж государства стимулирует привлечение инвестиций, рост экспорта, привлечение туристов, иммигрантов и в целом способствует устойчивому развитию страны.[1]

Для формирования долгосрочной и перспективной программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости, особенно с учетом региональных особенностей, целесообразно изначально рассмотреть зарубежные модели ее образования.

Американская модель-концепция бренд-коммуникаций, основанная на стандартном наборе функциональных характеристик продукта при внешней его дифференциации. Данная модель выражена в таких брендах застройщиков как: «JonesLangLaSalleIncorporated», «Cushman & Wakefield», «SimonPropertyGroup» и «Bechtel»;

Европейская модель- модель бренд-коммуникаций отличается своей направленностью на внутреннее отличие товаров, поиском особых качественных характеристик, компонентов, свойств, которые придают уникальность каждому бренду. Европейские застройщики в отличие от американских конкурентов ставят в приоритете ценности, определяющие характер потребителей: харизма, философия, вкус, утонченность. Примерами применения данной модели являются такие застройщики, как Bouygues, SaliniImpregiloSpA, Ferrovial, Saipem.

Южно-азиатская модель-культура модели является источником новых форматов объектов жилой недвижимости и стандартов качества. По мнению бренд-менеджеров, покупателям необходимо получить лучшее предложение и в короткие сроки. Лидерами, придерживающимися данной стратегии выступают CommunicationsConstructionGroupLtd, Samsung C&T Corp, SinohydroGroupLtd и JGC Corp.[2]

На сегодняшний день рынок зарубежной недвижимости характеризуется активным расширением элитного сегмента. Самые высокие объемы продаж, по сравнению со среднемировым уровнем, характерны Великобритании, при этом много сделок с недвижимостью премиум-класса. В США элитная недвижимость также занимает повышенную долю рынка. На молодых рынках, таких как Болгария, Турция, Латвия, преобладают объекты дешёвой ценовой категории. В Старой Европе (например, Италия, Франция, Германии) большая часть продаж сосредоточена в среднем ценовом сегменте, а многие агентства предлагают сразу в нескольких странах. Однако большинство риелторов сталкиваются с такой трудностью как преобладание предложения над спросом. [3]

Продвижение объектов недвижимости в западных странах подразумевает исключительно долгосрочные инвестиции. Значительная часть ресурсов первоначально приходит на массивное рекламное давление на потребителя для создания собственной торговой марки и укрепления ее на рыночной нише. Данные меры характеризуют западную концепцию брендинга. В азиатских странах популярна восточная концепция, основанная на менталитете страны, который выбирает в качестве основных критериев бренд и качество производителя продукции. Такое предрасположение обусловлено трудовой дисциплиной, строгими нормами жизни и приверженностью к одной компании. Для таких стран преимущественно важна репутация и имидж бренда, поэтому застройщики стремятся к формированию единой и централизованной программы коммуникативной поддержки. Смешанная концепция предполагает

идентификацию отличительных свойств продукта и создание положительного имиджа корпоративного бренда, то есть совместное использование западного и восточного опыта.

Как в зарубежных странах, так и в России, застройщики активно используют продвижение объектов как онлайн, так и офлайн. Из онлайн-каналов маркетинга наиболее популярно поисковое продвижение, из офлайн-каналов — «сарафанное радио» [4]. Крупные агентства в существенной степени опираются на выставки недвижимости и публикации в печатной прессе. В Интернете часто используют продвижение в социальных сетях и контекстную рекламу.

Офлайн: выставки недвижимости, наружная реклама, средства массовой информации (печать, радио, телевидение), «сарафанное радио».

Онлайн: поисковое продвижение (SEO), контекстная реклама, маркетинг в социальных сетях (SMM), публикации на тематических сайтах, медийные баннеры. [5]

Согласно представленным результатам исследования агентства недвижимости Trano.Ru, проведенным с помощью онлайн-анкеты среди 370 деятелей рынка зарубежной недвижимости, из которых 253 (68,4 %) представляют агентства недвижимости, а 117 (31,6 %) — частные риелторы, можно сделать определенные выводы о применении каналов коммуникации в продвижении недвижимости. Участники исследования продают и сдают в аренду недвижимость более чем в 60 странах. Особенно выделяются 4 страны, в каждой из которых работают более 10 % всех респондентов: Испания — 15,7 %, Болгария — 14,3 %, Италия — 11,4 %, Турция — 10,8 %. За ними следуют 5 стран, популярность которых находится между 5 и 10 процентами: Черногория (8,4 %), Латвия (8,1 %), Кипр (7,3 %), Германия (7,3 %), Франция (6,8 %). Наконец, есть ещё 6 стран, составляющих заметную долю в результатах анкетирования: Чехия, Греция, США, Великобритания,

Португалия, Таиланд. Респонденты делятся на две примерно равные категории. Всего 13,0 % респондентов не указали ни одного офлайн канала, лишь 4,7 % — ни одного канала в Интернете.

Первая категория — те, кто основываются на офлайн каналах традиционного маркетинга. Для них Интернет является вспомогательной средой привлечения клиентов. Вторая категория полагается преимущественно на интернет-рекламу, рассматривая средства рекламы вне Сети как второстепенные инструменты. Наиболее популярный коммуникационный канал — поисковое продвижение (SEO). Его отметили 78,4 % участников опроса. Данный канал лидирует с большим отрывом от остальных — как онлайн-каналов, так и офлайн-каналов. Более трети респондентов рассматривают его как основное (или одно из 2–3 основных) направлений формирования программы коммуникативной поддержки.

Согласно представленным данным можно сделать вывод о том, что менее популярные каналы — реклама на радио и телевидении (7,4 и 8,0 % соответственно). Данного вида реклама подразумевает большие расходы, а её эффективность на сегодняшний день вызывает сомнения.

Отдельно стоит рассказать про медийные баннеры. Из интернет-каналов медийные баннеры наименее востребованы (26,0 %). Это обуславливается тем, что подобная реклама широкого охвата более эффективна для продуктов массового потребления, к которым не относится зарубежная недвижимость. Однако, медийная реклама актуальна для продвижения бренда, нежели чем для увеличения продаж. К тому же, из тех, кто размещает баннеры, всего 14,8 % отметили их как приоритетный способ привлечения клиентов, остальные используют баннеры только в дополнение к другим каналам.

Остальные 7 маркетинговых каналов сравнимы друг с другом по популярности, хотя каналы Интернета немного преобладают над традиционными направлениями. Большую долю офлайн каналов занимает «сарафанное радио», или маркетинг из уст в уста. На него полагаются 54,4 %

респондентов, причём 40,2 % отметили его в качестве приоритетного. Сегодня стандартная реклама теряет к себе доверие ввиду ее перенасыщения, поэтому данный канал коммуникации все еще остается актуальным. Выставки недвижимости оказались всего на шестом месте (46,7 %), так как участие в них дорогое для мелких агентств и частных риелторов. [6] Похожая ситуация — с публикациями в печатной прессе: их отмечают меньше половины опрошенных (47,9 %), но чем крупнее агентства, тем активнее они задействуют этот канал в сочетании с другими.

Некоторые коммуникационные каналы заметны в сочетании друг с другом. Так, существенная доля респондентов (29,0 %) использует одновременно маркетинг в социальных сетях (SMM) и размещение статей на тематических сайтах. Для крупных агентств наиболее типичная комбинация каналов — SEO, SMM, выставки и публикации в прессе. Это сочетание отметили 20,1 % участников опроса, причём большинство из них применяет ещё 2–3 второстепенных канала.

Касательно России, брендинг недвижимости с каждым днем развивается и прогрессирует, особенно на уровне наиболее развивающихся регионов. Для поддержания устойчивой репутации компании, в России также акцентируют внимание на таких коммуникационных приемах как апелляция к истории, апелляция к архитектуре, стиль жизни и функционал проекта. Из распространенных недостатков, препятствующим созданию комплексного брендинга, можно отнести ставку на функционал, отсутствие системности в действиях и отсутствие креативной идеи всего проекта – того зерна, на котором будет строиться вся концепция. [7]

В сфере недвижимости Интернет и ТВ тоже занимают первые места в рейтинге наиболее эффективных инструментов. На примере успешно реализованных кейсов агентства Nectarin в сфере недвижимости можно оценить значимость продвижения объектов с помощью комплексных

интернет стратегий, нацеленных на привлечение реальных покупателей недвижимости. Обычно агентство для этого применяет сложно настроенные контекстные кампании, programmatic-закупки медийной рекламы, социальные сети с нужными таргетингами на целевую аудиторию, и другие инструменты.

Кроме интернет-продвижения на сегодняшний день в России также популярно такое направление как BTL-коммуникаций — стимулирование покупателей (consumer promotion), событийные акции (events), выставочные мероприятия, мероприятия в сфере директ-маркетинга. При этом, с учетом приоритетной ориентации рекламно-коммуникационной деятельности, на социально значимые программы, наибольшее значение приобретает директ-маркетинг, на который в мировой практике приходится порядка 60% от всей рекламно-коммуникационной деятельности, и событийные акции, в частности, со спонсорской поддержкой. [8]

С каждым годом все большие обороты рекламного бюджета набирает блоггерство. Данное направление дает возможность застройщику поддерживать коммуникацию со своими клиентами, получать обратную связь и информировать об актуальных предложениях и акциях, что в случае эпидемиологической ситуации имеет большую ценность, позволяет сохранять положительный имидж компании в кризисный период, при этом привлекая внимание потенциальных клиентов к деятельности своего бренда. Однако, направление блоггерства в России на сегодняшний день составляет менее 5% от всего мирового сообщества блоггеров, в связи с чем, значительно уступает западной в развитии, несмотря на стремительное развитие. [9]

Таким образом, исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что расширение рынка недвижимости до международного уровня обогащает опыт российских риелторов, позволяет привнести западную предпринимательскую культуру на отечественный рынок недвижимости. Поэтому застройщикам и агентствам необходимо обеспечить достаточное

информационное присутствие в Интернет- пространстве и акцентировать внимание на интенсивном внедрении Интернет-технологий при формировании программы коммуникативной поддержки объекта недвижимости.

Результаты

Для формирования эффективной программы коммуникативной поддержки регионального бренда объекта недвижимости ЖК «Город на реке Тушино-2018» стоит определить какие на данный момент используют диджитал-форматы его локальных конкуренты и наиболее популярные платформы размещения рекламы с целью выбора наиболее конверсионных форматов для продвижения объекта.

Имеет смысл утверждать, что для защиты текущей позиции следует обеспечить максимальную долю голоса в каналах с широким видеоинвентарем. Бренду необходимо использовать каналы, способные обеспечить максимальное медидавление, чтобы минимизировать прогнозируемую высокую активность конкурентом посредством наращивания собственного присутствия в Интернет пространстве на наиболее популярных ресурсах среди целевой аудитории объекта.

«Город на реке Тушино-2018» -градостроительный проект комплексной застройки Тушинского аэрополя, площадью 160 га, рассчитан на 15 000 жителей. Находится жилой комплекс в природной зоне на берегу Москвы-реки в 10 км от центра, территория лучших экологических показателей в городе, что придает уникальность его месторасположению на зеленом полуострове, свободном от промышленной застройки. По официальным данным Росреестра «Тушино-2018» входит в десятку самых продаваемых проектов Москвы внутри МКАД по количеству лотов и по объему контрактов в 2016, 2018 и 2019 г. Ярко выраженная особенность комплекса-абсолютное отсутствие архаичной жилой или промышленной

застройки, это абсолютно новый жилой кластер, возводимый на зеленом полуострове в окружении реки и леса. Масштабный региональный жилой проект ориентирован на семейную аудиторию, особое внимание уделяется формированию необходимых условий для спорта и воспитания детей. В составе проекта жилые, спортивные, образовательные, деловые и социальные объекты. Наиболее известный на данный момент спортивной доминантой проекта является стадион ФК «Спартак» («Открытие Арена»). В 2015 году проект получил звание «Лучшего проекта комплексного освоения территории (Москва)», а в 2016 — «Самый экологичный проект комплексного освоения территории (Москва)». Масштабный жилой проект со спортивной инфраструктурой для всей семьи, или как его также называют «город в городе», обладает необходимым и достаточным комфортом для представителей среднего класса, преимущественно молодые семьи с двумя и более детьми, ориентированные на здоровое будущее.

Реализация самого проекта осуществляется компанией «ООО Спартак». На сегодняшний день компания уже реализовала строительство одного из лучших стадионов Европы – Стадиона «Спартак», где успешно прошли игры Кубка Конфедераций и матчи первого в РФ Мундиаля летом 2018 года. Кроме стадиона была построена и сдана футбольная база с 6 полями, организована для болельщиков необходимая автомобильная и пешеходная дорожная сеть, возведено два офисных здания.

Заключение

В статье исследованы основные способы формирования программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости в сети Интернет. Для этого была проведена оценка мирового и отечественного опыта формирования программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости в сети Интернет, проведен сравнительный анализ рынка недвижимости г. Москвы и в итоге оценен имеющийся опыт формирования программы коммуникативной поддержки жилого комплекса «Тушино 2018» в сети Интернет.

На основании проведенного анализа разработаны рекомендации по повышению эффективности формирования программы коммуникативной поддержки бренда объекта недвижимости (на примере жилого комплекса «Тушино-2018») в сети Интернет, а именно установлены основные направления эффективного формирования программы коммуникативной поддержки жилого комплекса в сети Интернет, обозначены и обусловлены основные составляющие перспективной программы и проведена оценка эффективности программы коммуникативной поддержки бренда жилого комплекса «Тушино 2018» в сети Интернет.

Список использованной литературы

1. Нэпп Д. Политика бренда. СПб.: ИД «Весь», 2009. — 384 с
2. Lehmann D.R., Keller K.L., Farley J.U. The Structure of Survey-Based Brand Metrics // Journal of International Marketing. Vol. 16. N 4. — 314 p.
3. Друкер П. Ф. Менеджмент: задачи, обязанности, практика. — М.: Пресс, 2008. — 992 с
4. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности: учеб. пособие для образовательных учреждений нач. проф. образования. Москва, 2006. Сер. Федеральный комплект учебников (2-е изд., стер.)
5. Капустина Л.М., Решетило Т.Л. Маркетинговые технологии брэндинга. Екатеринбург: Изд-во Урал.гос.экон.ун-та, 2009. – 104 с.
6. Казанцев К.Ю. Факторный анализ силы бренда высокотехнологичных предприятий // ИнтерэкспоГеоСи-бирь. 2015. №1. Т.3. -180с.
7. Официальный сайт рекламного агентства I-media// <https://www.i-media.ru/seo/cases/1414/>

8. Фон Штернберг Е.А. Интернет-маркетинг. Практические рекомендации по анализу эффективности [Текст] // Интернет-маркетинг. – 2016. – №2.
9. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе PR, Статья о динамике рынка digital-агентств, Статья об агентстве «Нектарин» // <https://www.sostav.ru/nectarin>
10. Российская исследовательская компания Ipsos, реализующая все виды маркетинговых и социологических исследований // <https://www.ipsos.com/ru-ru>
11. Официальная страница Вконтакте «Город на реке Тушино-2018» // <https://vk.com/tushino2018>
12. Официальная страница Facebook «Город на реке Тушино-2018» // <https://www.facebook.com/tushino2018/>
13. Официальная страница инстаграмм-аккаунта «Город на реке Тушино-2018» // https://www.instagram.com/tushino2018_official/?hl=ru
14. Официальная страница Youtube «Город на реке Тушино-2018» // https://www.youtube.com/channel/UCMt0iflaxF_beRYLY_GdYXg
15. Пугонин Е.В., Лочан С.А., Федюнин Д.В. Продвижение интегрированного портфеля брендов: теория и практика. Монография / Под редакцией С.А. Лочана, Изд-во: Компания КноРус, Москва, 2015.
16. Официальный сайт ЖК «Тушино 2018» // <https://tushino2018.ru/>
17. Официальный сайт агентства «Нектарин» // <https://nectarin.ru/>
18. Блинов А.О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. — 2003. — № 4. – 140 с.

© Безпалов Валерий Васильевич, 2021

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО КЛАСТЕРА КАК ЭЛЕМЕНТА В МЕХАНИЗМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация

В рамках данной научной статьи осуществляется раскрытие теоретических основ кластерной политики и ее влияния на региональную конкурентоспособность. Производится анализ инновационной кластерной политики региона. Раскрывается проблематика существования и развития инновационного кластера. Осуществляется оценка влияния кластеризации на уровень региональной конкурентоспособности. Определяются перспективы инновационной кластерной политики и пути повышения конкурентоспособности в Московской области.

Ключевые слова: инновация, инновационный кластер, конкурентоспособность региональная конкурентоспособность, инновационный потенциал.

Введение

Современные тенденции формирования политики устойчивого экономического развития и ее реализации свидетельствуют о том, что эффективным средством перехода к экономике инновационного типа является внедрение кластерных форм организации производства. Новое качество экономического развития достигается благодаря добровольному

объединению по географическому признаку предприятий и других институций, между которыми существует взаимозависимость в научно-технической сфере, производстве, логистике, торговле и рыночной власти.

Кластеризацию определяют, как третью волну развития глобальной экономики XXI века, учитывая то, что она является формой интеграции производства и стала одним из решающих факторов инновационного развития и роста роли регионов в использовании национальных конкурентных преимуществ.

Процессы кластеризации в последнее десятилетие активно исследуют отечественные ученые: Л. Антонюк, Н. Блажевич, А. Варяниченко, М. Войнаренко, Н. Внукова, и др. В то же время недостаточно изученными являются формообразующие процессы кластеризации в регионе и их адаптация к условиям национальной экономики, все вышесказанное обусловило выбор темы научной статьи.

Целью работы является проведение анализа идентификации инновационного кластера как элемента в механизме обеспечения региональной конкурентоспособности.

Методы исследования. Теоретико-методологическую базу работы составляют диалектический метод научного познания и фундаментальные положения экономики как составной экономической науки.

Основные результаты исследования

Понятие кластера было введено в научный оборот М. Портером в 1990 г. По мнению М. Портера «кластеры представляют собой группы взаимосвязанных компаний, поставщиков услуг, компаний в смежных отраслях, организаций, связанных с их деятельностью, сконцентрированные по географическому признаку, которые ведут совместную работу, но при этом конкурируют в ряде областей» [21].

К. Киттелс акцентирует внимание на развитии кластеров в определенном географическом районе и их взаимосвязи между собой с целью обеспечения товарами и услугами [17].

В процессе объединения компаний в кластер формируется сбалансированная система распространения и трансферта новых знаний и инновационных технологий. Й. Шумпетер и Ф. Перру рассматривали данный процесс развития полюсов роста экономики как естественное явление, которое получило широкое распространение в качестве одного из базовых инструментов государственной экономической политики в зарубежных странах.

Цель формирования кластеров определяется как достижение конкурентных преимуществ на основе создания наукоемкой и высокотехнологичной продукции.

Высокая конкурентоспособность экономики в зарубежных странах базируется на сильных позициях отдельных кластерных инициатив, реализация которых способствует оптимизации управления ею.

Отечественные ученые рассматривают инновационную кластерную политику, как стратегию поведения государства по отношению к экономическим субъектам, реализуемую с помощью определенных инструментов влияния на субъекты промышленности.

Целью, которой является преодоление технологических и институциональных разрывов в экономике, и содействие созданию благоприятной институциональной бизнес-среды, интенсификацию развития производства по очерченным стратегическим направлениям для дальнейшего промышленного развития.

Определяют структурный, инновационный, региональный аспекты кластерной политики [10].

Определяют три основные цели кластерной политики [3]:

- первая – экономическое развитие, рост и благосостояние;
- вторая – регулирование экономики: рыночной, нормативно-правовой, социальной среды;

- третья – развитие технического прогресса образования и инноваций.

Объектом кластерной политики является производственная деятельность предприятий страны.

Кластерная политика изменяет содержание государственной промышленной политики, направляя ее усилия не на развитие отдельных отраслей, а на развитие экономических связей между государством, производителями, поставщиками и потребителями [10].

По мнению Войнаренко М. П. Радецкая Л. П., кластерная политика обеспечивает формирование условий для эффективного организационного развития кластеров, учитывая идентификацию участников кластера, разработку стратегии развития, которая предполагает рост конкурентоспособности продукции [5].

По мнению Бакум В. В., формирование кластерной политики заключается в том, что она позволяет решить задачи социально-экономического развития группы взаимосвязанных предприятий, относящихся к различным отраслям [2].

Общей целью кластерной политики является рост динамики экономического развития, повышения эффективности экономической деятельности, повышение конкурентоспособности отечественных предприятий и их продукции, получение синергетического эффекта от экономического взаимодействия, улучшение инвестиционного климата, развитие связей между наукой, образованием и производством экономической и общественной сферой [18].

Таким образом, основываясь на вышеизложенном, можем сформулировать следующие усовершенствование определения понятия «кластерная политика». Кластерная политика – это систематическая непрерывная деятельность органов государственной власти, направленная на реализацию комплекса мер по улучшению бизнес-климата для усиления конкурентоспособности и эффективности социально-экономического развития отдельных регионов и сфер хозяйственной инфраструктуры страны.

На формирование производственного потенциала промышленного предприятия влияют многие факторы, которые необходимо рассматривать в комплексе. В первую очередь это такие, как: производственно-технологические, организационные, экономические и информационно-управленческие. При анализе производственного потенциала желательно применять различные графические и динамические модели управления, например, динамическая модель определения объема производства продукции.

Вопросы финансового обеспечения и повышения эффективности использования финансовых ресурсов относятся к самым актуальным для большинства субъектов хозяйствования в связи с их неудовлетворительным финансовым состоянием. Необходимость их решения особенно возрастает в современных условиях.

Состав кластера Московской области: всего 238 организаций, из них 118 малые предприятия, 105 средние и крупные предприятия, 15 другие участники.

Трудности формирования и развития кластеров Московской области характеризуются следующими особенностями:

- особенностями организации производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятий;
- государственной регуляторной политикой по формированию финансовых ресурсов предприятий, влияние которой растет в условиях государственной монополии на производство продукции [4].

Предприятия недостаточно обеспечены финансовыми ресурсами из-за отсутствия и недостаточности соответствующих источников их формирования. Значительное количество предприятий являются убыточными.

Для эффективного управления производственным потенциалом необходима информационная система, которая включала в себя оперативный учет и контроль эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Формирование и использование производственного потенциала предприятия должно базироваться на исследованиях спроса промышленных предприятий, который может быть определен как вторичный, неэластичный, неустойчивый или парный.

Стимулирование спроса на продукцию промышленных предприятий предусматривает применение современных концепций маркетинга. Исследование спроса должно учитывать каждую группу промышленных товаров и услуг. На формирование производственного потенциала промышленного предприятия влияет также характеристика продукции, чем сложнее продукция и технология ее изготовления, тем возникают более разнообразные связи на предприятии.

Исследуя процесс кластеризации региона, следует определить, что внешние и внутренние угрозы, оказывающие влияние на отечественные предприятия, на микроуровне каждого отдельного субъекта хозяйственной деятельности, в значительной степени связаны между собой и отрицательно влияют на финансово-хозяйственную деятельность отдельных кластерообразующих предприятий. Для определения взаимосвязи процессов кластеризации промышленности и обеспечения экономической безопасности государства необходимо осуществление исследования показателей по основным составляющим кластерообразующих предприятий. Так, на процесс кластеризации оказывает влияние на уровне отдельной отрасли и региона, при формировании регионального и промышленного кластера и составляющие и показатели микроуровня – уровня отдельных предприятий, входящих в кластер и формируют его. «Ведущей отраслью экономики региона является промышленность, которая представлена более тридцати крупными и средними предприятиями металлургического и

машиностроительного комплекса, пищевой и перерабатывающей отрасли, стройиндустрии, крупными международными брендами» [14].

Заключение

Как итог данной научной статьи можно сделать следующие выводы:

- кластерная политика представляет собой систематическую непрерывную деятельность органов государственной власти, направленную на реализацию комплекса мер по улучшению бизнес-климата для усиления конкурентоспособности и эффективности социально-экономического развития отдельных регионов и сфер хозяйственной инфраструктуры страны;
- реализация процесса кластеризации промышленности осуществляет значительное влияние на составляющие развития Московской области;
- усовершенствован механизм внедрения кластерной политики, который теперь охватывает цели, принципы, функции, кластерной политики и этапы ее формирования, методы, инструменты и направления ее обеспечения, что в отличие от существующих вариаций, дает возможность сформировать промышленную политику региона с применением кластерного подхода комплексно, в полной мере отвечает целям реализации кластерной политики;
- предложенная структура и содержание направлений реализации кластерной политики, последовательная реализация которой позволит системно внедрять процесс кластеризации отечественной промышленности, осуществить структурную, научно-техническую перестройку промышленного сектора, повысить уровень конкурентоспособности отечественной промышленности, что является основой для экономического роста Московской области.

Список использованной литературы

1. Анненкова, О.В. Формирование промышленных кластеров как инструмент структурной перестройки экономики / О.В. Анненкова, Е.В. Пономаренко // Актуальные проблемы развития экономики региона. – 2019. – С. 108-112.
2. Бакум, В.В. Самоорганизация в региональных агропромышленных кластерах // Экономика АПК: международный научно-производственный журнал. – 2019. – Вып.1. – С. 21-27.
3. Безвужко, Е. Кластеры и их роль в возрождении экономики Подолья // Перспективные исследования. – 2019. – №2. – С. 17-23.
4. Бондарчук, Н.В. Функционирование кластеров: мировой и отечественный опыт / Н.В. Бондарчук // Инновации. – 2018. – № 9. – С. 107-109.
5. Войнаренко, М.П. Кластеры в институциональной экономике: монография / Н.П. Войнаренко. – «Триада-М», 2018. – 502 с.
6. Войнаренко М.П. Богатчик Л.А. Исследование зарубежных моделей формирования кластеров и возможностей их использования в экономике Украины // Запад-Россия-Восток. – 2014. – №8 – С.387-395.
7. Волосович, С. В. Кластерная стратегия развития свободных экономических зон // Экономический вестник университета, 2018. – №1. – С. 33-39
8. Геец, В. «Кластеры и сетевые структуры в экономике – тема довольно интересная, но на сегодня еще до конца не изучена ...» / В. Геец // Экономист. – 2018. – № 10. – С.10-11.
9. Гончаров, Ю.В., Марченко, Т.И. Обоснование построения кластерной модели повышения инвестиционно-инновационного потенциала предприятий легкой промышленности // Легкая промышленность. – 2019. – № 4. – С. 21-24.

10. Горблюк, Р.В. Кластеры: теоретические основы и перспективы развития // Региональная экономика. – 2016. – № 3. – С. 222-229.

11. Калашников, Д.И. Формирование кластера в образовательном секторе: предпосылки и перспективы // ФЭС: Финансы. Экономика. 2012. №1. С.48-51.

12. Ксенофонтова, О.Л. Опыт зарубежных стран по созданию и функционированию кластеров: модельный подход / О.Л. Ксенофонтова. / Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2015. – С.36-42.

13. Наконечная, Т.Ю. Кластеризация как катализатор экономического развития регионов и повышения конкурентоспособности страны / Т.Ю. Ткаченко // Экономические науки. Серия: Региональная экономика. Сборник научных трудов. – 2018. – № 7 (27). – С. 33-39.

14. Официальный сайт администрации Городского округа Ступино Московской области // [электронный ресурс] <https://stupinoadm.ru/ekonomika/promyshlennost> (дата обращения 29.10.2020)

15. Петрушевская В.В., Нестерова А.В. Факторы, влияющие на финансовый механизм активизации инновационного процесса // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2019. – №1(29). – С 24-30.

16. Прайс, В. Концептуальные подходы к формированию кластеров // Экономист. 2018. № 10. С. 24-26.

17. Проняева, Л.И. Идентификация кластеров в экономике и модель их функционирования / Л.И. Проняева, О.А. Федотенкова, А.В. Павлова. / Вестник государственного и муниципального управления. – 2016. – С.124-132. С.129-130.

18. Пушкарь, Т.А. Мировой опыт формирования сетевых и кластерных объединений / Т.А. Пушкарь, В. Федорова // Экономический журнал-XXI. – 2018. – № 11-12. – С. 68-71.

19. Резниченко, Д.В. Конкурентоспособность аграрного сектора Украины в контексте формирования зоны свободной торговли с европейским союзом [электронный ресурс] <https://www.sworld.com.ua/konfer32/1191.pdf> (дата обращения 29.10.2020)

20. Романова, О.Н., Голикова Г.В., Титарёва, В.А. Анализ моделей формирования кластерной политики в регионе // Современная экономика: проблемы и решения. – 2016. – №10 (82) – С. 167-177.

21. Соколенко, С.И. Кластеры в глобальной экономике / С.И. Соколенко. – М.: Логос, 2016. – 848 с.

© Бученкова Анна Алексеевна, 2021

д.э.н., профессор кафедры рекламы, связей с
общественностью и дизайна

Россия, Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова

д.э.н., профессор кафедры национальной и региональной экономики
Россия, Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова

PR-КОММУНИКАЦИИ В СТРАТЕГИИ ПОДДЕРЖАНИЯ РЕПУТАЦИИ БРЕНДА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОГО РЕГИОНА

Аннотация

В современном глобальном мире одной из тенденций развития и приоритетов повышения конкурентоспособности государств является экологическая ответственность. Россия в международном рейтинге по экологической эффективности – EPI, по итогам 2019 года находится на 56 месте из 180 стран мира, участвующих в данном рейтинге. Индекс оценивает национальную экологическую ситуацию по 24 показателям, а также по десяти категориям экологического здоровья и жизнеспособности экосистем страны. Во многом это место объясняется недостаточностью использования PR- коммуникаций при поддержании репутации бренда России, как экологически чистой территории. Российская Федерация не рационально использует потенциал PR- коммуникаций при информировании международной общественности о результатах позитивных изменений, связанных с реализацией новых экологических программ и проектов.

Ключевые слова: экологически чистый регион, PR-коммуникации, репутация бренда, национальный проект, экологическая ситуация.

Введение

PR-коммуникации – система, комплекс коммуникаций, направленных на общество, его отдельные социальные группы, которые, в зависимости от главной стратегической задачи PR, должны воздействовать на систему личностных ценностей членов общества для идентификации объекта PR, его выделения среди других, успешное позиционирование в обществе. PR-коммуникации используются для построения непрерывных взаимоотношений с различными общественными группами, по разным поводам, в том числе, и негативного характера [1].

Основными функциями PR-коммуникаций являются: информационная функция; функция формирования общественных коммуникативных отношений; функция формирования общественного сознания в соответствии с коммуникативными стратегиями PR-коммуникаций; интерактивная функция; экспрессивная функция; перцептивная функция; функция воздействия на общество через обратную связь.

Санкции западных стран, направленные против Российской Федерации, начиная с 2014г. оказали негативное влияние на экономическую и социальную сферы страны. В этих условиях, коммерческие и общественные организации были вынуждены вносить кардинальные изменения в свои стратегии развития.

В связи с тем, что коммуникации в современном мире являются глобальными и одной из главных составляющих международных отношений, СМИ западных стран, используя это, направили свою деятельность против Российской Федерации, создавая негативное отношение международного сообщества к стране. Впоследствии это отразилось на принятии важных политических и экономических решений, направленных против России.

Современное глобальное информационное общество использует коммуникативные технологии для ведения пропаганды, в публичной дипломатии, а также в проведении информационной войны [2]. В этих условиях увеличивается регулирующее значение PR-коммуникаций в

обществе, как инструмента информационного управления и влияния на общественное мнение в условиях кризисов. В современном мире PR-коммуникации используются в международных отношениях для продвижения и защиты национальных интересов государства [3].

Введение санкций против России заставили изменить механизмы проведения коммуникативных кампаний, их логику и использование коммуникационных технологий. Появилось специальное направление: стратегия управления репутацией в период кризисов, для сохранения или наименьшего ущерба ее репутации — «issues-management» [4].

В теории и практике PR появилась новая проблема: «возникновения рисков при формировании общественного мнения в условиях санкций» [4], которая еще не исследована в теории менеджмента и маркетинга.

Во время проявления кризисов, использование PR-коммуникаций может по-разному воздействовать на общественное мнение, в зависимости от их направленности и содержания: они могут способствовать стабилизации ситуации, или наоборот, создавать напряженность и негативное настроение в обществе. Это хорошо подтверждается в текущей международной ситуации, когда западные СМИ, используя PR-коммуникации, за короткое время, смогли создать негативное отношение к России, давая необъективную оценку внутривнутриполитической ситуации и освещая только негативные события и новости, происходящие в стране. [5]

В этих условиях международного противостояния появляются риски для имиджа российских брендов и компаний, что приводит к необходимости изменения подходов к реализации PR-стратегий. В условиях санкций и политической нестабильности российские бренды и компании находятся под информационным давлением, что приводит к появлению репутационных рисков, снижению уровня конкурентоспособности на мировом рынке.

Поэтому, в сложившихся условиях, PR-коммуникации можно признать важным стратегическим ресурсом, используемым для сохранения национальных интересов и безопасности страны.

Результаты исследований

В последние годы Россия активно использовала мягкую силу в мировом сообществе для положительного изменения образа страны и продвижения ее интересов [6]. Начиная с 2014г., Россия провела несколько крупнейших мировых спортивных мероприятий у нас в стране: в 2014г.- Олимпийские игры в Сочи, в 2018г.- чемпионат мира по футболу, в 2019г. была проведена Универсиада в Красноярске. Проведение этих спортивных соревнований было показано во многих странах мира через телевидение и интернет, позволившее миллионам людей мира увидеть настоящую Россию, при этом эмоционально воздействовало на каждого конкретного человека, что привело к положительному отношению к объекту коммуникации. На эти спортивные мероприятия непосредственно в Россию приехало много иностранных туристов и болельщиков, которые своими глазами увидели страну, познакомились с ее жителями, и потом, смогли рассказать о своих впечатлениях уже у себя в стране своим соотечественникам, изменяя сложившееся негативное представление о России на позитивное.

Одним из эффективных каналов PR-коммуникаций, который необходимо использовать в стратегии поддержания репутации бренда России, как экологически чистой территории, являются тематические международные выставки. Например, в 2020 году проводится большое количество международных выставок по тематике «Экологическая ответственность»:

Модель разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда России, как экологически чистой территории, осуществляется на основе проведения оценки влияния основных факторов.

Первоочередной и главной задачей для разработки модели PR-коммуникаций является определение целевой аудитории, и ее исследование. От того, насколько целевая аудитория заинтересована и готова к PR-коммуникации, каковы ее ожидания, зависит остальной порядок действий и содержание стратегии. После выбора и исследования целевой аудитории, понимания ее потребностей формулируется обращение к ней, определяется форма обращения и выбираются каналы коммуникации.

После этого этапа начинается этап практической реализации модели PR-коммуникаций, который заключается в определении бюджета PR-коммуникаций, их материального обеспечения. Исходя из бюджета, определяются возможные каналы продвижения PR-сообщений, с учетом их потенциальной выгоды и эффективности [7].

При помощи PR-коммуникаций можно значительно улучшить международный имидж территории, повысить ее рейтинги в долгосрочной перспективе. Имидж территории — это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, на основе сопоставления всех ее признаков, а также личного опыта и мнений, формирующих определенный образ территории. Это обобщенное представление, сложившееся на типичных установках целевой аудитории людей.

Имидж является составляющей репутации, искусственно созданное мнение, сформированный положительный образ бренда среди определенной группы людей- целевой аудитории. Если имидж можно создать, то репутацию создать нельзя – ее необходимо заработать. Репутация- это реакция общества или целевой аудитории на реальную конкретную деятельность.

Поэтому создание репутации бренда происходит на протяжении длительного периода и сохраняется на долгосрочную перспективу. Имидж бренда зависит от внешних характеристик, а репутация- от целостного

восприятия внутренних и внешних качеств бренда, складывается из реальных действий и фактов. Репутация- это определенный ресурс, нематериальное благо, который положительно влияет на успех бренда в обществе.

Репутация создается при совместном коммуникационном воздействии PR-коммуникаций и объективных результатов действия бренда. Репутация — это устойчивый коммуникационный компонент, оказывающий влияние на формирование имиджа и бренда [8].

Бренд экологически чистой территории — это один из инструментов государственного управления, который используется для создания, поддержания или изменения мнений, намерений и поведения субъектов относительно региона, выявление возможностей и особенностей данного региона, как экологически чистой территории. У бренда экологически чистой территории проявляется интегрирующая функция, которая может использоваться для объединения разрозненных мероприятий маркетинга территорий и стратегии развития региона, их экологической устойчивости [9].

Бренд экологически чистой территории направлен на донесение до широкой аудитории актуальной информации об ее уникальности и особенностях. Поддержание репутации бренда экологически чистой территории влияет на обеспечение привлекательного имиджа региона, его узнаваемости; формирования представления об его уникальности; донесения до экологического сообщества достижений и инициатив экологически чистой территории; повышения престижа страны в мировом сообществе и др. Бренд экологически чистой территории используется в позиционировании региона в международном сообществе на разных уровнях.

Мировой и отечественный опыт создания и продвижения бренда экологически чистой территории использует различные критерии территориальной индивидуальности, такие как природно-географические и климатические особенности, флора, фауна, экологическое состояние региона, используемые технологические особенности для сохранения высокого

уровня экологии. Ухудшение качества окружающей среды и экологии в целом оказывает негативное влияние на восприятие и репутацию региона. А сохранение уникальных природных памятников, разнообразие флоры и фауны, чистый воздух, чистая вода, красота и первозданность природы являются основными экологическими ресурсами региона, позволяющими поддерживать репутацию бренда экологически чистой территории [10].

Основными методами являются: выявление комплекса экологических преимуществ региона и донесение актуальной информации до целевой аудитории; проведение мероприятий маркетинга для привлечения внимания общественности: организации специальных событий, участие в выставках, презентациях, в совместных экологических проектах; постоянное сотрудничество со средствами массовой информации для обеспечения информационного присутствия для создания устойчивых позитивных ассоциаций с брендом целевой аудитории.

В качестве реального примера мировой практики разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории рассмотрим Новую Зеландию, которая расположена на островах Тихого океана, где проживает 4,6 млн. человек.

В международном рейтинге по экологической эффективности (EPI) за 2018г., который составляется на основе оценки национальной экологической ситуации по 24 показателям, а также по десяти категориям экологического здоровья и жизнеспособности экосистем страны, Новая Зеландия занимает 17 место из 180 стран с результатом 75,96 баллов.

Индекс EPI- комплексный сравнительный показатель проводимой экологической политики стран мира. В основе определения индекса заложены целевые экологические показатели, определенные международными договорами, международными организациями и экспертами, имеющими верхнюю(цель) и нижнюю шкалы (худшие

показатели). Если страна достигает показателя верхней шкалы, то она получает сто баллов [11].

Рейтинг EPI показывает текущее состояние окружающей среды страны, выделяет направления, которые требуют особого внимания для их улучшения.

В Новой Зеландии наблюдается многообразие климатических зон планеты и уникальная флора и фауна. В Новой Зеландии существует 35 заповедников и национальных парков, 3000 небольших резерватов, где соблюдается природоохранный режим.

Правительство Новой Зеландии следует принципам устойчивого развития в экономической, социальной и экологической политике, приоритетным направлением является защита окружающей среды, качество воды и воздуха. Еще в 2008 г. страна стала участвовать в работе мирового сообщества по изменению климата. В 2015 г. в Новой Зеландии была самая высокая доля бюджета на НИОКР для сохранения окружающей среды среди всех стран мира.

В 2016 г. правительство разработало программу «Зеленая экономика Новой Зеландии», для улучшения управления экологией, водными ресурсами, устойчивым развитием городов.

В соответствии с этой программой, в Новой Зеландии принята схема торговли квотами на выбросы, введение высоких налогов на выбросы углекислого газа и других загрязнителей воздуха, что положительно отразилось на сокращении вредных выбросов в атмосферу.

Вторым важным направлением программы «Зеленая экономика Новой Зеландии» для сохранения окружающей среды является внедрение альтернативной «зеленой энергетики» — использование энергии воды и термальных источников, позволяющее получать почти 80% всей потребляемой в стране энергии. Новая Зеландия не использует атомную энергетику на своей территории. Программа использования электромобилей предусматривает их удвоение, каждый год, до 2021 года [12].

Новая Зеландия стремится стать страной с самым экологически чистым имиджем. В 2009 г. была разработана стратегия поддержания репутации бренда экологически чистой территории: «100% Pure New Zealand»- «Стопроцентно чистая Новая Зеландия».

Первоначально для разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории были проведены маркетинговые исследования, оценка внешней и внутренней среды Новой Зеландии для выявления главных экологических преимуществ и оценки экологических ресурсов: многообразия климатических зон, уникальности флоры и фауны, наличие в стране заповедников и национальных парков, а также большого количества территорий- резерватов, где соблюдается природоохранный режим. На этой основе было проведено проектирование бренда, сформированы необходимые организационные структуры – экологический комитет при правительстве страны, отвечающий за продвижение бренда.

Для реализации стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории для проведения PR — кампаний были использованы телеканалы Discovery, Planet Green, а также портал YouTube.

Кроме того, были разработаны полиграфические материалы, рассказывающие о экологических программах в стране, для взаимодействия с заинтересованными структурами; были созданы сувениры по экологической тематике Новой Зеландии. Экологический комитет при правительстве страны занимался организацией участия страны в проведении различных экологических международных тематических выставок и др. На продвижение стратегии было потрачено 3 млн. долл. Результатом реализации стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории Новой Зеландии стали высокие места в рейтинге по экологической эффективности

(EPI): в 2010г.- 6 место, в 2012г.- 14 место, в 2014г.-16 место, в 2016г.-11 место из 180 стран, участвующих в рейтинге.

В качестве еще одного примера мировой практики рассмотрим Норвегию, которая расположена в Северной Европе; где проживает 5, 367млн. человек. В международном рейтинге по экологической эффективности (EPI) за 2018г., Норвегия занимает 14 место из 180 стран с результатом 77,49баллов, опережая Новую Зеландию.

В Норвегии, на государственном уровне решаются проблемы сохранения окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, особенно таким как изменение климата, таяние ледников, повышение уровня Мирового океана, ухудшение экологических условий, загрязнение арктических вод нефтесодержащими продуктами. Внутренняя экологическая политика страны направлена на охрану природы Шпицбергена, где организуются национальные парки и особо охраняемые зоны, на сохранение природы в Арктическом регионе. Правительство Норвегии один раз в два года выпускает доклады о состоянии окружающей среды.

В Норвегии проводится природоохранная политика, применяются действенные природоохранные меры, например, введены эффективные экологические пошлины (налоги на загрязнение окружающей среды): углеводородные пошлины, налоги на удобрения и пестициды.

Основными направлениями проводимой экологической политики Норвегии признаются: поддержание устойчивости биологического разнообразия и природных ресурсов; управление водными ресурсами; изменение климата и доступ к чистой энергии; противодействие распространению загрязняющих веществ в атмосфере, воде, воздухе. В Норвегии распространены общественные экологические организации. Например, «Друзья Земли Норвегии», создавший волонтерский школьный проект SPARE для экологического использования ресурсов и энергии, в котором приняло участие 50 тыс. человек. Несмотря на проводимую

экологическую деятельность на государственном уровне, в Норвегии не разрабатываются и не применяются программы поддержания репутации бренда экологически чистой территории.

Отечественная практика разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории пока не наработана. В настоящее время во многих регионах страны идет работа по созданию и продвижению комплексных брендов территории для привлечения инвесторов, партнеров для развития регионов, использования рекреационного туристского потенциала и других целей, направленных на экономическое развитие регионов, создание новых рабочих мест, улучшение качества жизни местного населения.

Такая работа по созданию и продвижению комплексных брендов территории реализуется во многих регионах страны – в Татарстане, Бурятии, Краснодарском крае, в Новосибирской, Томской областях и др. В администрациях регионов эту работу проводят специально созданные специализированные агентства, которые занимаются разработкой программ для формирования бренда региона, соответствующей его общей стратегии развития, на основе проведенных маркетинговых исследований территории, выявления имеющихся уникальных преимуществ региона [13].

Россия, как одно из крупнейших государств мира по размеру территории, численности населения, оказывает значительное влияние на состояние экологии во всем мире. Современные проблемы экологии мирового сообщества решаются на всех уровнях- от регионального, до мирового глобального. ООН провозгласило обеспечение экологической устойчивости одним из принципов устойчивого развития.

Исследование экологической ситуации в России, проведенное ООН, показало, что основными экологическими проблемами нашей страны являются загрязнение окружающей среды, утрата биоразнообразия. По

данным ООН, в 136 городах России, где живет 56,3 млн. человек, высокий уровень загрязнения воздуха и окружающей среды, плохое качество питьевой воды. Россия находится на четвертом месте в мире по выбросу парниковых газов, как результата деятельности промышленных предприятий ведущих отраслей экономики. Для решения перечисленных экологических проблем, отмечается в докладе ООН, России необходимо принять государственные экологические программы для улучшения экологии [14].

Для оценки эффективности проводимой государством политики в области экологии применяется международный рейтинг по экологической эффективности – EPI, который показывает соответствие проводимой национальной политики установленным глобальным экологическим целям, в сравнении с другими странами. Индекс EPI позволяет выявить лучшие национальные практики в области экологии, которые могут быть рекомендованы для внедрения в других странах.

Положение России в рейтинге EPI на протяжении последних лет значительно менялось. Так, в 2014 г.- страна занимала в рейтинге 73 место, в 2016г.-32 место, а в 2018г. — 52 место. Одной из причин изменения позиции России в рейтинге, специалистами признается изменение методики расчета индекса EPI, а не реальное ухудшение экологической ситуации в стране [15].

Современная экологическая ситуация в России формируется под антропогенным воздействием различных негативных факторов на природную среду: ущерб от стихийных бедствий и техногенных катастроф, загрязнение атмосферного воздуха, поверхностных и подземных вод, почвы и др. Для решения существующих экологических проблем в России государством приняты документы: «Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года»; ФЗ «Об охране окружающей среды»; общенациональный проект «Экология» на период 2019-2024гг., где определены и зафиксированы приоритетные направления государственной экологической политики.

В «Основах государственной политики в области экологического развития России на период до 2030 года» 2012 г., говорится что в 40 регионах страны более 54% населения живет в условиях высокого загрязнения атмосферного воздуха; во всех регионах сохраняется тенденция к ухудшению состояния почв и земель, а также опустынивания (более 100 млн. га в 27 регионах РФ). Поэтому приоритетными направлениями государственной экологической политики Российской Федерации определены: сохранение и восстановление природной среды; обеспечение устойчивого природопользования; рациональное использование не возобновляемых природных ресурсов; снижение загрязнения окружающей среды и ресурсосбережение.

В бюджете на 2018 г. затраты на «Охрану окружающей среды» составили 78 млрд. руб., или 0,07 % ВВП [16]. В развитых зарубежных государствах на поддержание экологии тратят в 1,5–2 раза больше средств. Например, в США эти расходы составляют — 1,47 % ВВП, в ФРГ – 1,5 % ВВП, в Японии – 1,25 % ВВП.

Несмотря на это, реализация проводимых мер по улучшению экологии в России за период 2005-2016 гг. привело к снижению объемов загрязнения воздуха на 11,77 %; объемов сброса загрязненных сточных вод – на 16,95 %, что объясняется, в том числе, возросшим уровнем экологической ответственности крупных предприятий, как результата ужесточения экологического законодательства страны. Взаимодействие государства и бизнеса по защите экологии отразилось на положительной динамике международных показателей России: «Качество воздуха», «Вода и санитария» в рейтинге EPI [17].

Для практического улучшения состояния экологии в России разработан и реализуется Национальный проект «Экология» на период с 2019 по 2024 гг., который состоит из отдельных федеральных проектов, разработанных для

комплексного качественного улучшения окружающей среды, как экологически чистой территории.

На основе федерального проекта «Экология» разработаны соответствующие региональные проекты, содержащие направления проекта федерального уровня. При реализации национального и региональных проектов «Экология» определяются задачи, сроки их выполнения, ответственные лица, отвечающие за их реализацию, вводится оценка эффективности. Реализация национального проекта «Экология» началась в 2019 г., на него выделено 4 трлн. руб., на весь период до 2024 г., по данным Счетной палаты, на декабрь 2019 г. было потрачено 33,3% запланированных средств.

Для исследования регионального опыта разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории была выбрана Тамбовская область, которая входит в состав Центрального федерального округа, административным центром области является город Тамбов. Выгодным для развития региона является географическое положение Тамбовской области, расположенной среди крупных экономических центров России, связанных друг с другом налаженной транспортной системой, имеющих развитую инфраструктуру. В регионе благоприятный климат и имеющиеся природные ресурсы, располагающие для развития аграрного сектора, в который преимущественно направляются привлекаемые инвестиции. Благоприятная экологическая ситуация способствует стабильному развитию региона. Тамбовская область на протяжении несколько лет, начиная с 2011г. занимает 1 место из 85участников в экологическом рейтинге регионов России, который проводит общественная организация «Зеленый патруль» четыре раза в год, на основе оценки параметров состояния воды, воздуха, количества выбросов и др. Природоохранный индекс региона определяется на основе комплексной оценки всех факторов, влияющих на состояние экологии: природных ресурсов и деятельности человека на окружающую среду [18].

По этой методике Тамбовская область признана самым экологически чистым районом России, а в докладе Минприроды России, область была признана регионом с самой благополучной экологической обстановкой [19]. Постоянное 1 место Тамбовской области в экологическом рейтинге среди регионов России, обеспечивается за счет природоохранной деятельности региональных органов власти, внедрения новых технологий в производство, реализации перспективных экологических проектов.

Деятельность для сохранения и восстановления окружающей среды – это одно из приоритетных направлений социально-экономического развития Тамбовской области, для обеспечения экологической безопасности и благополучия населения, привлечения инвестиций, обеспечения конкурентоспособности производимой продукции.

В области активно реализуется федеральная программа «Экология», по 5 направлениям, имеющих особую важность для региона: Чистая страна; Комплексная система обращения с ТКО; Сохранение уникальных водных объектов; Сохранение лесов; Чистая Вода.

Например, при реализации федерального проекта «Сохранение уникальных водных объектов» нацпроекта проводятся работы по экологической реабилитации реки Цна протяженностью 21 км, в процессе проведения которых производится расчистка реки от мусора, ее углубление и расширение, расчистка берегов от сухостоя и мусора. В ходе реализации проекта планируется провести аналогичные работы на реке Мошляйка протяженностью 2,8 км, реки Пичаевка. На восстановление рек запланированное финансирование составляет 200 млн. руб. При реализации федерального проекта «Сохранение лесов» запланировано произвести восстановление лесов на площади 850 га, высаживая 10 млн. новых деревьев ежегодно, оснастить специализированной техникой и оборудованием соответствующие организации, а также организации, обеспечивающие

охрану лесов от пожара на 100% от потребности. Необходимая техника уже поступает в лесхозы Тамбовской области, а в 2020 г. в регионе уже выполнен запланированный объем посадок леса- посажено 900 га молодого леса (8 млн. саженцев). Тамбовская область участвовала в международной акции «Сад памяти — сад жизни», в связи с 75 годовщиной Победы в Великой Отечественной войне: было посажено 75 гектаров молодого леса — 420 тыс. молодых дубов и сосен [20].

Реализация федерального проекта «Формирование комплексной системы обращения с ТКО» осуществляется при строительстве экотехнопарка «Центральный» с полигоном мощностью 240 тыс.т в год, а также заводом для обработки мусора 4-5 классов опасности мощностью 300 тыс.т в год, на эти цели запланировано потратить 1,8 млрд. рублей.

При реализации федерального проекта «Чистая страна» в Тамбовской области запланирована рекультивация полигона захоронения отходов в г. Мичуринске, а также шести крупнейших мусорных свалок, общей площадью 50 га. В результате выполнения рекультивации будут улучшены экологические условия жизни 26 тыс. человек, жителей области.

В Тамбовской области в 2018-2019 гг. проходила акция «Генеральная уборка», в ходе которой проводились экологические акции и субботники, выявлялись незаконные мусорные свалки и т.д., способствуя улучшению экологической ситуации в регионе.

В результате проводимых работ местных органов власти и активистов, в Тамбовской области экологическая обстановка в регионе в целом сохраняется стабильной: не превышаются ПДК загрязняющих веществ ни по одной из природных сред. Внедрение природоохранных технологий в существующие действующие производства позволяет снижать объёмы вредных выбросов в атмосферный воздух, улучшая экологические показатели.

В Тамбовской области большое значение уделяется работе с населением, повышению уровня его экологической культуры и осведомлённости о проводимой деятельности по охране и восстановлению природной среды, а также его привлечения к решению экологических проблем. Так, в регионе была активно проведена всероссийская акция «Вода России-2018» по уборке мусора с берегов рек.

Активная позиция власти и населения Тамбовской области при сохранении и восстановлении природной среды позволяет сохранять на протяжении десяти лет первую позицию в экологическом рейтинге Общероссийской общественной организации «Зелёный патруль».

Фактическое достижение статуса экологически чистой территории Тамбовской области в Российской Федерации, ставит перед регионом задачу формирования и продвижения бренда экологически чистой территории, что позволит поднять эффективность использования ресурсного потенциала региона, развитию его экономики, уровня жизни населения.

Региональная власть Тамбовской области заинтересована во многоаспектном развитии региона, повышении его статуса на федеральном и международном уровне, как экологически чистой территории. В настоящее время, Тамбовская область сотрудничает с иностранными партнерами в различных сферах, статус и бренд экологически чистой территории позволит усилить интерес к региону, его экологически чистой продукции, предоставляя новые возможности глобального экономического сообщества [21].

Разработка и продвижение бренда экологически чистой территории может значительно ускорить этот процесс, расширить связи со стратегическими партнерами в различных сферах. Тамбовская область имеет уникальные экологические преимущества- мягкий климат, благоприятные природные условия, плодородные сельскохозяйственные угодья, красивые

естественные ландшафты, природные памятники, заповедники, охраняемые туристическо-рекреационные зоны.

Для поддержания репутации бренда Тамбовской области, как экологически чистой территории, необходимо активно использовать все современные PR- коммуникации в комплексе.

Основные направления PR- коммуникаций необходимо координировать для воздействия как на массовую, так и на специализированную аудиторию. О бренде Тамбовской области, как экологически чистой территории, нужно доводить информацию не только до профессионального экологического сообщества, но и до всех членов общества.

Тамбовская область на практике уже имеет сложившуюся репутацию экологически чистой территории в профессиональном экологическом сообществе России, которая неизвестна общественности по стране в целом, и тем более, за рубежом. Поэтому эффективная разработка PR-коммуникаций для поддержания репутации бренда экологически чистой территории — это актуальная проблема региона.

На сегодняшний день в нашей стране в большинстве территориальных образований появляется потребность в создании и поддержании бренда региона для его известности, привлечения партнеров, инвесторов, стимулирования развития, продвижения накопленного опыта и имеющегося потенциала, в государственном и международном масштабе.

Благоприятная экология — «визитная карточка» Тамбовской области, поэтому бренд экологически чистой территории формируется на сложившейся основе позитивного имиджа региона – важнейшего фактора конкурентных преимуществ области, а также важным активом страны в целом.

Полученный опыт успешной практической деятельности в экологии Тамбовской области необходимо донести до других регионов страны и мира: недостаточная представленность в информационном пространстве не

позволяет развивать и поддерживать репутацию бренда экологически чистой территории. Для устранения этого недостатка необходимо использовать все возможные современные PR- коммуникации.

Основными направлениями PR- коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории Тамбовской области автором работы предлагается выбрать:

Обязательное участие Тамбовской области, как экологически чистой территории для продвижения бренда в крупных экологических мероприятиях на региональном, федеральном и международном уровнях:

участие Тамбовской области, как экологически чистой территории, в федеральных и международных престижных экологических выставках различной направленности для презентации своих достижений в охране и восстановления окружающей среды;

организация и проведение информационных экологических промотуров в Тамбовской области для представителей международных и межрегиональных экологических сообществ;

проведение ежегодных областных конкурсов среди административных образований на лучшие достижения целевых показателей в сфере экологии и природосбережения, с награждением победителей при соблюдении высокой публичности, освещением события в СМИ всех уровней;

сотрудничество с соседними регионами для реализация совместных экологических проектов с использованием инновационных технологий, с их широким освещением в федеральных СМИ;

проведение международных экологических форумов непосредственно в Тамбовской области, с приглашением известных специалистов и экспертов мирового уровня.

Использование информационно-коммуникационных технологий и взаимодействия со СМИ

представление экологических презентационных материалов на всех мероприятиях межведомственного взаимодействия, где принимают участие представители администрации области за пределами региона;

создание системы обмена информацией о проводимых экологических работах и их результатах в Тамбовской области;

создание системы информационно-экологической навигации: размещение указателей и стендов на экологических объектах Тамбовской области, таких как ООПТ, региональных памятников природы, региональных заказников, экологических туристических троп и маршрутов и др., а также разработка и выпуск экологических карт, с указанием основных экологических объектов и маршрутов, как в печатном, так и цифровом виде;

поддержка и дальнейшее развитие экологическо-информационного портала, принадлежащего Управлению по охране окружающей среды и природопользованию Тамбовской области (<http://opr.tmbreg.ru/>);

создание аккаунтов Тамбовской области, как экологически чистой территории в социальных сетях, с ведением интересного актуального, постоянно обновляемого контента для пользователей соцсетей. Продвижение бренда в социальных сетях является важным направлением для создания его положительного имиджа и репутации, как эффективной PR-коммуникаций с целевой аудиторией;

привлечение к распространению информации о Тамбовской области, как экологически чистой территории известных блогеров, для их позитивной оценки посещения региона с приложением качественных фотографий и видео с природными ландшафтами;

использование тематических экологических порталов и новостных интернет-лент для роста упоминаемости Тамбовской области, как экологически чистой территории;

постоянные контакты со всеми видами СМИ, особенно телевидения, федеральных каналов для трансляции всех значимых экологических событий в Тамбовской области;

проведение пресс-конференций, брифингов, интервью для информирования общества о бренде Тамбовской области как экологически чистой территории, о достижениях, успехах, перспективах;

постоянно поддерживать и обеспечивать информационное присутствие, упоминания в СМИ, создавая устойчивые позитивные ассоциации с брендом Тамбовской области, как экологически чистой территории.

Комплексное постоянное использование перечисленных PR-коммуникаций позволит поддерживать и развивать репутацию бренда экологически чистой территории Тамбовской области.

Заключение

PR-коммуникации -признанный инструмент информационного управления и влияния на общественное мнение, использование которых, в зависимости от их направленности и содержания, может по-разному воздействовать на целевые аудитории.

При разработке и планировании PR-коммуникаций важно использовать максимально возможное количество вариантов, найти наиболее эффективные способы подачи информации, для создания ассоциаций и внешне привлекательных образов объекта PR в сознании общественности.

Первоочередной и главной задачей при разработке модели PR-коммуникаций является определение целевой аудитории, ее исследование, и только на основе выявленных ожиданий, и предпочтений, происходит формирование концепции PR-деятельности, последовательное создание программ для донесения до общества необходимых идей и ценностей, на эмоциональном уровне.

Целью данной статьи была определена разработка PR-коммуникаций для поддержания репутации бренда экологически чистой территории. Создание репутации бренда происходит на протяжении длительного периода

и сохраняется на долгосрочную перспективу. Репутация бренда- это важнейший нематериальный актив, устойчивый коммуникационный компонент, влияющий на ценность бренда, его восприятие обществом. Репутация создается при совместном коммуникационном воздействии PR-коммуникаций и объективных результатов действия бренда. При проведении исследования, в статье была изучена теория вопроса, концептуальные подходы известных специалистов в отрасли маркетинга, менеджмента, брэндинга, на основании которых был проведен анализ современных тенденций разработки PR-коммуникаций в мире и у нас в стране.

Для создания бренда экологически чистой территории большое значение имеет повышение компетенций и осведомлённости всех членов общества о состоянии экологии, проводимых программах для восстановления окружающей среды и рационального природопользования, для чего необходимо использовать максимальное количество PR-коммуникаций.

В статье предложена теоретическая модель разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда региона, как экологически чистой территории, которая была применена в дальнейшей проводимой работе.

Для исследования регионального опыта разработки PR-коммуникаций в стратегии поддержания репутации бренда экологически чистой территории была выбрана Тамбовская область, как лучший регион России по состоянию экологии. Деятельность для сохранения и восстановления окружающей среды – это одно из приоритетных направлений социально-экономического развития Тамбовской области, имеющей на практике сложившуюся репутацию экологически чистой территории в профессиональном экологическом сообществе России, которая неизвестна общественности по стране в целом, и тем более, за рубежом. Поэтому эффективная разработка PR-коммуникаций для поддержания репутации бренда экологически чистой территории — это актуальная проблема региона.

В соответствии с выбранными направлениями PR-коммуникаций были разработаны соответствующие программы, с назначением ответственных и определения сроков. Для улучшения осведомлённости и информированности целевой аудитории о бренде экологически чистой территории Тамбовской области предлагается программа проведения Экологического форума.

Комплексное постоянное использование перечисленных PR-коммуникаций позволит поддерживать и развивать репутацию бренда экологически чистой территории Тамбовской области.

Предложенные в статье программы PR-коммуникаций, а также показатели оценки их эффективности, возможно применять на практике государственными и общественными организациями при проведении работы по созданию и поддержанию репутации бренда экологически чистой территории в Российской Федерации.

Список использованной литературы

1. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – Москва: Аспект Пресс, 2013 – 198 с.
2. Паршин, П.Б. Проблематика «мягкой силы» во внешней политике России : Аналитические доклады / П.Б. Паршин ; [Институт международных исследований МГИМО (У) МИД России]. – М.: 2013. №36. 2.
3. Иванченко Г. В. Реальность Паблик Рилейшнз / Г. В. Иванченко. Москва : Смысл, 2015 -153 с.
4. Родина, В.В., Козина, А.А. Трансформирование механизмов международного PR национальной промышленности в текущих внешнеполитических условиях //Балтийский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. № 2(15)

5. Равочкин, Н.Н. Коммуникативный потенциал национальной культуры в контексте формирования позитивного имиджа организации на международном рынке // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова № 5, 2014.

6. Паршин, П.Б. Проблематика «мягкой силы» во внешней политике России : Аналитические доклады / П.Б. Паршин ; [Институт международных исследований МГИМО (У) МИД России]. – М.: 2013. №36. 2.

7. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – Москва : Аспект Пресс, 2013 – 198 с.

8. Коханова, М.Е. PR-коммуникации в системе управления репутационным капиталом / М.Е. Коханова.- М. : LAP Lambert Academic Publishing , 2013 г.- 240с.

9. Илларионов, А.Е., Макаров, П.Ю. Проектный подход к управлению региональным брендом //Вопросы государственного и муниципального управления. 2018. № 4

10. Акантинов, А., Территориальный маркетинг: отечественный и зарубежный опыт: информационно- методическое пособие /А.Д. Акантинов, А.В. Колик. -Мн., 2015. – 100 с.

11. Официальный сайт международный рейтинг по экологической эффективности (EPI) [Электронный ресурс] – Режим доступа:<https://epi.envirocenter.yale.edu/>

12. Официальный сайт Окружающая среда Новой Зеландии [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://www.rma.co.nz/>

13. Полынский А. С. Региональный опыт разработки бренда территорий: амбиция «Омская область регион, привлекательный для туризма» //Современные проблемы сервиса и туризма № 4/2018 Том 12

14. Обзор по стране РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ [Электронный ресурс] – Режим доступа:https://www.unecce.org/fileadmin/DAM/env/EMA/SEIS_country_profiles/2018/Russian_Federation_uploaded_RUS.pdf

15. Мингалева, Ж. А., Депутатова Л. Н., Старков Ю. В. Применение рейтингового метода оценки эффективности государственной экологической политики: сравнительный анализ России и зарубежных стран // Искусство управления. 2018. Том 10, № 3. С. 419–438.

16. Охрана окружающей среды в России. 2018: Стат. сб./Росстат. — 0-92 М., 2018. — 125 с.

17. Климанова, О. А, Россия в системе мировых экологических рейтингов//<https://rosuchebnik.ru/upload/iblock/724/724902ec9f6da33f47a3b857a0fe9252.pdf>

18. Национальный экологический рейтинг России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://greenpatrol.ru/ru/stranica-dlya-obshchego-reytinga/ekologicheskiiy-reyting-subektov-rf?tid=388> (дата обращения 11.04.2020)

19. Минприроды России Тамбовская область [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.mnr.gov.ru/activity/regions/tambovskaya_oblast/?sphrase_id=63834 (дата обращения 11.04.2020)

20. Национальный Проект «Экология» в Тамбовской области // <https://xn--68-6kcuzpihix2b4d.xn--p1ai/nacionalnye-proekty/ekologiya.html>

21. Куприна, Ю.П., Орлова, Л.С. Специфика территориального маркетинга бренда Тамбова и Тамбовской области //Социально-экономические явления и процессы. 2015, т .10, № 5.

кандидат экономических наук, аналитик научно-исследовательской
лаборатории «Системная динамика»

Россия, Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В АРКТИКЕ: СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ

Аннотация

Арктика - сложный географический регион, который устойчиво управляется из-за сильных геополитических и социально-экономических интересов, высокой экологической уязвимости и важности, а также значительной правовой и институциональной фрагментации. Усиление антропогенного давления в этой области требует экосистемного и адаптивного подхода к управлению, позволяющего управлять социально-экологической устойчивостью в Арктике. Поскольку Арктика представляет собой обширную географическую зону, пересекающую множество национальных юрисдикций и морских зон, включая районы открытого моря, было бы желательно использовать региональные скоординированные и согласованные подходы к управлению.

Целью данной статьи является изучение вопроса об управлении экосистемами в Арктике в свете потенциальных последствий продолжающихся переговоров по новому глобальному договору о сохранении и устойчивом использовании биоразнообразия в районах за пределами национальной юрисдикции для управления экосистемами Арктики. Новый подход для управления Арктикой не простой, учитывая, что значительная часть Арктики расположена в районах за пределами национальной юрисдикции. В статье исследуются проблемы и варианты формулирования эффективного экосистемного подхода к сохранению арктического биоразнообразия на фоне расхождений переговорных позиций

о роли глобального договора в заполнении пробелов в управлении и регулировании; о роли региональных и секторальных органов в осуществлении глобальных правил; а также при рассмотрении работы, проделанной в контексте Арктического совета по экосистемному подходу. Анализируется экосистемный подход, сформулированный арктическим советом, и излагаются некоторые проблемы, связанные с его реализацией и рассматриваются различные варианты решения таких проблем.

Ключевые слова: Арктика, экосистемный подход, окружающая среда, глобальные проблемы, Арктический совет.

Введение

Арктика — географический регион мирового значения и интереса. Загрязнение, подкисление океана и глобальное потепление-все это основные угрозы арктическим экосистемам, и все они неразрывно связаны между собой. Основные глобальные воздушные и океанические течения приносят загрязнения в Арктику, где они накапливаются с течением времени, оказывая воздействие на экосистемы и дикую природу. Между тем загрязнение углекислым газом от ископаемого топлива вызывает повсеместное подкисление океана и глобальное потепление, которое происходит в Арктике в два-три раза быстрее, чем в других регионах. [1] В то время как изменение климата оказывает прямое воздействие на арктические экосистемы, динамика загрязняющих веществ в арктических экосистемах также подвергается воздействию, что в некоторых случаях усиливает мобильность загрязнителей и их воздействие.

Изменение климата и таяние льдов создают все более широкие возможности для экономической эксплуатации. Без правовой системы, эффективно разработанной для экосистемного подхода, который мог бы обеспечить поддержание целостности экосистемы, множество аспектов и

факторов могут быть использованы для отклонения от экологически устойчивого пути развития Арктики. В связи с этим возникают вопросы о том, как обеспечить целостность арктической экосистемы в условиях активизации человеческой деятельности, когда как циркумполярные страны, так и неарктические государства проявляют все больший интерес к этому географическому региону.

Уже существуют различные правовые стимулы, которые поощряют или требуют применения различных подходов к экосистемам Арктики. Несмотря на эти правовые стимулы и требования, существуют трудности, это в основном связано с различиями между циркумполярными странами с точки зрения режимов управления, геополитических интересов, институциональных рамок, географических и демографических условий, и это лишь некоторые из них. Несмотря на эти различия, использование человеком арктической экосистемы влияет на ее общую устойчивость и будущие возможности устойчивого использования.

Арктические экосистемы претерпевают глубокие изменения в результате изменения климата. Однако реакция арктических морских и наземных экосистем, а также их биоразнообразие на глобальное потепление остаются в значительной степени неизвестными. Важно отметить, что эти последствия могут оказать существенное влияние на имеющиеся варианты формулирования и осуществления экосистемного управления в Арктике, на роль арктических государств (Норвегия, Дания в отношении Гренландии, Канада, Российская Федерация и Соединенные Штаты, Финляндия, Исландия) и на «систему Арктического совета» в регионе. Циркумполярные страны сильно отличаются друг от друга, с точки зрения масштабов, структур принятия решений и уровней амбиций. Кроме того, регионы Арктики различаются по видам и уровням экономической активности. В то время как экономическая деятельность в некоторых регионах Арктики носит преимущественно натуральный характер, в других она носит коммерческий и крупномасштабный характер. Наконец, системы управления в различных

странах неодинаковы, что обуславливает различные подходы к управлению океанами в целом и к решению проблемы экосистемного управления океанами в частности. Несмотря на отсутствие скоординированного экосистемного подхода в Арктике и значительные различия между циркумполярными странами, правовые и политические стимулы сохраняются. Необходимо в первую очередь должны предприниматься на национальном уровне в рамках усилий по двустороннему и многостороннему сотрудничеству, постепенно направленному на создание согласованных правовых рамок, способствующих осуществлению экосистемного подхода в Арктике.

Управление экосистемами, в частности, хотя и важно в целом для достижения глобальных целей сохранения биоразнообразия, имеет абсолютно первостепенное значение в Арктике, учитывая ее особые экологические условия и уязвимость. Арктическая среда фактически одновременно богата биологическим разнообразием и чрезвычайно уязвима для человеческой деятельности и экологических изменений. Экосистемный подход становится все более важной основой для сохранения биоразнообразия в международном, но он также был определен арктическим советом в качестве ключевой основы сохранения биоразнообразия. Экосистемный подход должен иметь глобальный международный статус, хотя в настоящее время, напротив, региональный подход. Аналогичной позиции придерживаются и некоторые другие члены Арктического совета (в частности, Исландия), а также государства, проявляющие активный интерес к Арктике, такие как Китай, Япония и Южная Корея. Однако нет такой региональной организации, которая занималась бы защитой и сохранением биоразнообразия в Арктике.

На этом фоне целью данной статьи является изучение вопроса об управлении экосистемами в Арктике в свете продолжающихся переговоров и их потенциальных последствий.

2. Сущность экосистемного подхода

Экосистемный подход является ключевой управленческой основой для сохранения территорий в первоначальном виде с минимальным воздействием на экологию региона. Хотя экосистемный подход является неоднозначным понятием, подверженным сомнениям, его в целом можно охарактеризовать как «стратегию комплексного управления земельными, водными и живыми ресурсами». Эта концепция переводит ряд центральных идей науки экологии в юриспруденцию и основывается, в широком смысле, на четырех взаимосвязанных элементах: интеграции, целостности, информации и итерации. Интеграция отражает экологическое понимание того, что «все связано со всем остальным» [2] и что, таким образом, любая экосистема, управление или режим управления должны учитывать этот факт и принимать целостный подход. Это включает, что важно, интеграцию всех совокупных воздействий в любой режим управления системой управления. [3] Кроме того, с точки зрения экосистемы знания должны распространяться на совокупное воздействие на экосистему деятельности и/или событий, расположенных в различных пространственных и / или временных масштабах. Она обещает объединить законы, регулирующие живые ресурсы, с законами, регулирующими загрязнение и деградацию физической среды; она нацелена на интеграцию в рамках трансверсальной экосистемной перспективы фрагментированных юридических и политических границ; и она, как правило, направлена на интеграцию социальных и экологических аспектов в единую концептуальную и оперативную структуру.

Экологическая — или экосистемная целостность во многих отношениях является основной целью экосистемного подхода. Хотя целостность не всегда легко конкретно определить и ввести [4], она направлена на поддержание определенных ключевых функций, структурных

элементов и состава экосистем в целях обеспечения сохранения биоразнообразия. Информация в свою очередь, это относится к той решающей роли, которую знания играют в реализации экосистемного подхода. Детальное знание экосистемных процессов и исходных условий имеет первостепенное значение для понимания ключевых факторов стресса и для оценки того, работает ли та или иная мера или план (это серьезная проблема в Арктике). Этот последний аспект связан с последним элементом, итерацией. Любая природоохранная мера нуждается в итеративной оценке, с тем чтобы реагировать и адаптироваться к изменениям существующих условий, к изменчивости природных процессов и к реакции экосистем на различные стрессоры, а также к самим природоохранным мерам [5]

3. Экосистемный подход в Арктике

В настоящее время наблюдается растущий интерес к Арктике и появляющимся возможностям для активизации человеческой деятельности, такой как добыча углеводородов, судоходство, рыболовство, туризм и добыча полезных ископаемых, и это лишь некоторые из них. Как циркумполярные страны, так и различные неарктические государства разработали хорошо развитую Арктическую политику, и некоторые из них также получили статус наблюдателей в Арктическом совете, включая Японию, Китай, Индию и Корею.

Экосистемный подход нашел конкретную формулировку в контексте Арктического совета. Членами совета являются пять арктических прибрежных государств (США, Российская Федерация, Норвегия, Канада и Дания/Гренландия), а также Исландия, Швеция и Финляндия. Кроме того, шесть организаций коренных народов имеют статус постоянных участников, а ряд государств были допущены в качестве наблюдателей. Арктический совет в 2004 году принял арктический морской стратегический план, и в нем в качестве основного принципа был указан экосистемный подход. В

соответствии с ключевыми элементами, представленными в разделе 2.1 Арктический морской стратегический план определил экосистемный подход с точки зрения интегративного мышления «во всех экологических, социально-экономических, политических и отраслевых сферах».[6] В 2007 году Арктический Совет учредил экспертную группу по Экосистемному подходу к управлению (ЭА-ЭГ) [7]. Сначала работа продолжалась в рамках рабочей группы по защите морской среды (РАМЕ), но позже она была расширена до совместной экспертной группы, включающей участие других рабочих групп Арктического совета в настоящее время соответствующий региональный орган, который может осуществлять экосистемное управление в Арктике не существует, арктическое морское управление очень фрагментировано. Арктический совет, не имеет ни юридического лица, ни официального статуса международной организации.

Существует институциональный и правовой пробел в отношении Арктических охраняемых районов.

Подводя итог, можно сказать, что правовая, нормативная и институциональная фрагментация в Арктике остается острой, и соответствующие арктические государства в значительной степени поддерживают региональный подход к экологическому управлению. При таком подходе эффективность внедрения экосистемного подхода минимальна. [8]

Вывод

Эффективная программа сохранения биоразнообразия Арктики должна быть способна включать в свою компетенцию все соответствующие мероприятия во всех экологически значимых зонах, независимо от юрисдикционной фрагментации, в соответствии с присущей ей интегративной логикой экосистемного подхода. Поскольку окончательные институциональные механизмы, по-прежнему подлежат обсуждению и оспариванию, а также поскольку Арктический совет предлагает рекомендации в отношении реализации экосистемного подхода в Арктике,

есть пространство и возможность для размышления о вариантах эффективного экосистемного управления Арктикой через юрисдикционные границы. Интеграция-это оперативное ключевое слово. Однако уровни и формы интеграции, которые могут быть законно определены в рамках экосистемного подхода, могут существенно различаться.

Описанные выше сложности подчеркивают необходимость применения экосистемного подхода к Арктике. Экологическая значимость арктической экосистемы, а также ее уязвимость и чувствительность к антропогенным стрессорам в сочетании с политической заинтересованностью в активизации человеческой деятельности обуславливают необходимость внедрения экосистемного подхода к Арктике, обеспечивающего устойчивый путь к будущему управлению ресурсами в этом регионе. [9]

Циркумпольярные страны имеют уникальную возможность полностью конкретизировать свои претензии на управление, выраженные в Илулиссатской Декларации 131, и серьезно рассмотреть идею – и необходимость-создания региональной экосистемной организации с широким спектром возможностей на осуществление экосистемной основы сохранения во всех соответствующих юрисдикционных зонах. Региональная экосистемная организация должна быть с гибкой системой управления. Она также должна будет содействовать значительному участию коренных народов, которые сегодня представлены, хотя, возможно, и не полностью, в контексте Арктического совета.

Список использованной литературы

1. Yang, et al. Recent increases in Arctic freshwater flux affects Labrador Sea convection and Atlantic overturning circulation Nat. Commun., 7 (2016), p. 10525 <https://dx.doi.org/10.1038/ncomms10525>

2. Commoner, the Closing Circle: Nature, Man and Technology, New York, Alfred Knopf, 1971, p. 16.

3. Диденко Н.И. Концептуальные и теоретические принципы новой экономики Арктики В книге: Проблемы и решения исследования и развития арктического пространства России. Диденко Н.И., Антипов С.К., Афоничкина Е.А., Воронкина К.И., Звягин П.Н., Ильинова А.А., Киккас К.Н., Конахина Н.А., Кузаева А.А., Ромашкина Г.Ф., Ромашкина Е.С., Самочадин А.В., Севашкин В.Р., Скрипнюк Д.Ф., Тимофеев Д.А., Федосеев С.В., Цветков П.С. Под ред. Диденко Н.И., Санкт-Петербург, 2018. С. 7-17.

4. For an attempt see R. Kim, and K. Bosselmann ‘Operationalizing Sustainable Development: Ecological Integrity as a Grundnorm of International Law’, Review of European, Comparative & International Environmental Law, 24: 2, 2015, 194.

5. Красулина О.Ю. Важность Арктики для климата планеты //Евразийский юридический журнал. 2020. № 1 (140). С. 25-28.

6. Arctic Council Arctic Marine Strategic Plan 2014–2024. Protecting Marine and Coastal Ecosystems in a Changing Arctic, (Protection of the Arctic Marine Environment (PAME), 2013), p.8-9.

7. PAME, The Ecosystem Approach to Management of Arctic Marine Ecosystems, https://pame.is/images/03_Projects/EA/Brochure/EA_brochure.pdf.

8. Скрипнюк Д.Ф., Киккас К.Н., Диденко Н.И. Влияние традиционной линейной экономики на окружающую среду. В сборнике: Процессы глобальной экономики. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2018. С. 24-36.

9. Arctic Council (2016). Arctic Resilience Report, Carson and G. Peterson (eds). Stockholm Environment Institute and Stockholm Resilience Centre, Stockholm. <http://www.arctic-council.org/arr>.

© Красулина Оксана Юрьевна, 2021

ДЛЯ ЗАМЕТОК



**НАУЧНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ
ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ**

<http://conference-nicmisi.ru>