ISSN 2073-6606
e-ISSN 2410-4531

TERRA ECONOMICUS

22 ТОМ
1 номер
2024

TERRA ECONOMICUS

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций 16 января 2009 г. Свидетельство о регистрации средств массовой информации ПИ № ФС77-34982

Журнал издается с 2003 г., выходит 4 раза в год. Подписной индекс 81958

До 2009 г. — Экономический вестник Ростовского государственного университета

Учредитель: Южный федеральный университет

Редакционная коллегия

Главный редактор

Вольчик В.В., доктор экономических наук, *Южный федеральный университет, Россия*
volchik@sfedu.ru

Заместитель главного редактора
Кирдина-Чэндлер С.Г., кандидат экономических наук, доктор социологических наук, *Институт экономики РАН, Россия*
kirdina777@gmail.com

Балацкий Е.В., доктор экономических наук, *Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия*
Боровская М.А., доктор экономических наук, *Южный федеральный университет, Россия*
Клейнер Г.Б., доктор экономических наук, член-корреспондент РАН, *Центральный экономико-математический институт РАН, Россия*
Курбатова М.В., доктор экономических наук, *Кемеровский государственный университет, Россия*
Курышева А.А., выпускающий редактор, кандидат экономических наук, *Южный федеральный университет, Россия*
Латов Ю.В., кандидат экономических наук, доктор социологических наук, *Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН, Россия*
Малкина М.Ю., доктор экономических наук, *Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Россия*
О'Хара Ф., доктор наук, *Исследовательская группа по глобальной политической экономике (GPERU), Австралия*
Расков Д.Е., кандидат экономических наук, *Санкт-Петербургский государственный университет, Россия*
Стриелковски В., технический редактор, PhD, *Пражская бизнес-школа, Чехия*
Ханин Г.И., доктор экономических наук, *Сибирский институт управления – Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Россия*
Хасс Дж., *Санкт-Петербургский государственный университет, Россия; Университет Ричмонда, США*
Шевченко И.К., доктор экономических наук, *Южный федеральный университет, Россия*
Эллман М.Дж., PhD, *Амстердамский университет, Нидерланды*

Рукописи статей в обязательном порядке оформляются в соответствии с требованиями для авторов, установленными редакцией. Статьи, оформленные не по правилам, редакцией не рассматриваются. Редакция не вступает в переписку с авторами статей, получившими мотивированный отказ в опубликовании.

Адрес учредителя:

344006, г. Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 105/42.
Тел.: (863) 265-31-58, 264-84-66
факс: 264-52-55, 265-31-58, 264-84-66
e-mail: info@sfedu.ru

Адрес редакции:

344002, г. Ростов-на-Дону,
ул. М. Горького, 88, к. 211.
Тел.: 8 (863) 250-59-54
e-mail: terraeconomicus@mail.ru
http://te.sfedu.ru/
e-mail: te@sfedu.ru

TERRA ECONOMICUS

Before 2009 – Economic Herald of Rostov State University

Registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications (ROSKOMNADZOR).
Date of registration: 16th January, 2009.
Registration certificate PI № FS77-34982

Founded: 2003
Quarterly Journal
Subscription index in «Rospechat» catalogue: 81958

Editorial Board

Editor-in-Chief
Vyacheslav Volchik, *Southern Federal University, Russia*
volchik@sfedu.ru

Deputy Editor
Svetlana Kirdina-Chandler, *Institute of Economics RAS, Russia*
kirdina777@gmail.com

Evgeny Balatsky, *Financial University, Russia*
Marina Borovskaya, *Southern Federal University, Russia*
Michael Ellman, *Amsterdam University, Netherlands*
Jeffrey Hass, *Saint Petersburg State University, Russia*; *University of Richmond, U.S.*
Grigoriy Khanin, *Siberian Institute of Management RANEPA, Russia*
Georgy Kleiner, *Central Economics and Mathematics Institute RAS, Russia*
Margarita Kurbatova, *Kemerovo State University, Russia*
Anna Kurysheva, *Southern Federal University, Russia* (Managing Editor)
Yury Latov, *Federal Center of Theoretical and Applied Sociology RAS, Russia*
Marina Malkina, *Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod, Russia*
Phil O'Hara, *Global Political Economy Research Unit, Australia*
Danila Raskov, *Saint Petersburg State University, Russia*
Inna Shevchenko, *Southern Federal University, Russia*
Wadim Strielkowski, *Prague Business School, Czech Republic* (Technical Editor)

The submission materials should be prepared in accordance with the Author Guidelines available at https://te.sfedu.ru/en/for-authors.html, manuscripts should be submitted online. Submissions which do not meet the requirements as stated in the instructions for authors are rejected by the Editorial Board.
The editors will not enter into correspondence about papers rejected.

Established by the Southern Federal University

Bolshaya Sadovaya St., 105,
Rostov-on-Don, Russia, 344006.
Phone: (863) 265-31-58, 264-84-66
Fax: 264-52-55, 265-31-58, 264-84-66
e-mail: info@sfedu.ru

Editorial office:

of. 211, Gorkogo St., 88,
Rostov-on-Don, Russia, 344002.
Phone: + 7 (863) 250-59-54
e-mail: terraeconomicus@mail.ru
http://te.sfedu.ru/en/
e-mail: te@sfedu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Социально-экономическая политика государства в кризисные периоды: исторический экскурс и некоторые выводы 6
Виктор Дементьев, Владимир Устюжанин, Елена Устюжанина

Механизмы реализации территориальных стратегий в институциональной теории стратегического планирования 20
Виталий Тамбовцев, Ирина Рождественская

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИСТОРИЯ

Миф о Левиафане: новое прочтение британского историка. Размышления о книге М. Харрисона «Тайный Левиафан. Секретность и государственная дееспособность при советском коммунизме» 35
Дмитрий Фомин

ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

How to treat passions? A brief recap of the conversation and its significance in contemporary society 50
Enes Özcan

ЭКОНОМИКА И СОЦИОЛОГИЯ

Коллективные действия в реализации климатической политики: роль населения 62
Маргарита Курбатова, Инна Донова

Exploring brand equity assessment within consumer perception. Case of the jeans industry 81
Luisa Fernanda Hernández-Gallego, Manuela Escobar-Sierra

ПРИКЛАДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Эластичность спроса на лесную продукцию в макрорегионах России: моделирование для прогнозирования развития отрасли 104
Антон Пыжев

Income distribution and economic growth in Finland: Applying Bhaduri – Marglin model 117
Tatyana Fedoseeva, Ivan Rozmainsky

Sustainable organizational development and human capital in the context of soft systems methodology 137
Wadim Strielkowski, Evgeny Kuzmin, Arina Suvorova, Olga Gorlova

CONTENTS

CONTEMPORARY ECONOMICS

Socio-economic public policy in times of crises: Historical overview and some implications 6
Victor Dementiev, Vladimir Ustyuzhanin, Elena Ustyuzhanina

Implementing territorial development strategies within institutional approach to strategic planning 20
Vitaliy Tambovtsev, Irina Rozhdestvenskaya

ECONOMIC HISTORY

The myth of Leviathan: A new interpretation by a British historian. Reflections on Mark Harrison's Secret Leviathan: Secrecy and State Capacity under Soviet Communism 35
Dmitry Fomin

HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

How to treat passions? A brief recap of the conversation and its significance in contemporary society 50
Enes Özcan

ECONOMICS AND SOCIOLOGY

Collective action in climate policy implementation: The role of citizens 62
Margarita Kurbatova, Inna Donova

Exploring brand equity assessment within consumer perception. Case of the jeans industry 81
Luisa Fernanda Hernández-Gallego, Manuela Escobar-Sierra

APPLIED ECONOMIC RESEARCH

Elasticity of demand for forestry products in macro-regions of Russia: Models to forecast sector development 104
Anton Pyzhev

Income distribution and economic growth in Finland: Applying Bhaduri – Marglin model 117
Tatyana Fedoseeva, Ivan Rozmainsky

Sustainable organizational development and human capital in the context of soft systems methodology 137
Wadim Strielkowski, Evgeny Kuzmin, Arina Suvorova, Olga Gorlova

Terra Economicus, 2024, 22(1): 6–19
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-6-19

Социально-экономическая политика государства в кризисные периоды: исторический экскурс и некоторые выводы

Дементьев Виктор Евгеньевич
Центральный экономико-математический институт РАН, Москва, Россия, e-mail: vedementev@rambler.ru

Устюжанин Владимир Леонидович
Центральный экономико-математический институт РАН, Москва, Россия, e-mail: vladimir-ustyuzhanin@rambler.ru

Устюжанина Елена Владимировна
Центральный экономико-математический институт РАН, Москва, Россия, e-mail: dba-guu@yandex.ru

Цитирование: Дементьев В.Е., Устюжанин В.Л., Устюжанина Е.В. (2024). Социально-экономическая политика государства в кризисные периоды: исторический экскурс и некоторые выводы. *Terra Economicus* **22**(1), 6–19. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-6-19

В статье проводится анализ экономических реформ, которые разные государства (США, Великобритания, Германия, Франция и Япония) осуществляли на протяжении последних ста лет с целью выхода из глобальных экономических кризисов (Великой депрессии, нефтяного кризиса 1973–1975 гг., финансового кризиса 2008 г. и коронавирусной рецессии). Показано, что меры, используемые странами для преодоления кризисных ситуаций, включают как тактическую, так и стратегическую составляющую. Тактическая составляющая создает условия для устранения негативных эффектов рецессии, а стратегическая формирует потенциал для будущего экономического развития. Сделан вывод, что наибольшего успеха в плане усиления своих позиций на мировой арене достигают страны, осуществляющие во время кризисов инвестиции в исследования и разработки. Рассматриваются наиболее часто используемые в кризисные периоды инструменты макроэкономической политики: регулирование ключевой ставки процента, операции на открытом рынке, девальвация валюты, управление государственными закупками и налоговыми ставками, субсидирование домашних хозяйств и фирм. Показано, что макроэкономическая политика может быть ограничительной и экспансионистской. Ограничительная политика направлена на борьбу с инфляцией спроса, а экспансионистская – на увеличение совокупного выпуска и дохода. Отмечается, что в периоды глобальных рецессий монетарная политика, как правило, играет второстепенную роль по отношению к фискальной. Показана эволюция в сфере регулирования трудовых отношений от кризиса к кризису. Сделан вывод, что со временем все большее значение приобретают государственное финансирование расходов на переквалификацию работников и изменение трудового законодательства, предусматривающее новые формы и режимы занятости.

Ключевые слова: *экономические кризисы; монетарная политика; фискальная политика; трудовые отношения*

© В.Е. Дементьев, В.Л. Устюжанин, Е.В. Устюжанина, 2024

Socio-economic public policy in times of crises: Historical overview and some implications

Victor E. Dementiev
Central Economic Mathematical Institute RAS, Moscow, Russia,e-mail: vedementev@rambler.ru

Vladimir L. Ustyuzhanin
Central Economic Mathematical Institute RAS, Moscow, Russia,e-mail: vladimir-ustyuzhanin@rambler.ru

Elena V. Ustyuzhanina
Central Economic Mathematical Institute RAS, Moscow, Russia,e-mail: dba-guu@yandex.ru

Citation: Dementiev V.E., Ustyuzhanin V.L., Ustyuzhanina E.V. (2024). Socio-economic public policy in times of crises: Historical overview and some implications. *Terra Economicus* **22**(1), 6–19 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-6-19

The paper examines economic reforms that various countries (the USA, the UK, Germany, France and Japan) were implementing over the past 100 years in order to overcome global economic crises (the Great Depression, the oil crisis of 1973–1975, the financial crisis of 2008 and the Covid-19 recession). Authors suggest that anti-crisis measures include tactical and strategic components. The tactical component creates conditions for eliminating negative effects of recessions, whereas the strategic component unlocks potential for future economic development. As the evidence suggests, the countries that invest in research and development during economic crises become highly successful in strengthening their positions on the world stage. The paper gives an overview of the most popular macroeconomic policy tools used in times of crises. These are the key rate, open market operations, currency devaluation, government expenditure, tax rates as well as subsidies to households and firms. We show that macroeconomic policy can be contractionary and expansionary. Contractionary policy aims at combating demand-pull inflation, whereas expansionary policy is implemented to increase aggregate output and income. It is important to note that during global recessions monetary policy is usually secondary to fiscal policy. The paper tracks the evolution of labor relations from one crisis to another. We emphasize the increasing importance of public funding of workers' retraining and changes in labor legislation providing new forms and modes of employment.

Keywords: *economic crisis; monetary policy; fiscal policy; labor relations*

JEL codes: *E60, F00, J08*

Введение

Текущая социально-экономическая ситуация в нашей стране и во всем мире отличается высокой степенью нестабильности и неопределенностью будущего. Это обусловлено наложением друг на друга нескольких факторов, важнейшими из которых являются: смена технологической парадигмы развития; обострение геополитических отношений, ведущее к разрыву сложившихся кооперационных связей и изменению системы международного разделения труда; эпидемиологическая напряженность, дающая мощный стимул двум разнонаправленным тенденциям – глобализации (возможность дистанционного взаимодействия) и деглобализации. В этих условиях перед государствами стоит задача выбора как стратегических ориентиров дальнейшего раз-

вития, так и конкретных тактических мер, направленных на уменьшение социально-экономических последствий кризисных явлений. Как и в предшествующие кризисные периоды, проводимая государствами экономическая политика допускает два типа мер: (1) предпринимаемые для сохранения экономического потенциала общества (инвестиционного, человеческого, социального, научного и пр.) и (2) нацеленные на формирование структурных сдвигов в экономике для перехода на новый уровень развития. На практике далеко не все предпринимаемые меры приводят к требуемым результатам. Как известно, в японской экономике после кризиса 1991 г., несмотря на все усилия, наступил период длительной стагнации. Поэтому научный интерес представляет исследование исторического опыта борьбы с тяжелыми экономическими ситуациями, в том числе стратегий выхода из экономических кризисов и стагнаций.

Целью настоящей работы является выявление общих тенденций и существенных отличий в преодолении кризисных явлений в экономике. Для этого необходимо провести ретроспективный анализ мер, которые различные государства применяли в те или иные периоды для выхода из тяжелых ситуаций.

За последние сто лет мир пережил несколько глобальных экономических кризисов, вызванных различными причинами. С точки зрения ухудшения макроэкономических показателей самыми тяжелыми из них считаются Великая депрессия (1929–1939 гг.), рецессия 1973–1975 гг., финансовый кризис 2008 г. и коронавирусная рецессия (2020–2021 гг.). В работе проводится сравнительный анализ экономических инструментов, применяемых пятью странами – США, Германией, Францией, Великобританией и Японией – с целью преодоления кризисных явлений в экономике и выхода на новую траекторию развития. Изложение ведется в исторической последовательности.

Современные тенденции в изучении кризисов

Финансовый кризис 2008 г. и кризис, сопряженный с пандемией COVID-19, вызвали активизацию исследований экономических кризисов. Многие из исследований обращаются к работам Рейнхарта и Рогоффа, Киндлбергера и Алибера, Мински, Мишкина, в которых представлены разные типы кризисов и их история, общие причинно-следственные связи финансовых кризисов. Растет число публикаций о последствиях недавних кризисов, их специфике в разных странах. В ряде статей речь идет о сопоставлении отдельных кризисов. Так, например, в (Estrada, 2020; Li et al., 2022) сравниваются глобальный финансовый кризис 2008 г. и кризис, сопровождавший пандемию COVID-19.

Обращает на себя внимание содержащийся в литературе вывод о необходимости поиска компромисса между более высокими темпами экономического роста и более высоким риском наступления кризиса (Loayza et al., 2018). Этот вывод основывается на изучении финансиализации экономики, финансовых кризисов и экономического роста за последние 20 лет. Утверждается, что по крайней мере для стран со средним уровнем дохода положительные эффекты роста перевешивают негативное влияние риска наступления кризиса. Для стран с развитой экономикой может существовать порог, за которым финансиализация становится пагубной для экономического роста, вытесняя производственную деятельность и способствуя нерациональному распределению ресурсов. Признание рисков, присущих чрезмерному расширению финансового сектора, ведет к необходимости разработки политики, с одной стороны, сдерживающей возникновение финансовых пузырей, а с другой стороны, учитывающей финансовые потребности новых отраслей, обеспечивающих быстрый экономический рост.

В этой связи большое значение имеют исследования, которые не ограничиваются анализом мер, направленных на преодоление вызванного кризисом экономического спада. Имеются в виду работы, рассматривающие кризис как острую фазу созидательного разрушения, открывающего перспективу инновационного обновления экономики.

В (Hardy and Sever, 2021), используя межстрановые панельные данные о патентовании на отраслевом уровне, авторы раскрывают своеобразие влияния разных типов кризисов на патентование. Обнаружено, что после банковских кризисов патентование сокращается преимущественно в отраслях, которые в большей степени зависят от внешнего финансирования. Такая тенденция не прослеживается во время валютных кризисов, кризисов суверенного долга или рецессий в целом. Это наблюдение позволяет заключить, что сбои в банковской деятельности

имеют особое значение для инвестиций в инновационную деятельность. Эффект от уменьшения патентования является долговременным и прослеживается в течение 10 лет или дольше после банковского кризиса. Эти результаты указывают на связь между банковскими кризисами и наблюдаемыми закономерностями снижения долгосрочного роста.

Анализ глобального экономического кризиса 2008 г. показал, что при уменьшении совокупных расходов на инвестиции они стали более концентрированными (Archibugia et al., 2013). Во время экономического спада инвестиции фирм в инновации в целом сократились, однако часть фирм «плывет против течения» и увеличивает свои расходы на инновации. Во время подъема инновации осуществляются фирмами кумулятивным образом, по установленным технологическим траекториям, в том числе для предотвращения прихода новичков (Schumpeter, 1942; Bell and Pavitt, 1993). Экономический кризис, напротив, порождает потрясения в устоявшихся отраслях промышленности и технологических областях; в генерировании инноваций значительную роль начинают играть молодые фирмы в формирующихся новых секторах экономики. Эти фирмы стремятся использовать появившиеся технологические возможности также для того, чтобы бросить вызов существующим корпорациям. Анализ данных, охватывающий период с 2004 по 2008 г., выявил, что на те фирмы, которые в 2004 г. были признаны крупными инноваторами, приходится возросшая доля расходов на инновации в 2008 г. по сравнению с 2006 г. Во время кризиса кумулятивный характер инновационной активности оказывается более заметным по сравнению с обычными временами. Увеличение расходов на инновации продемонстрировали и быстрорастущие новые фирмы, созданные в период с 2000 по 2004 г.

Более позднее исследование подтвердило, что компании могут получить долгосрочные преимущества, понимая, какие изменения и возможности открываются в кризис[1]. Как и в предыдущие кризисы, фирмы, инвестировавшие в инновации, обеспечивали себе преимущество в темпах роста и производительности после кризиса. Организации, которые сохраняли свою инновационную направленность во время финансового кризиса 2008 г. превысили среднерыночные показатели темпов роста более чем на 30% и продолжали демонстрировать ускоренный рост в течение последующих трех–пяти лет.

В (Alfranseder and Dzhamalova, 2014) анализ сосредоточен на развитии 1569 публично торгуемых высокотехнологичных компаний в период с 1998 по 2012 г. Рассматривается влияние финансового кризиса 2008 г. на расходы этих организаций в сфере исследований и разработок. Анализ показывает, что высокотехнологичные фирмы способны финансировать свои инвестиции в исследования и разработки, несмотря на кризис в финансовом секторе. Один из выводов этой публикации состоит в том, что финансовый кризис оказывает воздействие на такие фирмы не столько через уменьшение предложения кредитов, сколько через шок со стороны спроса. Таким образом, можно заключить, что в кризисные периоды успех политики, нацеленной на обеспечение экономического роста, в значительной мере зависит от активизации спроса на продукцию передовых технологий.

В этой связи можно вспомнить вклад в восстановление экономического роста США, внесенный программой строительства автодорог, реализация которой была начата в разгар Великой депрессии. В результате удалось не только снизить безработицу, но и активизировать спрос на автомобили, которые являлись в то время воплощением передовых технологий.

В целом можно утверждать, что в последнее время в работах, исследующих экономические кризисы, усиливается внимание к тому, какие позиции в процессе выхода из кризиса способна занять экономика в инновационной конкуренции.

Великая депрессия

Паника на Нью-Йоркской бирже 24 октября 1929 г. привела к резкому падению курса акций, разорению миллионов американцев и массовому банкротству торговых и промышленных компаний. Кризис быстро распространился по всему миру, в результате чего с 1929 по 1932 г. глобальный ВВП сократился на 15% (Aiginger, 2009).

[1] Am, J., Furstenthal, L., Jorge, F., Roth, E. Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever. *McKinsey & Company*, June 17, 2020. https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/innovation-in-a-crisis-why-it-is-more-critical-than-ever (accessed on June 28, 2023)

Причины Великой депрессии до сих пор остаются предметом дискуссий. Однако от качества диагноза зависит адекватность оценок предпринимаемых мер по выходу из рассматриваемого кризиса. Среди наиболее популярных трактовок его причин фигурирует денежная политика Федеральной резервной системы (ФРС), породившая нехватку денежной массы.

С 1921 по 1926 г. ВВП США увеличился на 20%, но и в 1927 г., и в 1928 г. ВВП снижался. Если с 1921 по 1925 г. инвестиции в частные основные средства увеличились почти на 70%, то в последующие четыре года наметилась тенденция снижения таких инвестиций. Экономические успехи первой половины десятилетия способствовали формированию оптимистических ожиданий на перспективу, что вело к растущему спросу на корпоративные ценные бумаги. К тому же в конце 1928 г. и до середины 1929 г. в США наблюдался резкий подъем экономической активности. В 1928 г. вложения в ценные бумаги (S&P 500) имели доходность, превышающую 40%[2]. На фондовом рынке фактически формировался финансовый пузырь (DeLong and Shleifer, 1991). Для противодействия его росту ФРС прибегла в 1927 г. и 1928 г. к повышению процентных ставок (Carlson and Duygan-Bump, 2018), что вследствие удорожания кредитов оказывало негативное влияние на спрос на ценные бумаги: число спекулянтов, продающих акции, увеличивалось, а число покупающих – уменьшалось.

Обвал фондового рынка осенью 1929 г. создал значительную неопределенность в отношении будущих доходов. Несмотря на то что номинальные процентные ставки были понижены, люди не хотели брать кредиты, поскольку опасались, что будущих доходов будет недостаточно для покрытия платежей по кредитам. Эта осторожность, в свою очередь, привела к серьезному сокращению как потребительских расходов, так и инвестиций в бизнес (Flacco and Parker, 1992). В условиях подорванного доверия к банкам и правительству само по себе насыщение банков ликвидностью не гарантировало восстановление спроса на производимую продукцию. Многие, забирая свои деньги из банков, стремились обменять их на золото.

Выявившееся уже во второй половине 1920-х гг. несоответствие между возросшими возможностями производства и ограниченным спросом приобрело драматический характер. Результаты повышения производительности труда, достигнутые, в частности, за счет конвейерной организации массового производства и его электрификации, были присвоены владельцами капитала. Если в 1921 г. индекс Джини в США равнялся 0,441, то в 1928 г. он достиг значения 0,572 (Schneider and Tavani, 2015).

Надежды президента Герберта Гувера активизировать спрос с помощью отказа бизнеса от снижения зарплат в условиях кризиса и дефляции обернулись снижением занятости. Негативный эффект имел и Закон Хоули – Смута (*Hawley – Smoot Tariff Act*), подписанный президентом США 17 июня 1930 г. В соответствии с этим законом были подняты ставки импортных пошлин более чем на 20 тыс. товаров. Ответная реакция других государств, поднявших пошлины на американские товары, привела к еще большему спаду производства. После падения ВВП США в 1932 г. на 12,9% президент Герберт Гувер пытается сбалансировать федеральный бюджет путем повышения налогов. Максимальная ставка подоходного налога поднимается до 63%. Однако сокращение покупательной способности населения только усиливает стагнацию экономики. Опыт политики президента Гувера показал, что мер косвенного воздействия на спрос может быть недостаточно для преодоления кризисных явлений.

«Новый курс» Франклина Д. Рузвельта, сменившего президента Гувера в 1933 г., был призван помочь стране оправиться от Великой депрессии. Новый президент увеличивает федеральные доходы, отменив сухой закон, стабилизирует курс доллара, временно отказавшись от золотого стандарта. В США физические и юридические лица были обязаны до 1 мая 1933 г. обменять золото на бумажные деньги. Принимается Закон Гласса – Стиголла (*Glass – Steagall Act*), разделяющий коммерческие банки и коммерческие инвестиционные фонды. Фактически вводится прямой запрет коммерческим банкам осуществлять рискованные инвестиции в корпоративные ценные бумаги. Этот закон, предусматривавший государственное страхование депозитов, помог повысить уровень доверия к американским кредитным учреждениям (Richardson, 2007).

[2] Historical returns on stocks, bonds and bills: 1928–2022. https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/histretSP.html (accessed on June 28, 2023)

Национальный закон о восстановлении промышленности (*National Industrial Recovery Act of 1933*) дал президенту полномочия регулировать промышленность для обеспечения справедливой заработной платы и цен, которые стимулировали бы восстановление экономики. Снижение безработицы обеспечивалось как ограничением рабочего дня восемью часами и запретом детского труда, так и программой организации общественных работ, в соответствии с которой более восьми млн рабочих были наняты для строительства дорог, зданий и мостов.

В «Новом курсе» президента Рузвельта фактически нашли воплощение идеи Джона Мейнарда Кейнса, полагавшего, что в условиях кризиса государство должно активно поддерживать экономику (Yang, 1995). В 1930-х гг. работы Кейнса получили широкое признание, в результате чего во многих странах усилилось государственное вмешательство в экономику, в том числе стали применяться инструменты индикативного планирования. Так, в Германии в 1932 г. появился план ВТБ, названный по именам его авторов – В.С. Войтинского, Ф. Тарнова, Ф. Бааде. Основной целью данного плана являлась борьба с безработицей[3]. К основным мерам, которые использовали практически все рассматриваемые в настоящей статье страны для выхода из кризиса, можно отнести: субсидирование бизнеса и домашних хозяйств, отказ от золотого стандарта, регулирование трудовых отношений.

В разных странах изменения в этих отношениях носили разнонаправленный характер. В Германии и Японии в конце 1930-х гг. ввиду перехода к мобилизационной экономике увеличилась продолжительность рабочего дня, были запрещены забастовки и организация профсоюзов[4] (один из лозунгов фашизма – «Общее дело превыше частного») (Gordon, 1987). Данная мера позволила обеим странам значительно повысить совокупный объем выпуска (в 1939 г. Германия по размеру реального ВВП обогнала Советский Союз и вышла на второе место в мире после Соединенных Штатов[5]). А в США и Франции, наоборот, сократилась продолжительность рабочей недели[6], и рабочие получили право создавать профсоюзы. Правительства этих стран надеялись таким образом снизить возникшую во время кризиса социальную напряженность и уменьшить недовольство населения.

Снижение во время депрессии покупательной способности домохозяйств привело к существенному сокращению спроса на сельскохозяйственную продукцию. Поэтому во многих странах государство патронировало оказавшийся в тяжелом положении аграрный сектор. Взяв курс на подготовку к новой войне, Германия создавала у себя правительственные фонды продовольственных резервов (Langthal et al., 2018). Франция и США, дабы предотвратить вызванное низким спросом падение цен на с/х-продукцию и предупредить банкротство фермеров и крестьян, выплачивали им субсидии за сокращение посевных площадей и уничтожение урожая[7],[8]. Британское правительство субсидировало аграрный сектор путем установления гарантированных цен на молоко, мясо и пшеницу, а также стимулировало инвестиции бизнеса в сельское хозяйство. В начале кризиса безработные в Англии получали бесплатные земельные участки для посевов (Martin, 2000).

Правительства США, Германии и Японии оказывали большую поддержку компаниям, производящим продукцию на экспорт. Благодаря государственным субсидиям американские, немецкие и японские фирмы имели возможность продавать свои товары за рубеж по демпинговым ценам.

Заслуживает внимания опыт создания в 1931 г. стерлингового блока. Это было объединение стран Британской империи и некоторых других государств, все международные расчеты внутри которого привязывались к английской валюте – фунту стерлингов. Члены стерлингового блока продавали Великобритании сырье, обязываясь при этом покупать продукцию английской промышленности. Устанавливались преференциальные тарифы на экспорт английской продукции

[3] Андрюшкевич О.А. Индикативное планирование в экономиках разного типа. *Капитал страны: федеральное интернет-издание*, 23.01.2012. http://kapital-rus.ru/articles/article/199716/ (дата доступа: 28.06.2023)

[4] Geschichte der Gewerkschaften.www.gewerkschaftsgeschichte.de/vor-dem-zweiten-weltkrieg-arbeitslosigkeit-sinkt.html (accessed on June 28, 2023)

[5] The myth that the Marshall Plan rebuilt Germany's economy after WWII. *Foundation for Economic Education*. https://fee.org/articles/the-myth-that-the-marshall-plan-rebuilt-germanys-economy-after-wwii/ (accessed on June 28, 2023)

[6] 200 years ago – The 12-hour day, the 6-day week. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/archive/politics/1977/12/25/200-years-ago-the-12-hour-day-the-6-day-week/8a0f3c78-b7a0-4db4-ac33-00649519d1eb/ (accessed on June 28, 2023)

[7] French peasant fascism. https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/first/p/paxton-fascism.html (accessed on June 28, 2023)

[8] Agricultural Adjustment Act (1933, Reauthorized 1938). *Living New Deal*. https://livingnewdeal.org/glossary/agricultural-adjustment-act-1933-re-authorized-1938-2/ (accessed on June 28, 2023)

в колонии и беспошлинный ввоз некоторых товаров из колоний в Великобританию, в то время как для других стран импортные пошлины составляли от 10% до 100% стоимости ввозимых товаров. Все эти меры привели к значительному повышению спроса на британскую продукцию. С 1931 по 1932 г. доля Великобритании в мировом экспорте увеличилась с 9,4% до 10,9% (Тимошина, 2016).

Важным является вопрос, на какие структурные сдвиги в экономике было направлено использование государственных ресурсов. В США государственные инвестиции шли в первую очередь на создание объектов инфраструктуры. Строились новые дороги, аэродромы, школы и больницы, благоустраивались леса и парки. Тем самым создавалась инфраструктурная база для дальнейшего развития таких передовых отраслей, как автомобилестроение и самолетостроение.

В Японии, Франции, Германии и чуть позже в Великобритании наибольшее субсидирование получал военно-промышленный сектор (Rajevs, 2009). Так, в 1938 г. во Франции и Японии военные затраты составляли соответственно 75% и 80% всех государственных расходов (Shizume, 2021). В Великобритании за период с 1935 по 1940 г. затраты на ВПК выросли более чем в 4,5 раза, а в Германии за период с 1932 по 1938 г. – в 10 раз (Ellison et al., 2019). Для достижения высоких темпов производства значительные инвестиции были направлены на модернизацию предприятий в соответствии с последними достижениями научно-технического прогресса (Тимошина, 2016). Узкая направленность государственной поддержки зачастую приводила к недофинансированию и, как следствие, застою некоторых отраслей народного хозяйства. Например, в Германии во второй половине 1930-х гг. почти не развивалась легкая промышленность[9].

Можно резюмировать, что формирование государственного спроса на передовые технологии служило не только укреплению военного потенциала стран, но и существенному наращиванию их инновационных возможностей в разных сферах.

Рецессия 1973–1975 гг.

Среди причин рецессии 1973–1975 гг. в первую очередь выделяют четырехкратный скачок цен на нефть, произошедший осенью 1973 г. в результате эмбарго ОПЕК, падение Бреттон-Вудской системы и изменение ситуации на мировых рынках под влиянием новых индустриальных стран. Предшествовавший бум отчасти вследствие денежной экспансии привел к возникновению узких мест во многих отраслях промышленности и к резкому росту цен на сырьевые товары.

Следует отметить, что инфляция, снижение потребления и строительной активности, а также замедление темпов роста производства – все это произошло в США в 1973 г. еще до сокращения поставок нефти, вызванного действиями картеля ОПЕК. Но рост цен на энергоносители значительно ускорил снижение розничных продаж товаров длительного пользования, начавшееся за несколько месяцев до нефтяного эмбарго (Zarnowitz and Moore, 1977). Рост темпов инфляции, которые достигли двузначных значений в середине 1974 г., контрастировал с моделями поведения цен в более ранние периоды сокращения делового цикла, во время которых уровень инфляции быстро снижался или, как в 1949 и 1930-х гг., происходила дефляция (Okun, 1975). Стагфляция – сочетание высокой безработицы и инфляции – стала отличительной чертой рецессии 1973–1975 гг.

В условиях нефтяного шока на первый план вышла энергетическая политика. США, руководствуясь в этой политике стратегическими соображениями, ввели ограничения на импорт нефти и начали активно разрабатывать собственные нефтяные месторождения (Ikenberry, 1986). Другие страны сохранили зависимость от импорта энергоресурсов. Так, французское правительство выделяло своим компаниям значительные субсидии на приобретение нефти на мировых рынках (Issawi, 1978), а Западная Германия сразу объявила о намерении закупать нефть у стран – членов ОПЕК по самой высокой цене, чтобы не допустить сбоев в производстве[10].

Одновременно во всем мире начался поиск альтернативных источников энергии. США, Франция и Германия поощряли компании, сокращавшие потребление нефти и бензина на производ-

[9] Spending on war machine revived German economy after the Great Depression. *Financial Times*. https://www.ft.com/content/393c1342-2d00-11e8-a34a-7e7563b0b0f4 (accessed on June 28, 2023)

[10] West Germans, at a price, avoid oil crisis. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/1974/01/24/archives/west-germans-at-a-price-a-void-oil-crisis-a-surprise-in-statistics.html (accessed on June 28, 2023)

стве и замещавшие их углем из отечественных месторождений. Япония, не имея собственных сырьевых ресурсов, стала импортировать сжиженный природный газ и инвестировать в ядерную энергетику (Jorgenson, 1988). Правительства многих стран стали реализовывать программы по разработке энергосберегающих технологий и сокращению потребления энергии в целом. Германия ввела полный запрет на воскресные путешествия на автомобилях и самолетах[11]; в США было ограничено использование рекламы с подсветкой (Blanchard and Gali, 2007); Великобритания призвала граждан в зимний период отапливать только одну комнату в доме[12]; а во Франции компании должны были платить штраф, если температура на производстве превышала 20°C (Yergin, 1993).

Для преодоления рецессии центральные банки прибегали к стандартным инструментам денежно-кредитной политики. В начале 1970-х гг. экономисты полагали, что единственной причиной инфляции является избыточная денежная масса, поэтому во многих странах монетарная политика изначально была сдерживающей. Так, в Японии, Великобритании и Западной Германии осенью 1973 г. ключевые ставки постоянно росли. Однако осознав, что цены растут не из-за чрезмерного количества денег в обращении, а вследствие повышения цен на ресурсы (инфляция издержек), центральные банки этих стран вслед за ФРС США начали в 1974 г. снижать ставки в целях насыщения экономики денежной массой и стимулирования совокупного спроса и выпуска (Wang, 2020).

Рост спроса сыграл большую роль в преодолении рецессии. Во втором квартале 1975 г. реальный ВВП США увеличился на 5,6% в годовом исчислении, в то время как личное потребление и жилищное строительство выросли на 7% и 17% процентов соответственно. Займы домашних хозяйств на приобретение автомобилей, других товаров длительного пользования и жилья в 1975 г. увеличились так же резко, как упали в предыдущем году (Zarnowitz and Moore, 1977).

Значительный эффект в преодолении рецессии был достигнут благодаря международным экономическим связям. В 1973 г. Европейское экономическое сообщество (ЕЭС) расширилось, включив Данию, Ирландию и Великобританию. Японии удалось преодолеть рецессию во многом за счет увеличения объема экспорта автомобилей – в условиях роста цен на бензин спрос на японские малолитражки резко вырос. Для Японии нефтяной кризис 1973 г. стал фактором структурных сдвигов в сторону наукоемких технологий. США и Япония смогли в период рецессии 1973–1975 гг. активизировать такой разворот своих экономик, который позволил им занять лидирующие позиции в микроэлектронике и информационной сфере. В 1975 г. была создана корпорация *Microsoft*, в 1976 г. – корпорация *Apple*.

Если в Японии в таких сдвигах большую роль играло государство, поощряя сокращение энергоемких и формирование новейших отраслей, то в США ставка была сделана на саморегулирование экономики (за исключением планирования в военно-промышленном комплексе).

Финансовый кризис 2008 г.

К 2001 г. потенциал экономического развития США на основе микроэлектронных технологий был во многом реализован. В этих условиях внимание инвесторов стали все больше привлекать спекулятивные активы: корпоративные ценные бумаги и недвижимость. Сформировавшийся на рынке ипотечных кредитов США финансовый пузырь летом 2007 г. «лопнул». Это был сильный удар сначала по банковскому, а потом и реальному сектору не только экономики США, но и всей мировой экономики (Гришина, 2009). Ввиду значительных масштабов данный экономический спад получил название Великая рецессия.

Во время Великой рецессии мир вновь обратился к кейнсианским рецептам выхода из кризиса. Правительства стран выделяли значительные суммы денег на создание новых рабочих мест (в основном для молодежи), были увеличены объемы социальных выплат, домохозяйствам и организациям предоставлялись налоговые льготы и компенсации, а проблемные отрасли получали субсидии от государства[13].

[11] West Germany to ban Sunday driving. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/1973/11/17/archives/west-germany-to-ban-sunday-driving-voluntary-restraints-asked-curbs.html (accessed on June 28, 2023)

[12] Первый энергетический: как разворачивался нефтяной кризис 1973 года. https://postnews.ru/a/18923 (дата обращения: 28.06.2023)

[13] Keynesianism in the Great Recession. *Transnational Institute*. https://www.tni.org/en/publication/keynesianism-in-the-great-recession (accessed on June 28, 2023)

Основной сферой для государственных инвестиций в этот раз стал банковский сектор. В Германии был создан специальный резервный фонд по спасению финансовых институтов, в Великобритании была проведена национализация нескольких крупных банков (*Northern Rock Bank*, *Bradford & Bingley*, *Royal Bank of Scotland*)[14], в США правительство выкупало у проблемных банков их акции и неликвидные активы[15], а во Франции 13 крупнейших банков получили государственные гарантии по межбанковским кредитам на сумму 320 млрд евро[16].

Второе место по объему правительственной помощи занял строительный сектор. Домохозяйствам предоставлялись льготы на покупку жилья. На третьем месте по размеру государственной поддержки оказалась автомобильная промышленность. Помимо непосредственного субсидирования автопроизводителей во всех пяти странах были запущены специальные программы стимулирования спроса на автомобили: покупатели получали премии или скидки при обмене старых автомобилей на новые.

Во всех исследуемых странах была оказана значительная помощь мелкому и среднему бизнесу. В Германии распространенными стали микрокредиты для небольших компаний, которые можно было получить по упрощенной схеме (Kritikos and Kneiding, 2009). В Великобритании были снижены налоговые ставки на доходы малых и средних предприятий, при этом предусматривались вычеты из налогооблагаемого дохода в размере до 100% расходов на НИОКР[17]. Японская политика в отношении малого и среднего бизнеса исходила из того, что он становится менее конкурентоспособным в трудоемких процессах в результате жесткой конкуренции со стороны соседних азиатских стран. Поэтому еще в 1988 г. правительство начало субсидировать и предоставлять налоговые льготы малым и средним предприятиям для разработки новых технологий, полагая, что компании, ориентированные на исследования и разработки, имеют шанс развиваться в нишевых областях (Uchikawa, 2009).

Для выхода из кризиса активно использовались инструменты денежно-кредитной политики. С целью увеличения денежной массы во всех исследуемых в работе странах ключевые ставки были снижены до минимальных значений (около нуля). Центральные банки США, Еврозоны, Великобритании и Японии проводили масштабное «количественное смягчение», выкупая у населения и фирм облигации государственного займа и казначейские векселя (в США). При этом Банк Японии обратился к ведущим национальным и региональным банкам с просьбой выдавать больше кредитов, особенно компаниям, работающим в сфере недвижимости[18]. На практике обнаружилась слабая результативность снижения процентных ставок как средства ускорения экономического роста. Как свидетельствуют данные Всемирного банка[19], несмотря на значительное снижение процентных ставок, после определенного восстановительного подъема экономический рост оказался довольно вялым.

Одной из главных антикризисных мер в Великобритании, Германии, Франции и Японии была ориентация на экспорт, в том числе инновационных товаров. Великобритания провела девальвацию своей национальной валюты – фунта стерлингов[20], что в определенной мере оживило ее внешнюю торговлю с развивающимися странами. Однако после 2009 г. торговый баланс Великобритании ухудшился[21]. Франция и Германия, потеряв значительную долю торгового оборота с США и странами Европы, смогли существенно улучшить торговые связи с государствами БРИКС[22]. Японии удалось увеличить совокупный спрос на свою продукцию на 90% за счет прироста экспорта в Китай и другие страны Восточной Азии[23].

[14] Nationalisation of UK banks in the financial crisis. *Cashfloat*. https://www.cashfloat.co.uk/blog/money-saving/crisis-nationalisation-banks/ (accessed on June 28, 2023)

[15] Federal assistance to troubled industries: Selected examples. https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R46277 (accessed on June 28, 2023)

[16] Sarkozy announces 360 billion euro plan for banking sector. https://www.france24.com/en/20081013-sarkozy-announces-360-billion-euro-plan-banking-sector-financial-crisis (accessed on June 28, 2023)

[17] The impact of the global crisis on SME and entrepreneurship financing and policy responses. *OECD*, 2009. https://www.oecd.org/industry/smes/49316499.pdf (accessed on June 28, 2023)

[18] The Bank of Japan's policy measures during the financial crisis: Bank of Japan. https://www.boj.or.jp/en/mopo/outline/cfc.htm (accessed on June 28, 2023)

[19] The World Bank. https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2015&start=2004 (accessed on June 28, 2023)

[20] Pound falls to five-year low as Bank head admits recession is here. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/business/2008/oct/22/pound-recession-interest-rates (accessed on June 28, 2023)

[21] United Kingdom balance of trade. https://tradingeconomics.com/united-kingdom/balance-of-trade (accessed on June 28, 2023)

[22] France Trade Summary 2010. *WITS*. https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/FRA/Year/2010/Summarytext; Germany Trade Summary 2010. *WITS*. https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/DEU/Year/2010/Summarytext (accessed on June 28, 2023)

[23] Japan's exports to China at record high in 2010. *WSJ*. https://www.wsj.com/articles/sba000142405274870472110457610666413707726 4 (accessed on June 28, 2023)

Во всех исследуемых в работе странах, за исключением Франции, произошло сокращение продолжительности рабочей недели. Так, в Германии была проведена реформа трудового законодательства: работникам разрешалось теперь работать меньшее количество часов с сохранением прежней заработной платы. В результате уровень безработицы в стране в 2010 г. был даже ниже, чем до начала рецессии[24]. Во Франции в 2008 г. ставка оплаты сверхурочных была повышена с 10% до 25% сверх базовой ставки, при этом сумма вознаграждения за сверхурочную работу полностью освобождалась от подоходного налога. Данная мера позволила, напротив, увеличить общий объем рабочего времени в стране (Островская, 2010).

Антикризисные меры 2007–2010 гг. были направлены не только на снижение безработицы и преодоление экономического спада. В рассматриваемых странах уже было понимание того, что перспективы экономического роста связаны с разработкой и освоением новых технологий широкого применения[25]. Правительства Великобритании и Японии целенаправленно взяли курс на развитие таких высокотехнологичных отраслей, как производство новых материалов, разработка новых источников энергосбережения, биотехнологии, микро- и наноэлектроника (Тимошина, 2016). В США расходы на НИОКР из федерального бюджета с 2007 по 2010 г. увеличились со 107 млрд до 127 млрд долл. в год[26]. Во Франции только в 2009 г. государственные расходы на НИОКР, модернизацию промышленности и инфраструктуры составили 10,5 млрд евро (Catalan, 2014) (с 2008 по 2009 г. доля расходов на НИОКР выросла с 2,06% до 2,21% ВВП, что явилось самым высоким показателем за первое десятилетие XXI века[27]). Правительство Германии в период с 2007 по 2009 г. увеличило затраты на НИОКР на 9%[28].

Европейские страны извлекли урок из рецессии 1973–1975 гг., когда их сосредоточенность на сохранении существующей производственной структуры сыграла свою роль в технологическом отставании от США и Японии в микроэлектронике.

Коронавирусная рецессия

В начале 2020 г. распространение коронавируса и противопандемийные меры привели к спаду мировой экономики. Экономисты охарактеризовали этот кризис как «первую настоящую рецессию со стороны предложения», когда потребители не могли полностью реализовать спрос на многие товары и услуги ввиду снижения объемов их выпуска (ограниченного предложения)[29].

К основным инструментам, которые использовали страны для выхода из кризиса, можно отнести: государственное субсидирование бизнеса и домашних хозяйств, стимулирование экспорта, экспансионистскую денежно-кредитную политику, введение режима «частичной занятости».

Для поддержания уровня занятости во всех анализируемых странах был введен режим укороченной рабочей недели[30] или оплачиваемых отпусков[31], позволивший компаниям сохранить сотрудникам их рабочие места и заработную плату. Для этой цели правительства выплачивали фирмам значительные субсидии из госбюджета. Например, во Франции на одного человека выделялось до 4600 евро в месяц[32]. При этом сотрудники малых и средних предприятий, как правило, получали бóльшую компенсацию по сравнению с работниками больших компаний. В Японии слу-

[24] Arbeitslose und Arbeitslosenquote. *Die soziale Situation in Deutschland*. https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61718/arbeitslose-und-arbeitslosenquote/ (accessed on June 28, 2023)

[25] Policy responses to the economic crisis: Investing in innovation for long-term growth. *OECD*. https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/policy-responses-to-the-economic-crisis_222138024482 (accessed on June 28, 2023)

[26] The state of U.S. science and engineering 2022. *National Science Foundation*. https://ncses.nsf.gov/pubs/nsb20221/u-s-and-global-research-and-development (accessed on June 28, 2023)

[27] Research and development expenditure (% of GDP) – France. *World Bank*. https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=FR (accessed on June 28, 2023)

[28] Turlea, G. et al. (2009). The 2009 report on R&D in ICT in the European Union. *JRC Research Reports*.

[29] Mankiw, G. (2000). Two significant U.S. macroeconomic needs to consider amid the coronavirus pandemic. *Equitable Growth*. https://equitablegrowth.org/two-significant-u-s-macroeconomic-needs-to-consider-amid-the-coronavirus-pandemic/ (accessed on June 28, 2023)

[30] Beyond the pandemic: Five charts on Germany's economic recovery plan. https://www.imf.org/en/News/Articles/2021/07/13/na071521-beyond-the-pandemic-five-charts-on-germanys-economic-recovery-plan (accessed on June 28, 2023)

[31] UK government to pay 80% of wages for those not working in coronavirus crisis. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/uk-news/2020/mar/20/government-pay-wages-jobs-coronavirus-rishi-sunak (accessed June on 28, 2023)

[32] IZA COVID-19 crisis response monitoring: France (February 2022). https://www.iza.org/wc/files/downloads/iza__crisismonitor_countryreport_fr_202202.pdf (accessed on June 28, 2023)

жащие маленьких фирм могли рассчитывать на стопроцентное возмещение заработной платы, в то время как для сотрудников крупных организаций был установлен лимит 80%[33]. В США небольшим компаниям также предоставляли специальные государственные займы, которые необязательно было погашать при условии, что деньги использованы для сохранения рабочих мест[34].

Во время пандемии правительство каждой из анализируемых нами стран разработало программы экономической помощи населению и фирмам. Домохозяйствам выплачивались социальные пособия для безработных, нуждающихся и заболевших коронавирусом, предоставлялись отсрочки по погашению ипотеки и потребительских кредитов, а также раздавались ваучеры на покупку товаров и услуг. Компаниям предоставлялись субсидии, налоговые льготы, отсрочки по погашению банковских займов, уплате налогов, социальных взносов и коммунальных платежей. Самые крупные государственные субсидии направлялись в здравоохранение, а также в те отрасли, которые больше всего пострадали от введенных ограничений: торговлю, туризм, культуру, общественное питание и спорт[35].

В сфере монетарной политики основной стимулирующей мерой стало снижение ключевых ставок до минимальных (0,25% в США, 0,1% в Великобритании) или даже отрицательных значений (–0,5% в Еврозоне и –0,1% в Японии)[36]. С помощью государственных гарантий по займам и смягчению требований по их обеспечению правительства стремились увеличить количество выданных коммерческими банками кредитов и таким образом обеспечить население и фирмы необходимым уровнем ликвидности[37]. Второй по популярности мерой стали операции на открытом рынке (покупка центральными банками государственных и корпоративных ценных бумаг). ФРС США также снизила требования по обязательным резервам и стала приобретать у американских компаний их активы по сделкам РЕПО (с последующим обратным выкупом). Аналогично Банк Англии в целях обеспечения крупных британских предприятий денежными средствами начал выкупать их краткосрочные долговые обязательства[38].

Поскольку ажиотажный (и подогреваемый щедрыми трансфертными платежами) спрос на многие потребительские товары (продукты питания, лекарства) значительно превышал их ограниченное предложение, в конечном итоге во многих странах (например, в США и Великобритании) заметно выросли темпы инфляции. Поэтому некоторые центральные банки постепенно перешли от стимулирующей к сдерживающей монетарной политике.

Хотя в условиях пандемии пришлось направить весьма значительные средства на стабилизацию ситуации в здравоохранении и в экономике, не упускалась из внимания и перспектива послепандемийного развития. Показательно в этом отношении то, что доли расходов на исследования и разработки в ВВП России и США не просто сохранились, но даже повысились, что отражено в таблице.

Таблица

Затраты на исследования и разработки в России и США в 2015–2021 гг.

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Россия	Доля внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП по РФ	1,10	1,10	1,11	1,0	1,04	1,10	1,0
	Фундаментальные исследования	0,16	0,15	0,15	0,16	0,17	0,19	0,16
США	R&D/GDP	2,72	2,79	2,84	2,94	3,12	3,4	3,4
	Фундаментальные исследования	0,44	0,44	0,43	0,43	0,44	0,47	0,43

Источник: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/effect_vrp_.xlsx и https://ncses.nsf.gov/pubs/nsf23321 (дата обращения: 28.06.2023)

[33] Japan. Government and institution measures in response to COVID-19. *KPMG Global*. https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2020/04/japan-government-and-institution-measures-in-response-to-covid.html (accessed on June 28, 2023)

[34] PPP (Promises, Promises, Promises?) loan forgiveness. *BDCo*. https://www.bdcocpa.com/resources/articles/139 (accessed on June 28, 2023)

[35] £1.57 billion investment to protect Britain's world-class cultural, arts and heritage institutions. *gov.uk*. https://www.gov.uk/government/news/157-billion-investment-to-protect-britains-world-class-cultural-arts-and-heritage-institutions; KPMG Global as cited above (accessed on June 28, 2023)

[36] Bulletin de la Banque de France 234/1, March-April 2021. https://www.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/821162_bdf234-1_en_monetary_vfinale.pdf (accessed on June 28, 2023)

[37] Five charts on France's policy priorities to navigate the Covid-19 crisis. https://www.imf.org/en/News/Articles/2021/01/15/na011921-five-charts-on-frances-policy-priorities-to-navigate-the-covid19-crisis (accessed on June 28, 2023)

[38] Bank of England launches Covid corporate financing facility. *Norton Rose Fulbright*. https://www.nortonrosefulbright.com/en-au/knowledge/publications/37250786/bank-of-england-launches-covid-corporate-financing-facility (accessed on June 28, 2023)

Важной составляющей экономической политики в период пандемии стало выделение значительных бюджетных средств на инвестиции в цифровые инновации (облачную инженерию, кибербезопасность, искусственный интеллект[39]), оснащение государственных органов, образовательных и здравоохранительных учреждений современными информационно-коммуникационными технологиями, а также предоставление субсидий, направленных на автоматизацию бизнес-процессов в частных компаниях[40]. Эти меры служили как адаптации к условиям пандемии, так и ускорению цифровизации экономики.

Развитие цифровых инноваций стало главным инструментом стимулирования притока капитала из-за границы для США. В условиях изоляции резко возрос спрос на услуги онлайн-платформ (с 2019 по 2021 г. годовая чистая прибыль *Amazon* увеличилась втрое[41]) и сервисов, предоставляющих возможности для организации удаленной работы и дистанционного обучения (с 2019 по 2021 г. годовая чистая прибыль *Zoom* увеличилась в 50 раз[42]).

О внимании в период пандемии к перспективам развития можно судить, в частности, по той поддержке, которая оказывалась малым и средним предприятиям, сосредоточенным на исследованиях и разработках. Показателен здесь опыт Великобритании, где на целевую поддержку таких предприятий было выделено 750 млн фунтов стерлингов. Для быстрорастущих компаний был создан Фонд будущего – кредитная программа на сумму 500 млн фунтов стерлингов, направленная на обеспечение того, чтобы эти компании получали средства, необходимые им для продолжения работы во время кризиса[43]. В Германии около двух млрд евро ушло только на государственное субсидирование стартапов[44].

В 2021 г. темпы роста ВВП составили в Германии 2,6%, во Франции – 6,8%, в Великобритании – 7,5%, в Японии – 1,7%, в США – 5,9%[45].

Заключение

В мерах, которые используют государства для выхода из кризисных ситуаций, можно выделить две составляющие: тактическую – формирование условий для преодоления негативных последствий снижения экономической активности, а также стратегическую – подготовку к последующему экономическому развитию, нацеленную на усиление позиций страны в мировой экономике. Между этими составляющими нет жесткого барьера. Меры по преодолению экономического спада и поддержке населения работают на сохранение экономического потенциала страны, ее инвестиционных ресурсов, необходимых для инновационных преобразований в экономике. Однако такие преобразования требуют дополнительных действий по созданию задела в сфере исследований и разработок, поддержке инновационных фирм, стимулированию структурных сдвигов в экономике.

Стратегическая составляющая антикризисной политики особенно важна, когда кризисные явления возникают в связи или на фоне исчерпания потенциала ранее освоенных технологий широкого применения. Такая ситуация благоприятствует формированию пузырей на рынке недвижимости и финансовых пузырей.

Как видно из практики, укрепления позиций на мировой экономической арене добиваются те страны, которые не ограничиваются восстановлением экономики после краха этих пузырей, а превращают кризис в период активного созидательного разрушения.

Проведенное исследование показало, что многие меры сочетают и восстановительную, и инновационную функции. Протекционистские меры внешнеторговой политики могут защищать и пострадавшие от кризиса отрасли, и формирующиеся новые отрасли. При наличии конкурентных преимуществ в новых отраслях на первый план выходит либерализация мировых рынков. Анализ

[39] Comparing U.S., Japanese, and German fiscal responses to Covid-19. https://www.csis.org/analysis/comparing-us-japanese-and-german-fiscal-responses-covid-19 (accessed June 28, 2023)

[40] Japan: Staff concluding statement of the 2022. Article IV. Mission. https://www.imf.org/en/News/Articles/2022/01/27/mcs012722-japan-staff-concluding-statement-of-the-2022-article-iv-mission (accessed June 28, 2023)

[41] Annual net income of Amazon.com from 2004 to 2023. *Statista*. https://www.statista.com/statistics/266288/annual-et-income-of-amazoncom/ (accessed June 28, 2023)

[42] Zoom revenue and usage statistics (2023). *Business of Apps*. https://www.businessofapps.com/data/zoom-statistics/ (accessed June 28, 2023)

[43] Coronavirus loan schemes and future fund. *British Business Bank.* https://www.british-business-bank.co.uk/ourpartners/coronavirus-business-interruption-loan-schemes (accessed June 28, 2023)

[44] Policy responses to Covid-19. https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19 (accessed June 28, 2023)

[45] WorldBank. https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG (accessed June 28, 2023)

показывает, что развитые страны весьма прагматично подходят к антимонопольному регулированию, готовы ослаблять его, когда это помогает освоению новых рынков национальными ТНК.

Денежно-кредитная политика может быть ограничительной (направленной на уменьшение денежной массы для снижения инфляции) или экспансионистской (нацеленной на стимулирование платежеспособного спроса). Первый тип применялся во время рецессии 1973–1975 гг., второй – во времена Великой депрессии, финансового кризиса 2008 г. и коронавирусной рецессии. Подвидом монетарной политики можно считать и искусственную девальвацию национальной валюты.

Двойную роль способна играть и бюджетно-налоговая политика. С одной стороны, в условиях кризиса она вносит большой вклад в восстановление спроса домохозяйств, отраслей, банковского сектора с помощью прямых субсидий (трансфертов), а также налоговых и таможенных преференций. С другой стороны, эта политика влияет на сферу исследований и разработок, на инновационный бизнес. Анализ показывает, что от кризиса к кризису такой роли бюджетно-налоговой политики уделяется все возрастающее внимание во время экономических испытаний.

Эволюция наблюдается и в сфере регулирования трудовых отношений. Традиционный характер имеют такие инструменты поддержания занятости, как организация общественных работ, сокращение продолжительности рабочего времени, стимулирование частичной и удаленной занятости, законодательное установление минимального размера оплаты труда и требований к вознаграждению за сверхурочную работу. Со временем все большее значение приобретает государственное финансирование расходов на переквалификацию, а также изменение трудового законодательства, включающее в орбиту государственного регулирования новые формы и режимы занятости.

Возрастающие расходы на образование и здравоохранение отражают усиливающуюся роль социального и человеческого капитала в успешном участии страны в современной инновационной конкуренции. В этом же направлении эволюционирует и регулирование трудовых отношений. Стратегическое значение имеет и государственная поддержка инновационных компаний, сохранение даже в кризисных условиях высокого уровня расходов на исследования и разработки.

Литература/References

Гришина О.А. (2009). «Финансовый пузырь» на рынке ипотеки США как механизм запуска финансового кризиса. *Транспортное дело России* (1), 74. [Grishina, O. (2009). "Financial Bubble" in the US Mortgage Market as a mechanism for launching the financial crisis. *Transport Business of Russia* (1), 74 (in Russian)].

Островская Е. (2010). Франция: преодоление кризиса. *Мировая экономика и международные отношения* (4), 52–63. [Ostrovskaya, E. (2010). France: Overcoming the crisis. *World Economy and International Relations* (4), 52–63 (in Russian)].

Тимошина Т.М. (2016). *Экономическая история зарубежных стран*. М.: Юстицинформ. [Timoshina, T. (2016). *Economic History of Foreign Countries*. Moscow: Yustitsinform Publ. (in Russian)].

Aiginger, K. (2009). *A comparison of the current crisis with the great depression as regards their depth and the policy responses*. Lecture at the NERO-Meeting on "The Causes and Consequences of the Financial Crisis". OECD, Paris, 21 September. Wien: WFO.

Alfranseder, E., Dzhamalova, V. (2014). *The impact of the financial crisis on innovation and growth: Evidence from technology research and development*. Knut Wicksell Working Paper Series, 2014/8. Lund University, Knut Wicksell Centre for Financial Studies.

Archibugia, D., Filippettic, A., Frenzb, M. (2013). Economic crisis and innovation: Is destruction prevailing over accumulation? *Research Policy* **42**(2), 303–314.

Bell, M., Pavitt, K. (1993). Technological accumulation and industrial growth: Contrasts between developed and developing countries. *Industrial and Corporate Change* **2**, 157–210.

Blanchard, O., Gali, J. (2008). *The macroeconomic effects of oil price shocks: Why are the 2000s so different from the 1970s?* MIT Department of Economics Working Paper № 07-21.

Carlson, M., Duygan-Bump, B. (2018). "Unconventional" Monetary Policy as Conventional Monetary Policy: A Perspective from the U.S. in the 1920s. *Finance and Economics Discussion Series* **19**.

Catalan, J. (2014). From the Great Depression to the Euro Crisis, 1929–2013: A Global Approach. *Revista de Historia Industrial* **23**(56), 15–45.

DeLong, J., Shleifer, A. (1991). The stock market bubble of 1929: Evidence from closed-end mutual funds. *The Journal of Economic History* **51**, 675–700.

Ellison, M., Sargent, T., Scott, A. (2019). Funding the Great War and the beginning of the end for British hegemony. In: Dabla-Norris, E. (ed.) *Debt and Entanglements between the Wars*. Washington, DC: International. Monetary Fund, pp. 59–79.

Estrada, M. (2020). *The Difference between the Worldwide Pandemic Economic Crisis (COVID-19) and the Global Financial Crisis (Year 2008)*. https://ssrn.com/abstract=3698756 (accessed on June 28, 2023).

Flacco, P., Parker, R. (1992). Income uncertainty and the onset of the Great Depression. *Economic Inquiry* **30**, 154–171.

Gordon, A. (1987). The right to work in Japan: Labor and the state in the depression. *Social Research* **54**(2), 247–272.

Hardy, B., Sever, C. (2021). Financial crises and innovation. *European Economic Review* **138**(11), 103856. DOI: 10.1016/j.euroecorev.2021.103856

Ikenberry, G. (1986). The irony of state strength: Comparative responses to the oil shocks in the 1970s. *International Organization* **40**(1), 105–137.

Issawi, C. (1978). The 1973 oil crisis and after. *Journal of Post Keynesian Economics* **1**(2), 3–26.

Jorgenson, D. (1988). Productivity and economic growth in Japan and the United States. *The American Economic Review* **78**(2), 217–222.

Kritikos, A., Kneiding, C. (2009). Mikrokredite: Bedarf auch in Deutschland. *DIW Wochenbericht* **76**(27/28), 451–456.

Langthaler, E., Markova, I., Rathkolb, O. (2018). *Landwirtschaft und Ernährung im Nationalsozialismus*. Vandenhoeck & Ruprecht, Geschichte/20. Jahrhundert.

Li, Z., Farmanesh, P., Kirikkaleli, D., Itani, R. (2022). A comparative analysis of COVID-19 and global financial crises: evidence from US economy. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja* **35**(1), 2427–2441.

Loayza, N., Ouazad, A., Rancière, R. (2018). *Financial development, growth, and crisis: Is there a trade-off?* NBER Working Paper № 24474.

Martin, J. (2000). British agriculture in the 1930s. In: Martin, J. *The Development of Modern Agriculture*. *British Farming since 1931*. Springer, pp. 8–35.

Okun, A. (1975). A postmortem of the 1974 recession. *Brookings Papers on Economic Activity* **6**(1), 207–221.

Rajevs, I. (2009). The French army in the interwar period. *Baltic Security & Defense Review* **11**(2), 186–207.

Richardson, G. (2007). The collapse of the United States banking system during the Great Depression, 1929 to 1933. New Archival Evidence. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal* **1**, 39–50.

Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper, New York.

Schneider, M., Tavani, D. (2015). *Tale of two ginis in the United States, 1921–2012*. Levy Working Paper № 826.

Shizume, M. (2021). *The Japanese Economy During the Great Depression: The Emergence of Macroeconomic Policy in A Small and Open Economy, 1931–1936*. Springer.

Uchikawa, S. (2009). *Small and Medium Enterprises in Japan: Surviving the Long-Term Recession*. ADBI Working Paper № 169.

Wang, M. (2020). *Analysis on German monetary policy from 1974 to 1990*. E3S Web Conf., Vol. 214.

Yang, D. (1995). Recovery from the Great Depression in the United States, Britain and Germany. *Seoul Journal of Economics* **8**(1), 61–96.

Yergin, D. (1993). *The Prize: The Epic Quest for Oil, Money, and Power*. New York: Free Press.

Zarnowitz, V., Moore, G. (1977). *Explorations in Economic Research*. National Bureau of Economic Research, 818 p.

Terra Economicus, 2024, 22(1): 20–34
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-20-34

Механизмы реализации территориальных стратегий в институциональной теории стратегического планирования

Тамбовцев Виталий Леонидович
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия, e-mail: tambovtsev@econ.msu.ru

Рождественская Ирина Андреевна
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, e-mail: irozhdestv@gmail.com

Цитирование: Тамбовцев В.Л., Рождественская И.А. (2024). Механизмы реализации территориальных стратегий в институциональной теории стратегического планирования. *Terra Economicus* **22**(1), 20–34. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-20-34

В последние десятилетия широкое распространение получили стратегии развития территорий различных масштабов и уровней управления. Вместе с тем вопросы, касающиеся их успешной реализации, остаются недостаточно изученными. Имеющиеся в литературе исследования реализации стратегии фирм позволили выявить ряд позитивно влияющих на нее факторов, таких как положительное отношение работников к фирме и проводимой ею стратегии. Подобные факторы, характеризующие население территорий, где реализуются стратегии их развития, оказывают схожее влияние на выполнение этих стратегий. Однако на территориях действуют региональные и муниципальные образования с разным ресурсным потенциалом и разными способами формирования стратегий, в силу чего упомянутое влияние может быть как существенным, так и малозначимым. Вводится типология ситуаций разработки территориальных стратегий, позволившая связать значимость факторов территориальной идентификации, приверженности территории и стратегического консенсуса с уровнем автономности территории и целями ее стратегии. Предлагается рассматривать реализацию территориальной стратегии как процесс, включающий действия территориальных властей по активации и координации усилий резидентов, направленных на достижение целей стратегии.

Ключевые слова: *стратегия развития территории; территориальная идентификация; приверженность территории; стратегический консенсус; реализация стратегии*

© В.Л. Тамбовцев, И.А. Рождественская, 2024

Implementing territorial development strategies within institutional approach to strategic planning

Vitaliy L. Tambovtsev
Lomonosov Moscow State University, Russia, e-mail: tambovtsev@econ.msu.ru

Irina A. Rozhdestvenskaya
Financial University, Moscow, Russia, e-mail: irozhdestv@gmail.com

Citation: Tambovtsev V.L., Rozhdestvenskaya I.A. (2024). Implementing territorial development strategies within institutional approach to strategic planning. *Terra Economicus* **22**(1), 20–34 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-20-34

In recent decades, the strategic development projects of different spatial dimensions and different levels of government have become widespread. Meanwhile, successful implementation of territorial and local development strategy remains understudied. The existing literature on business strategy have made it possible to identify a number of factors that contribute to strategy implementation. These factors include, among others, the positive attitude of employees towards the company and its strategy. Similar characteristics of residents might be relevant for territorial development. However, local and regional authorities and a range of related organizations vary in terms of resource capacity and methods employed to prepare and perform strategic development projects. These factors can either support or impede strategy implementation. We propose a typology of situations describing the design of a territorial strategy, which provides a link between such factors as territorial identity, local commitment, and strategic consensus, on the one hand, and territorial autonomy, development direction and strategic goals, on the other hand. The article also suggests our interpretation of territorial strategy implementation as a process involving complex interactions of local and regional authorities to enable and coordinate the residents' efforts aimed at achieving the strategic goals.

Keywords: *territory development strategy; territorial identity; local commitment; strategic consensus; strategy implementation*

JEL codes: *D02, P41, R58*

Введение

Институциональная теория планирования «представляет планирование в виде последовательности (взаимо)действий плановиков и стейкхолдеров их деятельности – непосредственных и конечных результатов планирования. Эти взаимодействия осуществляются под влиянием стимулов, возникающих во внутренней и внешней институциональной среде системы планирования» (Тамбовцев, Рождественская, 2020b: 24). *Стратегическое планирование* отличается от других типов планирования ориентацией на *изменение* соотношения ресурсов и результатов их использования. Осуществляется стратегическое планирование как отдельными индивидами, стремящимися в меру возможностей определить свое будущее, так и организациями различных масштабов – от малых предприятий и некоммерческих групп до государств и их различных объединений, – руководители которых также нацелены на перспективу. Внутренняя и внешняя институциональная среда организаций, а также типы организаций, могут различаться в тех или иных аспектах. Это оказывает влияние на процессы и процедуры, касающиеся формирования

и реализации стратегии. Институциональная теория планирования изучает такие процессы в разных типах организаций, действующих в различной институциональной среде.

Применительно к фирмам, действующим в конкурентной рыночной среде, в (Тамбовцев, 2000) было показано, что их стратегические планы представляют собой отношенческие контракты между работниками, которые владеют или распоряжаются специфическими для фирмы ресурсами, и владельцами или высшими менеджерами соответствующей фирмы. В таких контрактах устанавливается допустимое направление использования этих ресурсов, а также стимулы их распорядителей. Эти стимулы ориентируют распорядителей на достижение результатов, оцениваемых высшими менеджерами как наилучшие для фирмы.

В какой мере эта модель действует в организациях *публичного сектора*, прежде всего в органах государственного и муниципального управления и подчиняющихся им организациях, оказывающих публичные услуги? Ведь публичные услуги, несмотря на разнообразие значений этого термина в различных странах, в любом случае ощутимо влияют на благосостояние граждан.

На первый взгляд, по значению и содержанию стратегическое планирование в публичных некоммерческих организациях (ПНО), по преимуществу государственных, не близко стратегиям частных коммерческих организаций (фирм). Ведь ПНО не участвуют в конкурентной борьбе на рынках, не борются за расширение круга своих потребителей, у их руководителей даже нет самостоятельно решаемой задачи минимизации расходов на производство услуг: ведь это сократит бюджетные поступления в будущем[1]. Исходя из положений (Milgrom and Roberts, 1988), ПНО осуществляют *деятельность по оказанию влияния* (*influence activity*) на координирующие их работу вышестоящие организации, осуществляющие их бюджетное финансирование. Такая деятельность имеет неформальный характер, не афишируется и публично не поощряется вышестоящими организациями, так что не может быть целью или содержанием стратегических планов, разрабатываемых ПНО.

Различия между стратегиями фирм и ПНО проанализированы достаточно подробно (Тамбовцев, Рождественская, 2020b). Показано, что стратегии ПНО могут иметь характер псевдостратегий, т.е. быть ориентированными не на улучшение исполнения функций организации, а на демонстрацию лояльности руководства территории вышестоящему руководству. В общем случае совокупность ПНО характеризуется как минимум двумя признаками: наличие у организации автономности действий (в рамках действующего законодательства) и присутствие у руководства стремления проявлять инициативу по улучшению выполнения его уставных функций. Соотношение значений этих признаков можно представить в виде таблицы.

Таблица

Ситуации разработки ПНО стратегий развития

Организации / **Руководители**	**Автономны**	**Неавтономны**
Стремятся улучшить	1.1	1.2
Не стремятся улучшить	2.1	2.2

Источник: разработки авторов

Рассмотрим содержание стратегий развития, которые могут разрабатываться в выявленных ситуациях.

Ситуация 1.1, когда руководство автономной ПНО ориентировано на служение обществу, способствует разработке полноценных стратегий, определяющих изменение способа использования ресурсов для осуществления уставных задач.

Ситуация 1.2, в которой руководство ПНО, ориентированное на служение обществу и тем самым на улучшение работы организации, вынуждено действовать в рамках четкого исполнения указаний вышестоящих ПНО. Здесь решения, полезные для улучшения предоставления публич-

[1] Безусловно, такая задача может ставиться вышестоящими организациями, осуществляющими координацию деятельности подчиненных им ПНО.

ных услуг, могут оказаться не соответствующими упомянутым указаниям. Это ухудшит ситуацию с точки зрения работников организации. Поэтому вероятность разработки полноценных стратегий зависит во многом от отношения руководителя к риску.

Ситуация 2.1, при которой руководство мотивировано не на служение обществу, а на реализацию собственных целей, подталкивает к разработке квазистратегий, дающих возможность повышения благополучия работников ПНО за счет действий вышестоящих органов. При этом автономия в использовании ресурсов может реализоваться вне публичных квазистратегий. Исполнение показателей, заложенных этими стратегиями, будет рассматриваться как защита от чрезмерного внимания со стороны вышестоящих руководителей к фактическому использованию потенциала автономии.

Ситуация 2.2, когда ориентация руководства на собственные цели «сочетается» с отсутствием автономности организации, практически однозначно приводит к разработке квазистратегий.

Таким образом, разработка стратегии ПНО и стремление ее реализовать вполне возможны, ведь автономность организации может сочетаться с ориентацией руководителей на реальное улучшение ее положения. В следующем разделе статьи мы обсудим результаты исследований факторов успешности осуществления стратегий фирм, далее – факторы успешности осуществления стратегий развития территориальных единиц, а в заключительной части сформулируем выводы из проведенного анализа.

Факторы успешности выполнения стратегий организациями рыночного сектора

Как было справедливо отмечено более 30 лет тому назад, «без успешной реализации любая стратегия – это просто фантазия» (Hambrick and Cannella, 1989: 278). Поэтому неудивительно, что вопросы реализации стратегий в рыночном секторе широко обсуждаются в мировой литературе начиная с середины 1980-х гг. (Bourgeois and Brodwin, 1984; Argyris, 1989 и др.). Важный результат, полученный в этот период, – выявление двух подходов к реализации стратегий: рационального и постепенного (*incremental*). Первый предполагает детальный план мероприятий по реализации стратегии, который строго исполняется; второй – формирование и выполнение отдельных проектов, нацеленных на решение задач, отвечающих «духу» стратегии (Quinn, 1978; Weick, 1987).

Исследования, проведенные после того, как стратегии получили широкое распространение, показали, что доля их неуспешной реализации была очень высока – от 50% до 90% (Kaplan and Norton, 2001). Значительное внимание уделено обстоятельствам, препятствовавшим успешному выполнению стратегий (Guth and MacMillan, 1986; Beer and Eisenstat, 2000; Neilson et al., 2008), и возможным путям преодоления преград (Noble, 1999; Hickson et al., 2003; Miller et al., 2004).

Упомянутые исследования были продолжены и впоследствии. Так, в (Sull et al., 2015: 60–65) было выявлено пять типичных ошибок, или мифов, которым следовали менеджеры, стремясь реализовать принятые в фирмах стратегии: отождествление исполнения стратегии с построением строгого плана упорядоченных действий; связанное с этим стремление четкого следования плану (*sticking to the plan*); смешение наличия коммуникации с пониманием; связывание неудач с «неправильной» организационной культурой; убежденность в том, что исполнение стратегии должно направляться сверху. Как было отмечено в выводах этого исследования, «если менеджеры слишком узко сфокусированы на улучшении плана реализации, они рискуют получать все более изощренные ответы на неправильно поставленные вопросы» (Op. cit.: 66). Специально подходам к преодолению «ловушки плана реализации» (*alignment trap*) была посвящена работа (Dalcher, 2019), в которой указывалось на необходимость поиска разнообразных возможностей выполнения целей, неизвестных ранее опций, связанных с новыми перспективами, инсайтами и интуицией.

Несмотря на значительное число появившихся с середины 1980-х гг. теоретических и эмпирических исследований, посвященных различным аспектам реализации стратегий, уже в наши дни исследователи говорят о том, что «реализация стратегий часто трактуется как черный ящик» (Tawse and Tabesh, 2021: 22). Термин «черный ящик» даже выносится в заголовок (Al-

Kubaisi, 2023). С нашей точки зрения, такой несколько пессимистический взгляд на опыт изучения процессов, связанных с исполнением стратегических решений, обусловлен сложностью связей, неопределенностью и множественностью факторов, влияющих на результаты реализации стратегий. Даже при самом внимательном изучении вариантов поведения конкурентов всегда сохраняется вероятность возникновения непредвиденных ситуаций. Поиск факторов, *гарантирующих* успешную реализацию стратегии фирмы (Sinaga et al., 2020), был и остается скорее желаемым, чем действительно осуществимым.

Общий (и вполне очевидный) вывод, который можно сделать из упомянутых выше разнонаправленных исследований, заключается в том, что факторы, на которые руководство фирмы в состоянии влиять, имеют *внутренний* для фирмы характер. Среди них наиболее значимым является *поведение исполнителей* стратегии. Чем важны исполнители – работники фирмы? Среди руководителей разных уровней (а также ряда экономистов-теоретиков) до сих пор распространен миф о том, что поведение работников является чисто механическим, что они (в меру способностей) просто выполняют задания менеджеров. Казалось бы, модель принципала-агента (Ross, 1973; Holmstrom and Milgrom, 1991) и концепция оппортунистического поведения (Williamson, 1993) должны были развеять этот миф, однако следование ему регулярно проявляется в действиях различных руководителей и даже ученых.

В работах, изучающих фирмы и их стратегии, давно было признано, что стратегия – это не детальный план, где все до мелочей расписано по времени и конкретным исполнителям, а *ориентация*. Реализация стратегии требует учета складывающихся детальных обстоятельств и возможностей. Эти обстоятельства и возможности исполнители могут передать наверх, тем, кто корректирует планы, касающиеся реализации стратегии, т.е. предоставить им новую информацию. Если между работниками фирмы отсутствуют отношения, содействующие такому переносу, то эти сведения могут быть и не донесены наверх. При неучете новой информации стратегия может остаться нереализованной.

В работах, изучающих организации, был предложен ряд конструктов, характеризующих отношения внутри коллектива работников, влияющие на процессы функционирования организаций.

Психологическое владение (*Psychological Ownership*). В организационных исследованиях это понятие начинает широко применяться, начиная со статьи (Pierce et al., 2001), хотя в общей психологии, согласно (Pierce et al., 2003), оно используется около столетия, обозначая ощущение (чувство, убеждение) того, что некоторый объект, как физический, так и нематериальный, является для индивида *его* объектом, как если бы он действительно владел им. Болельщики спортивной команды говорят «моя команда», жители населенного пункта – «мой город» и т.п. Индивиды, стремящиеся продемонстрировать свою идентификацию не только с объектом, но и с той или иной группой, часто используют выражения коллективного психологического владения, такие как «наша страна» и др. (Nijs et al., 2021). В литературе представлены анализ факторов возникновения феномена психологического владения в организациях (Mayhew et al., 2007; Gardner et al., 2023) и результаты эмпирической оценки его последствий (Vandewalle et al., 1995).

Организационное гражданство (*Organizational Citizenship*). Понятие «поведения организационного гражданства», введенное в (Graham, 1991) и развитое в (Van Dyne et al., 1994), построено на аналогии с концептом государственного гражданства и предполагает наличие у работника организации таких черт, как послушность, лояльность и «политическое» участие, т.е. участие в выработке решений. Выявлены связи между чертами личности и включенностью в организационное гражданство (Chiaburu et al., 2011), а также возможные негативные проявления такой включенности (Bolino et al., 2013). Значимость этой характеристики работников для реализации стратегий состоит в том, что послушность и лояльность обеспечивают сознательное исполнение решений, а включенность улучшает согласованность личных интересов с интересами высшего менеджмента.

Организационная идентификация, или идентификация с организацией (*Organizational Identification*). Согласно (Lee, 1971), идентификация работниками себя с организацией, где они работают, является важным фактором для понимания трудового поведения, готовности к дополнительным усилиям по улучшению положения дел в организации. Социальная идентифика-

ция определяется как понимание индивидом своего единства с группой людей; она проистекает из категоризации индивидов, самобытности и престижности группы (Ashforth and Mael, 1989). Идентификация с организацией подразумевает отождествление членом организации собственных черт с характеристиками, имеющимися, по его убеждению, у организации (Dutton et al., 1994: 239). Социальная идентификация обусловливает действия, принятые в группе и поддерживающие внутригрупповые институты. Таким образом, содержательно понятия социальной идентификации, организационного гражданства и приверженности организации близки, хотя их эмпирическое проявление различно (Gautam et al., 2004). Наличие у работника организационной идентификации становится значимым фактором для формирования и реализации стратегии (Kjærgaard, 2009; Ranjbar et al., 2021).

Организационная приверженность, или приверженность организации (*Organizational Commitment*). Этот конструкт, похоже, является одним из наиболее ранних среди тех, которые характеризуют влияние внутригрупповых отношений на результативность действий группы работников. Использованный в этой области впервые в (Becker, 1960), он обозначал неготовность индивида покидать организацию вследствие тех «инвестиций» (побочных платежей, *side bets*), которые он совершил, действуя в ней. Иными словами, работник «обменивал» свои инвестиции на принадлежность к фирме. С точки зрения экономической теории возникновение такой приверженности организации означает нерациональное поведение индивида, поскольку понесенные им ранее издержки (например, на получение специфических для фирмы навыков) являются *невозвратными затратами* (*sunk costs*), учет которых при принятии будущих решений не имеет смысла.

Такое поведение, получившее наименование «ловушка невозвратных затрат» (*sunk cost fallacy*), на практике достаточно широко распространено там, где действия ограниченно рациональны (Arkes and Blumer, 1985). Неудивительно, что «поведенческий» подход к определению организационной приверженности был подвергнут критике (Ritzer and Trice, 1969), а преобладающим стал «установочный» подход к организационной приверженности (*attitudinal commitment*), который можно охарактеризовать как наличие установок на твердое принятие работником целей и ценностей организации, готовность осуществлять значительные усилия по ее поручению, желание отстаивать свое членство в ней (Allen and Meyer, 1990). Эта общая характеристика включает три типа приверженности: эмоциональную (*affective commitment*), когда работник чувствует единство с организацией; приверженность постоянству (*continuous commitment*), когда учитываются издержки ухода из организации; нормативную (*normative commitment*), при которой работник ощущает свои обязательства перед фирмой (Meyer and Allen, 1991). Такое уточнение фактически означало идентификацию разных причин возникновения приверженности у индивида, что, разумеется, не означало взаимоисключение этих типов: все три вполне могут существовать одновременно.

Как известно из классической статьи (LaPiere, 1934), наличие установки вовсе не обязательно проявляется в соответствующих действиях, для этого требуется целый ряд факторов (Ajzen and Fishbein, 1977). Поэтому эмпирический анализ последствий организационной приверженности ведется достаточно давно (Steers, 1977; Wang et al., 2020). Метаанализ таких работ показывает, во-первых, достаточно тесные связи между тремя типами приверженности, а во-вторых, их корреляцию с поведением работников (Meyer et al., 2002).

Стратегический консенсус и его влияние на реализацию стратегий. В исследованиях процессов выполнения стратегий широкое распространение получила такая характеристика внутрифирменных отношений работников, как *стратегический консенсус*. Это понятие, введенное в (Bourgeois, 1980; 1985), первоначально обозначало согласие между высшими менеджерами фирмы относительно ее целей и способов их достижения. При этом согласие о способах, как показал анализ ряда корпораций, было даже более важно, чем консенсус о целях: договоренности о целях при отсутствии согласия о средствах коррелировали с *низким* уровнем функционирования. Тем самым наличие консенсуса улучшало координацию и кооперацию между подразделениями фирм.

По мере развития теоретических и эмпирических исследований влияния менеджеров на результативность работы фирм менялась и трактовка понятия стратегического консенсуса – за

счет расширения круга договаривающихся и предметов договоренности. Исследователи, зафиксировав «отсутствие консенсуса относительно стратегического консенсуса», предложили трактовать последний как «общее понимание стратегических приоритетов среди менеджеров высшего, среднего и операционного уровней» (Kellermanns et al., 2005: 721). *Стратегическими приоритетами* именовались наиболее важные в восприятии членов организации инициативы организационной стратегии – фундаментальные ценности, направляющие организацию к достижению целей. Как подчеркивалось в (Ibid.: 730), «язык приоритетов обеспечивает подобие моста» между организационными уровнями и подразделениями, которые используют свою терминологию, что затрудняет внутрифирменное общение.

Эмпирический анализ влияния стратегического консенсуса на успешность работы фирм давал не вполне однозначные результаты. Наряду с большим числом работ, показывавших положительную связь (Dess, 1987; Prieto and de Carvalho, 2018), были и те, что не обнаруживали связи (West and Schwenk, 1996) или даже находили отрицательное влияние (González-Benito et al., 2012). Можно объяснить разнообразие оценок различием факторов, которые принимались во внимание при проведении статистического анализа: например, метааналитический подход подтверждает в целом положительную связь (Kellermanns et al., 2011).

Недавно в (Bragaw and Misangyi, 2022) был изложен теоретический подход к объяснению этого несовпадения. Авторы предложили: во-первых, разграничить четыре типа консенсуса, в зависимости от порождаемой ими психологической связи среди менеджеров; во-вторых, учитывать стратегический климат, т.е. тот смысл, который работники и стейкхолдеры вкладывают в действия по реализации стратегии[2]; в-третьих, принимать во внимание приверженность работников к организации. Эмпирический анализ позволит выявить, насколько значимы эти предложения.

Наш обзор показал, что задача успешной реализации стратегии развития фирмы пока не решена, хотя важность ряда факторов достаточно обоснована. К таким факторам относится стратегический консенсус среди менеджеров, а также рассмотренные характеристики работников фирм. Ведь согласно контрактной модели, в разработке и реализации стратегии фирмы участвуют владельцы специфических для фирмы ресурсов, которые не обязательно являются менеджерами того или иного уровня. Тем самым учет «стратегических» характеристик не только менеджеров, но и других работников значим для обеспечения успешности разработки и реализации стратегии.

Факторы успешности реализации стратегий территориальных органов управления

Если само по себе стратегическое планирование в организациях публичного сектора, включая органы государственного регионального и муниципального управления, было результатом переноса в него практик коммерческих организаций, то в какой мере такой перенос возможен и применительно к тематике *реализации* соответствующих стратегий? Ведь ПНО действуют не в среде рыночной конкуренции, их цели заданы нормативными документами и не могут быть изменены менеджерами, а финансовые ресурсы в значительной мере предоставляются «сверху», а не зарабатываются путем продажи услуг.

Кроме того, для таких ПНО, как органы территориального – регионального и муниципального – управления, стратегии охватывают не сами эти организации, а социально-экономические системы регионов и муниципалитетов. Это значит, что реализация их стратегий ближе к *политике*, чем к стратегии фирмы. Осуществление любой государственной политики представляет собой действия и взаимодействия многих различных организаций, в ходе которых происходит вертикальная коммуникация, способная искажать содержание идущих сверху намерений и рекомендаций (Тамбовцев, Рождественская, 2020а: 2–3).

Как следует из типологии ситуаций разработки и реализации стратегий ПНО, представленной в таблице выше, не все организации этого типа в равной мере заинтересованы в успешной реализации своих стратегий. Ряд из них ориентирован на работу на показатель, что не требует значительных усилий, отвечающих заявленным целям стратегий. Соответственно, в литературе

[2] Понятие стратегического климата введено в (Ostroff et al., 2013: 653).

представлено меньшее число работ, посвященных реализации стратегий ПНО, однако по своей тематике они близки к вопросам, обсуждаемым для коммерческих организаций.

Так, в (Bourne et al., 2003) был проведен анализ популярных в публичном секторе систем измерения результативности (*performance measurement systems*) и показано, что все они плохо приспособлены к управлению реализацией стратегий, чем и объясняется низкий уровень исполнения последних. Этот анализ был продолжен в (Casey et al., 2014), где авторы, охарактеризовав эти системы как «манию метрик», предложили свой подход к репрезентации стратегических целей и процедур их исполнения. К сожалению, эти исследования не опираются на теоретическую модель подобных систем, известную более 30 лет (Holmstrom and Milgrom, 1991).

Дж. Холл выдвинул концепцию «потенциал-функционирование» (*capacity-performance*), отражающую важность для разработки и реализации стратегий в небольших территориальных образованиях наличия в них ресурсного потенциала, включая работников с адекватной квалификацией (Hall, 2017). Эту концепцию подтверждает анализ стратегического планирования в сельских муниципалитетах штата Миссури (Dimitrijevska-Markoski et al., 2021) и в Индонезии (Dwi Retnandari, 2022). Фактор размера ресурсного потенциала может быть использован для расширения типологии ПНО, данной во введении этой статьи.

Исходя из опыта фламандских муниципалитетов, были предложены факторы успешности реализации их стратегий: *соединение людей, процесса и плана*, когда план рассматривается не как результат единоразового действия, а как адаптивный процесс соединения приоритетов стратегии с инициативами жителей, включая информационную и иную поддержку (George, 2021). Это вполне соответствует сформулированному ранее выводу о том, что успех реализации стратегий поддерживается включением в этот процесс разнообразных стейкхолдеров, в том числе этнических сообществ (Chowdhury, 2018), поскольку это помогает муниципальному правительству согласовывать разнообразные позиции внутри местного сообщества (Harris and Thomas, 2004).

В (Mitchell, 2019) была предложена модель обусловленной (*contingent*) реализации стратегии, предполагающая, что она будет осуществляться через выдвижение инициатив, разработку и осуществление проектов организациями-стейкхолдерами на территории штата (региона) или муниципалитета. Разнообразие условий, в которых действуют организации, обусловливают и различия в *проектах*, через которые они будут реализовать общую стратегию (Pinto and Slevin, 1988). Понятно, что и сами инициативы будут отражать как локальное знание, так и меняющиеся условия. Эта модель отражает постепенный (*incrementalist*), а не жесткий подход к реализации стратегии. Стратегия рассматривается как «предмет модификации в ходе ее реализации, вследствие меняющихся обстоятельств, новой информации или желательности определенных действий» (Pellegrinelli and Bowman, 1994: 129)[3].

Эмпирический анализ применения стратегического планирования в ПНО России (Жихаревич, Прибышин, 2016), Норвегии (Johnsen, 2015) и Канады (Elbanna et al., 2016) показал, что оно активно используется в его формальной версии и оценивается менеджерами в целом положительно, несмотря на критику такого варианта в некоторых направлениях стратегического менеджмента, изучающих рыночный сектор.

Органы регионального и муниципального управления отличаются от фирм, как отмечалось, содержанием стратегий, а также направленностью не на развитие этих органов, а на развитие *территорий*, руководимых ими. Значит, характеристики трудовых коллективов, которые тесно связаны с успешностью реализации организационных стратегий, не могут быть автоматически перенесены на жителей территорий, которые в подавляющем большинстве не являются работниками органов управления, но выступают *стейкхолдерами реализации стратегии* и могут влиять на этот процесс.

Анализ литературы показывает, что ряд свойств региональных и локальных сообществ стал изучаться в их взаимосвязи с реализацией территориальных стратегий.

Территориальная идентификация. В этой области базовой является работа (Paasi, 1986), где обосновывается связь региональной идентификации с региональным развитием. Региональные

[3] В (Antipin and Vlasova, 2020) отмеченные ключевые пункты постепенного подхода к разработке стратегий, к сожалению, не упоминаются.

стратегии выступают сегодня основным способом обеспечения развития, в связи с чем подчеркивается корреляция между идентификацией и стремлением жителей к достижению общих целей, их персональной активностью в сфере регионального развития, включая участие в планировании (Raagmaa, 2002). О необходимости мобилизации региональной идентификации для повышения качества стратегии в условиях растущей сложности говорится в (Paasi, 2013).

Региональная идентификация важна для развития территориального образования и проявляет себя, если жители видят, что их намерения и усилия приносят успех, т.е. воспринимаются органами управления и учитываются при принятии и выполнении решений. Если такого не происходит, то региональная идентификация жителей может скорее привести к противодействию решениям местных органов управления. Поэтому на территориях, где руководители хотят улучшить уровень благосостояния жителей, вовлечение граждан в принятие и реализацию этих намерений, а именно применение контрактной модели формирования стратегии, может оказаться действенным способом решения этой задачи. О позитивном влиянии стратегий, разрабатываемых и реализуемых относительно автономными местными органами управления совместно с локальными сообществами, ясно говорят результаты эмпирического анализа (Andrews et al., 2006). Роль местных сообществ в развитии малых городов подчеркивается в (Гунько и др., 2019).

Вместе с тем там, где уровень региональной идентификации невелик, участие населения в планировании может не дать положительных результатов, поскольку такой подход отнюдь не исключает оппортунистического поведения (Тамбовцев, 2017). Высокий уровень территориальной приверженности может снизить риск такого поведения.

В литературе можно столкнуться со смешением терминов «региональная идентификация» и «региональная идентичность» (см., например, Semian and Chrom , 2014; Леухова, Грицкевич, 2022). Первое понятие означает, что *жители* считают себя *едиными с регионом*, с его успехами и трудностями и готовы действовать ему во благо. Второе понятие подразумевает, что у *потребителей продукции*, производимой в регионе, сложился определенный образ этого региона, которым граждане руководствуются при выборе объекта потребления. Легко заметить, что образ региона может быть как положительным, так и отрицательным.

Территориальная приверженность. Понятия территориальной или локальной приверженности обсуждаются в литературе преимущественно в связи с участием граждан в планировании (Burby, 2003), а также в рамках стратегий решения экологических проблем (Grandin and Sareen, 2020). Приверженность граждан той территории, где они живут, вызывает рост их усилий по сохранению природной среды. Эта характеристика населения территориальных единиц близка к локальной (территориальной) идентификации, и ей уделяется не столь значительное внимание. Обсуждение проблем стратегий ПНО не достигло еще той степени детальности, какая есть в тематике реализации стратегий фирм.

Стратегический консенсус. Поскольку изменения, намечаемые территориальными стратегиями, отличаются от изменений в организациях рыночного сектора, то и понятие стратегического консенсуса, ключевое для реализаций стратегий фирм, также необходимо скорректировать. Участниками здесь выступают не только руководители территориальных органов управления разных уровней, но и руководители других организаций, действующих на соответствующей территории, которые способны внести тот или иной вклад в реализацию стратегических приоритетов.

Как отмечено в (Meyfroodt et al., 2019), эмпирические свидетельства влияния локального стратегического консенсуса на реализацию стратегии *практически отсутствуют*, а анализ руководящих работников 256 фламандских муниципалитетов Бельгии показал, что консенсус сильно варьирует между группами работников и зависит от качества разработанных стратегических планов.

Мы видим, что характеристики коллективов работников, которые привлекали и привлекают столь большое внимание исследователей, изучающих реализацию стратегий фирм, не пользуются популярностью у тех, кто анализирует осуществление стратегий ПНО, включая органы территориального управления. Вероятно, одна из причин состоит в том, что далеко не во всех локальных сообществах существуют группы или совокупности индивидов, готовые принимать активное участие в разработке и реализации местных стратегий. Так, согласно (Sztando, 2017),

свыше 37,7% руководителей малых городов Польши демонстрировали слабую мотивацию планировать их развитие, а 68,6% были готовы заниматься таким планированием лишь в связи с возможностью получить гранты из европейских фондов.

Анализ механизмов реализации территориальных стратегий в Российской Федерации предпринят в (Antipin, 2019). Автор, исходя из нормативных документов и практики разработки и реализации стратегий в Екатеринбурге и Свердловской области, выделил три таких механизма: включение в процессы разных групп стейкхолдеров путем создания совета их руководителей; сочетание проектного и программного управления; координация стратегического и территориального планирования и управления.

В официальных документах, затрагивающих тематику региональных стратегий, вопрос их реализации на практике сводится обычно к разработке для этого планов соответствующих мероприятий (Шпакова, 2018). Вероятно, предполагается, что создание таких планов приведет к желаемым результатам само по себе, без каких-либо дополнительных усилий. В частности, практически не затрагиваются темы методики разработки подобных планов, включая отбор (или разработку) мероприятий, включаемых в планы, ресурсное обеспечение их выполнения, стимулы своевременного выполнения и т.п.

Анализ некоторых успешно выполненных стратегий показывает, что их позитивные результаты во многом достигнуты благодаря активации механизма взаимодействия и кооперации основных стейкхолдеров (Seliverstov, 2018).

Выводы

С точки зрения институциональной теории стратегического планирования наилучшие условия для реализации территориальной стратегии формируются тогда, когда эта стратегия приобретает для жителей и руководителей организаций характер *неформального* института, т.е. правила, отступление от которого осуждается всеми людьми, считающими, что данному правилу нужно следовать. Для того чтобы на территории сформировались такие убеждения, необходимо, чтобы достижение целей стратегии воспринималось как улучшение текущего положения стейкхолдеров. Тогда эти цели соответствовали бы интересам жителей и организаций.

В какой мере этот вывод реализуется в практиках, имеющих место в нашей стране? Характеризуя общую нормативно-правовую базу стратегического планирования в РФ, авторы (Дмитриев, Крапиль, 2020: 28) отмечают: «Закон[4] сфокусирован в первую очередь на полномочиях органов власти и содержании конкретных стратегических документов, но уделяет существенно меньше внимания механизмам практической реализации и актуализации документов». В ныне действующей редакции этого закона (от 17.02.2023 г.) под механизмом реализации региональных стратегий понимается план мероприятий по выполнению стратегических документов.

Согласно этой редакции, муниципальные образования должны разрабатывать документы, необходимые для формирования их бюджетов, однако собственно стратегии своего развития могут создаваться в них на основе решений руководства муниципалитетов.

Представляется, что для муниципалитетов и регионов, в которых усилия и ресурсный потенциал негосударственных организаций и жителей могут быть привлечены к исполнению содержания стратегий, становится значимым выявление и учет таких характеристик населения, как степень территориальной идентификации, территориальной приверженности и стратегического консенсуса. Мы показали, что именно они являются важными факторами успешности реализации стратегий, влияют на доступный ресурсный потенциал и действенные способы достижения стратегических целей.

Проведенный анализ позволяет предложить следующий вариант определения механизма реализации территориальной стратегии: это *система действий территориальных властей по активации и координации усилий резидентов, направленных на достижение целей стратегии*. Под резидентами здесь понимаются как жители территории, так и расположенные на ней

[4] Принятый 28 июня 2014 г. Федеральный закон Российской Федерации 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

организации различных видов. Поскольку характеристики населения тех или иных территорий варьируются (руководители организаций-резидентов также обычно являются жителями территории), механизм реализации стратегии невозможно стандартизировать, ведь он является результатом взаимодействия региональных властей и участников существующего стратегического консенсуса. Важным условием успешного формирования и последующей реализации стратегии выступает ее *содержание*, направленность на решение актуальных для жителей территории проблем. Именно этим определяется простота реализации и действенность стратегии.

Литература/References

Гунько М.С., Пивовар Г.А., Аверкиева К.В. (2019). Ревитализация в малых городах Европейской России (на примере Боровичей, Выксы, Ростова). *Известия Российской академии наук. Серия географическая* (5), 18–31. [Gunko, M., Pivovar, G., Averkieva, K. (2019). Renewal of small cities in European Russia (Case study of Borovichi, Vyksa, Rostov). *Izvestiya Rossiiskoi Akademii Nauk. Seriya Geograficheskaya* (5), 18–31 (in Russian)].

Дмитриев М.Э., Крапиль В.Б. (2020). Тернистый путь стратегического планирования в современной России. *Государственная служба* (2), 22–34. [Dmitriev, M., Krapil, V. (2020). Thorny way of strategic planning in modern Russia. *Public Administration* (2), 22–34 (in Russian)].

Жихаревич Б.С., Прибышин Т.К. (2018). Стратегическое планирование на уровне поселений: факты и мнения, 2016 г. *Вопросы государственного и муниципального управления* (1), 47–67. [Zhikharevich, B., Pribyshin, T. (2018). Strategic planning in towns and villages: Facts and opinions 2016. *Public Administration Issues* (1), 47–67 (in Russian)].

Леухова М.Г., Грицкевич Т.И. (2022). Региональная идентичность в стратегировании. *Стратегирование: теория и практика* **2**(4), 500–516. [Leukhova, M., Gritskevich, T. (2022). Regional identity in strategy. *Strategizing: Theory and Practice* **2**(4), 500–516 (in Russian)].

Тамбовцев В. (2017). Планирование и оппортунизм. *Вопросы экономики* (1), 22–39. [Tambovtsev, V. (2017). Planning and opportunism. *Voprosy Ekonomiki* (1), 22–39 (in Russian)].

Тамбовцев В.Л. (2000). *Контрактная модель стратегии фирмы*. М.: ТЕИС. [Tambovtsev, V. (2000). *Contractual Model of a Firm Strategy*. Moscow: TEIS Publ. (in Russian)].

Тамбовцев В.Л., Рождественская И.А. (2020a). Менеджмент качества высшего образования: что означает «качество» и что означает «высшее образование»? *Управленец* **11**(1), 2–14. [Tambovtsev, V., Rozhdestvenskaya, I. (2020a). Higher education quality management: What is “quality” and what is “higher education”? *Upravlenets – The Manager* **11**(1), 2–14 (in Russian)].

Тамбовцев В.Л., Рождественская И.А. (2020b). Теория стратегического планирования: институциональный подход. *Terra Economicus* **18**(2), 22–48. [Tambovtsev, V., Rozhdestvenskaya, I. (2020b). Strategic planning theory: An institutional perspective. *Terra Economicus* **18**(2), 22–48 (in Russian)].

Шпакова Р.Н. (2018). План мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития региона как документ стратегического планирования: проблемы регулирования и практики применения. *Вестник Алтайской академии экономики и права* (3), 92–97. [Shpakova, R. (2018). Action plan for the implementation of the strategy of socio-economic development of the region as a document of strategic planning: problems of regulation and practice. *Journal of Altai Academy of Economics and Law* (3), 92–97 (in Russian)].

Ajzen, I., Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin* **84**(5), 888–918.

Al-Kubaisi, N. (2023). The black box of implementing strategic decisions. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management* **14**(1), 1–21.

Allen, N., Meyer, J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment. *Journal of Occupational Psychology* **63**(1), 1–18.

Andrews, R., Boyne, G., Walker, R. (2006). Strategy content and organizational performance: An empirical analysis. *Public Administration Review* **66**(1), 52–63.

Antipin, I. (2019). Implementation mechanisms of strategies of socio-economic territorial development: methodological approach. *R-economy* **5**(3), 115–122.

Antipin, I., Vlasova, N. (2020). Incremental approach to regional strategising: Theory, methodology, practices. *Journal of New Economy* **21**(3), 73–90.

Argyris, C. (1989). Strategy implementation: An experience in learning. *Organizational Dynamics* **18**(2), 5–15.

Arkes, H., Blumer, C. (1985). The psychology of sunk costs. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* **35**(1), 124–140.

Ashforth, B., Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review* **14**(1), 20–39.

Becker, H. (1960). Notes on the Concept of Commitment. *American Journal of Sociology* **66**(1), 32–40.

Beer, M., Eisenstat, R. (2000). The silent killers of strategy implementation and learning. *Sloan Management Review* **41**(4), 29–40.

Bolino, M., Klotz, A., Turnley, W. & Harvey, J. (2013). Exploring the dark side of organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior* **34**(4), 542–559.

Bourgeois, L., Brodwin, D. (1984). Strategic implementation: Five approaches to an elusive phenomenon. *Strategic Management Journal* **5**(3), 241–264.

Bourgeois, L. (1980). Performance and consensus. *Strategic Management Journal* **1**(3), 227–248.

Bourgeois, L. (1985). Strategic goals, perceived uncertainty, and economic performance in volatile environments. *Academy of Management Journal* **28**(3), 548–573.

Bourne, M., Neely, A., Mills, J., Platts, K. (2003). Why some performance measurement initiatives fail: lessons from the change management literature. *International Journal of Business Performance Management* **5**(2/3), 245–267.

Bragaw, N., Misangyi, V. (2022). Disentangling strategic consensus: Strategic consensus types, psychological bonds, and their effects on strategic climate. *Academy of Management Review* **47**(4), 668–691.

Burby, R. (2003). Making plans that matter: Citizen involvement and government action. *Journal of the American Planning Association* **69**(1), 33–49.

Casey, W., Peck, W., Webb, N., Quast, P. (2014). Are we driving strategic results or metric mania? Evaluating performance in the public sector. *International Public Management Review* **9**(2), 90–106.

Chiaburu, D., Oh, I.-S., Berry, C., Li, N., Gardner, R. (2011). The five-factor model of personality traits and organizational citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology* **96**(6), 1140–1166.

Chowdhury, S. (2018). Democratisation of local government planning in Bangladesh. *Commonwealth Journal of Local Governance* **20**, 115–134

Dalcher, D. (2019). Strategy execution: Overcoming the alignment trap. In: Dalcher, D. (ed.) *Leading the Project Revolution: Reframing the Human Dynamics of Successful Projects*. London: Routledge, pp. 155–161.

Dess, G. (1987). Consensus on strategy formulation and organizational performance: Competitors in a fragmented industry. *Strategic Management Journal* **8**(3), 259–277.

Dimitrijevska-Markoski, T., Breen, J., Nukpezah, J., Mobley, R. (2021). Strategic Planning and Management in Small Municipalities in Mississippi – Implementation, Perceived Benefits, and Determinants of Use. *Public Organization Review* **21**(4), 437–452.

Dutton, J., Dukerich, J., Harquail, C. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly* **39**(2), 239–263.

Dwi Retnandari, N. (2022). Implementation of strategic planning in regional/municipal governments, obstacles and challenges. *Policy & Governance Review* **6**(2), 155–175.

Elbanna, S., Andrews, R., Pollanen, R. (2016). Strategic planning and implementation success in public service organizations: Evidence from Canada. *Public Management Review* **18**(7), 1017–1042.

Gardner, D., Pierce, J., Lv, F. (2023). An empirical examination of the genesis of psychological ownership. *Merits* **3**(1), 37–50.

Gautam, T., van Dick, R., Wagner, U. (2004). Organizational identification and organizational commitment: distinct aspects of two related concepts. *Asian Journal of Social Psychology* **7**(3), 301–315.

George, B. (2021). Successful Strategic Plan Implementation in Public Organizations: Connecting People, Process, and Plan (3Ps). *Public Administration Review* **81**(4), 793–798.

González-Benito, J., Aguinis, H., Boyd, B., Suárez-González, I. (2012). Coming to consensus on strategic consensus: A mediated moderation model of consensus and performance. *Journal of Management* **38**(6), 1685–1714.

Graham, J. (1991). An essay on organizational citizenship behavior. *Employee Responsibilities and Rights Journal* **4**(4), 249–270.

Grandin, J., Sareen, S. (2020). What sticks? Ephemerality, permanence and local transition pathways. *Environmental Innovation and Societal Transitions* **36**, 72–82.

Guth, W., MacMillan, I. (1986). Strategy Implementation Versus Middle Management Self-Interest. *Strategic Management Journal* **7**(4), 313–327.

Hall, J. (2017). Performance management: Confronting the challenges for local government. *Public Administration Quarterly* **41**(1), 43–66.

Hambrick, D., Cannella, A. (1989). Strategy implementation as substance and selling. *Academy of Management Executive* **3**(4), 278–285.

Harris, N., Thomas, H. (2004). Planning for a diverse society? A review of the UK government's Planning Policy Guidance. *Town Planning Review* **75**(4), 473–500.

Hickson, D., Miller, S., Wilson, D. (2003). Planned or prioritized? Two options in managing the implementation of strategic decisions. *Journal of Management Studies* **40**(7), 1803–1836.

Holmstrom, B., Milgrom, P. (1991). Multitask principal-agent analyses: Incentive contracts, asset ownership, and job design. *Journal of Law, Economics, and Organization* **7**(Spec. Is.), 24–52.

Johnsen, Å. (2015). Strategic management thinking and practice in the public sector: A strategic planning for all seasons? *Financial Accountability & Management* **31**(3), 243–268.

Kaplan, R., Norton, D. (2000). Having trouble with your strategy? Then map it. *Harvard Business Review* **78**(5), 167–176.

Kellermanns, F., Walter, J., Floyd, S., Lechner, C., Shaw, J. (2011). To agree or not to agree? A meta-analytical review of strategic consensus and organizational performance. *Journal of Business Research* **64**(2), 126–133.

Kellermanns, F., Walter, J., Lechner, C., Floyd, S. (2005). The lack of consensus about strategic consensus. *Journal of Management* **31**(5), 719–737.

Kjærgaard, A. (2009). Organizational identity and strategy: An empirical study of organizational identity's influence on the strategy-making process. *International Studies of Management & Organization* **39**(1), 50–69.

LaPiere, R. (1934). Attitudes vs. Actions. *Social Forces* **13**(2), 230–237.

Lee, S. (1971). An empirical analysis of organizational identification. *Academy of Management Journal* **14**(2), 213–226.

Mayhew, M., Ashkanasy, N., Bramble, T., Gardner, J. (2007). A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings. *Journal of Social Psychology* **147**(5), 477–500.

Meyer, J., Stanley, D., Herscovitch, L., Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior* **61**(1), 20–52.

Meyer, J., Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review* **1**(1), 61–89.

Meyfroodt, K., Desmidt, S., Goeminne, S. (2019). Do politicians see eye to eye? The relationship between political group characteristics, perceived strategic plan quality, and strategic consensus in local governing majorities. *Public Administration Review* **79**(5), 749–759.

Milgrom, P., Roberts, J. (1988). An economic approach to influence activities in organizations. *American Journal of Sociology* **94**(Suppl.), S154–S179.

Miller, S., Wilson, D., Hickson, D. (2004). Beyond planning: Strategies for successfully implementing strategic decisions. *Long Range Planning* **37**(3), 201–218.

Mitchell, D. (2019). It all depends, but on what? Testing contingency in public strategic implementation. *Public Performance & Management Review* **42**(4), 783–807.

Neilson, G., Martin, K., Powers, E. (2008). The secrets to successful strategy execution. *Harvard Business Review* **86**(6), 60–71.

Nijs, T., Martinovic, B., Verkuyten, M., Sedikides, C. (2021). "This country is OURS": The exclusionary potential of collective psychological ownership. *British Journal of Social Psychology* **60**(1), 171–195.

Noble, C. (1999). The Eclectic Roots of Strategy Implementation Research. *Journal of Business Research* **45**(2), 119–134.

Ostroff, C., Kinicki, A., Muhammad, R. (2013). Organizational culture and climate. In: Weiner, I., Schmitt, N., Highhouse, S. (eds.) *Handbook of Psychology*, Vol. 12. Industrial-Organizational Psychology. Hoboken, NJ: Wiley, pp. 643–676.

Paasi, A. (2013). Regional planning and the mobilization of 'regional identity': From bounded spaces to relational complexity. *Regional Studies* **47**(8), 1206–1219.

Paasi, A. (1986). The institutionalization of regions: A theoretical framework for the understanding of the emergence of regions and the constitutions of regional identity. *Fennia* **164**(1), 105–146.

Pellegrinelli, S., Bowman, C. (1994). Implementing strategy through projects. *Long Range Planning* **27**(4), 125–132.

Pierce, J., Kostova, T., Dirks, K. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review* **26**(2), 298–310.

Pierce, J., Kostova, T., Dirks, K. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology* **7**(1), 84–107.

Prieto, V., de Carvalho, M. (2018). Can internal strategic alignment influence performance? An empirical research applying structural equation modelling. *Academia Revista Latinoamericana de Administración* **31**(3), 585–604.

Pinto, J., Slevin, D. (1988). Project success: Definitions and measurement techniques. *Project Management Journal* **19**(1), 67–72.

Quinn, J. (1978). Strategic change: "Logical incrementalism". *Sloan Management Review* **20**(1), 7–21.

Raagmaa, G. (2002). Regional Identity in Regional Development and Planning. *European Planning Studies* **10**(1), 55–76.

Ranjbar, M., Hajipour, B., Rahmati, M., Shahhoseini, M., Yazdani, H. (2021). Identifying the dimensions of the impact of organizational identity on organizational strategy: A meta-synthesis approach. *Journal of Business Management* **13**(1), 21–41.

Ritzer, G., Trice, H. (1969). An empirical study of Howard Becker's side-bet theory. *Social Forces* **47**(4), 475–478.

Ross, S. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. *American Economic Review* **63**(2), 134–139.

Seliverstov, V. (2018). Strategic planning and strategic errors: Russian realities and trends. *Regional Research of Russia* **8**(1), 110–120.

Semian, M., Chromý, P. (2014). Regional identity as a driver or a barrier in the process of regional development: A comparison of selected European experience. *Norwegian Journal of Geography* **68**(5), 263–270.

Sinaga, E., Hidayati, F., Li, Y., Supriyono, B. (2020). Can proper strategic planning guarantee its implementation? A case in a new district in a developing country. *Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik* **24**(2), 179–196.

Steers, R. (1977). Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment. *Administrative Science Quarterly* **22**(1), 46–56.

Sull, D., Homkes, R., Sull, C. (2015). Why strategy execution unravels – And what to do about it. *Harvard Business Review* **93**(3), 57–66.

Sztando, A. (2017). Does the strategic planning of local development results from the motives indicated in literature? *Transylvanian Review of Administrative Sciences* **51**(E), 106–122.

Tawse, A., Tabesh, P. (2021). Strategy implementation: A review and an introductory framework. *European Management Journal* **39**(1), 22–33.

Van Dyne, L., Graham, J., Dienesch, R. (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal* **37**(4), 765–802.

Vandewalle, D., Van Dyne, L., Kostova, T. (1995). Psychological ownership: An empirical examination of its consequences. *Group and Organization Management* **20**(2), 210–226.

Wang, Q., Weng, Q., Jiang, Y. (2020). When does affective organizational commitment lead to job performance? Integration of resource perspective. *Journal of Career Development* **47**(4), 380–393.

Weick, K. (1987). Substitutes for strategy. In: Teece, D. (ed.). *The Competitive Challenge: Strategic Innovation and Renewal*. Boston: Ballinger, pp. 221–233.

West, C., Schwenk, C. (1996). Top management team strategic consensus, demographic homogeneity and firm performance: A report of resounding nonfindings. *Strategic Management Journal* **17**(7), 571–576.

Williamson, O. (1993). Opportunism and its critics. *Managerial and Decision Economics* **14**(2), 97–107.

Terra Economicus, 2024, 22(1): 35–49
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-35-49

Миф о Левиафане: новое прочтение британского историка. Размышления о книге М. Харрисона «Тайный Левиафан. Секретность и государственная дееспособность при советском коммунизме»

Фомин Дмитрий Александрович
ИЭОПП СО РАН, Новосибирск, Россия, e-mail: fomin-nsk@yandex.ru

Цитирование: Фомин Д.А. (2024). Миф о Левиафане: новое прочтение британского историка. Размышления о книге М. Харрисона «Тайный Левиафан. Секретность и государственная дееспособность при советском коммунизме». *Terra Economicus* **22**(1), 35–49. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-35-49

Ужесточение после февраля 2022 года информационной политики и сокращение публикаций целого ряда статистических данных поставили множество вопросов о целесообразности, причинности и эффективности данных мер. Знаменитый британский экономический историк М. Харрисон в рассматриваемой книге считает современную российскую информационную политику продолжением советской политики секретности. Конечной целью такой политики, по его мнению, было удержание власти большевистской элитой путем массового сокрытия фактов советской действительности и наполнения деформированного информационного пространства пропагандистскими мифами. В противоположность подходу М. Харрисона, в статье в качестве основной причины секретности рассматривается военный фактор, а сама секретность выступает как инструмент обеспечения военной безопасности и сохранения внутренней стабильности государства. Проведенный анализ выявил, что секретность являлась характерной чертой стран, участвующих во Второй мировой войне и последовавшей за ней холодной войне. Что действительно отличает СССР от других стран – это длительная продолжительность военно-мобилизационного состояния, одним из проявлений которой был высокий уровень секретности. Выделены три периода информационной политики СССР, каждый из которых характеризуется уровнем военной опасности и величиной расходов государства на оборону. В заключении констатируется слабая изученность проблемы секретности в СССР, обосновывается необходимость проведения более осмысленной современной информационной политики с учетом накопленного исторического опыта.

Ключевые слова: *информационная политика; военная экономика; военно-мобилизационный потенциал; государственная статистика; политическая цензура*

Финансирование: *Работа выполнена по плану НИР ИЭОПП СО РАН. Проект 5.6.6.4. (0260-2021-0008) «Методы и модели обоснования стратегии развития экономики России в условиях меняющейся макроэкономической реальности».*

© Д.А. Фомин, 2024

The myth of Leviathan: A new interpretation by a British historian. Reflections on Mark Harrison's Secret Leviathan: Secrecy and State Capacity under Soviet Communism

Dmitry A. Fomin
Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch RAS, Novosibirsk, Russia
e-mail: fomin-nsk@yandex.ru

Citation: Fomin D.A. (2024). The myth of Leviathan: A new interpretation by a British historian. Reflections on Mark Harrison's Secret Leviathan: Secrecy and State Capacity under Soviet Communism. *Terra Economicus* **22**(1), 35–49 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-35-49

Russia's stricter information policy since February 2022 and the reduction of various statistical data publications have raised many questions about the legitimacy, necessity, and efficacy of these actions. British economic historian Mark Harrison considers that the modern Russian information policy has taken the Soviet traditions of secrecy. From his point of view, the Bolshevik elite aimed to retain power through mass concealment of the Soviet reality and the propagation of misleading information. Opposite to Harrison's view, this article identifies the military factor to be the primary reason for secrecy. Secrecy itself is used as a means of ensuring military security and preserving the internal stability of the state. My analysis has shown that secrecy was one of the features common to the countries involved in World War II and the subsequent Cold War. The extended period of military mobilization distinguished the USSR from other countries, which, surely, reflected in a high level of secrecy. This article identifies three periods in the USSR's information policy, which are distinguished by the level of military threat and government spending on defense. The conclusion states that the issue of secrecy in the USSR is insufficiently examined, and justifies the necessity to pursue a more meaningful modern information policy, taking into account the historical experience.

Keywords: *information policy; war economy; military mobilization potential; state statistics; political censorship*

Funding: *The study is performed within the research and development plan stated by the Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch RAS. Project: 5.6.6.4 (0260-2021-0008), Strategic Methods and Models of the Russian Economy Development in a Changing Macroeconomic Reality.*

JEL codes: *D80, N44, O52, P50*

Введение (государство и его секреты)

Вышедшая в июне 2023 г. в издательстве Стэндфордского университета книга Марка Харрисона под названием «Тайный Левиафан. Секретность и государственная дееспособность при советском коммунизме» посвящена вопросам секретности в СССР и ее влиянию на эффективность государственных решений (Harrison, 2023). Таким названием автор, продолжая начатую Томасом Гоббсом традицию, невольно переводит повествование из серьезного академического дискурса в мифолого-публицистический. Зачем понадобилась такая аллюзия, сказать трудно. Так и хочется с иронией написать, что здесь, по всей видимости, вопрос в географии: кому, как не жителям

острова в Атлантическом океане, описывать сказочных морских чудовищ и рассказывать о том, чего не существует в природе.

Наверное, книга вряд ли способна заинтересовать хоть сколько-нибудь подготовленного читателя. По крайней мере, с первого взгляда. Слишком уж много в ней банальностей и предвзятых суждений, они начинаются буквально с первых же строк. «Меня интересовал коммунизм, и я хотел узнать о нем больше, но обнаружил, что многие направления исследований закрыты. Посещая Москву, я также узнал, что любопытство было опасно, особенно для тех, кто там жил» (Harrison, 2023: xv). Все верно, в Советском Союзе было множество тайн, которые тщательно оберегались как от своих граждан, так и от иностранцев. Но разве практика секретности была отличительной чертой советского коммунизма? Конечно же, нет, все государства имеют секреты. И во всех государствах и во все времена люди, которые их похищают, подвергаются опасностям и преследованиям. И сегодня в западных странах есть немало осужденных и преследуемых людей, известных всему миру, вина которых заключается только в том, что они сделали секретную информацию публичной. Таинственность и порождаемая ею сакральность – основа любой власти и причина устойчивости любого общества. Это известно с давних, еще египетских времен: «Когда люди узнают, отчего движутся звезды, Сфинкс засмеется, а время иссякнет».

Многие важные события, затрагивающие в том числе и информационный обмен с другими странами, имеют крайне оригинальную интерпретацию. «В предвоенные годы сталинский террор прервал научные контакты и обмены с Западной Европой и Соединенными Штатами» (Harrison, 2023: 93). Получается, что разрыв контактов в предвоенные годы произошел исключительно по причине массовых репрессий в СССР, нарушений демократических прав и свобод. Однако если так, то почему Соединенные Штаты признали СССР только в 1933 г., спустя 11 лет с момента возникновения государства? Дело, очевидно, не в репрессиях, а в принципиальном нежелании сотрудничества со страной, сам факт появления которой ставил под вопрос дальнейшее существование капитализма. С другой стороны, если у стран Запада действительно была озабоченность по поводу демократических ценностей, то почему эта озабоченность никак не распространялась на фашистскую Германию, которую те же Соединенные Штаты накачивали инвестициями, технологиями, ресурсами? В 1941 г., например, на территории Германии было 553 дочерние компании корпораций США, а американские поставки моторного масла закрывали 94% импорта Германии (Пауэлс, 2021: 198, 237). Именно надежды Гитлера на американские поставки нефтепродуктов (надежды оправданные и полностью оправдавшиеся) лежали в основе планов нападения на СССР.

Установление связей и обмен информацией между СССР и западными странами (главным образом США) возникает в начале 30-х гг. С помощью советских заказов США и страны Западной Европы преодолевали величайший в своей истории экономический кризис, а советская экономика получала нужные технологии и оборудование для своей форсированной индустриализации. В предвоенные годы связи между странами действительно ослабли: в своем развитии СССР опирался на уже созданные производственные мощности и собственный научно-технический потенциал, а западные экономики удовлетворяли главным образом стремительно растущий внутренний спрос.

Считая (вполне справедливо) академическую аргументацию своей позиции недостаточной, автор нередко вынужденно прибегает к художественным приемам, призванным воздействовать на эмоции читателя. «Работать на «секретный Левиафан» в те годы было страшно. Ты оступился, и после этого твоя судьба стала делом случая. Возможно, никто ничего не заметит, а могут заметить. Заметить, но ничего не сделать сейчас, а вспомнить об этом спустя месяцы или годы спустя. Как только решено начать дело, вы внезапно оказываетесь на допросе, держа штаны, потому что с вас был снят ремень. Затем приговор. А затем на скотовозе вы направляетесь на Крайний Север или Восток» (Harrison, 2023: 91). Конечно, Марк Харрисон не Джордж Оруэлл, но влияние второго на первого несомненно. Но вот почему-то Марк Харрисон совсем забыл упомянуть о том, что разглашение государственной тайны и утрата документов, ее содержащих, стали уголовными преступлениями, предусматривающими лишение свободы сроком до 10 лет, только в ноябре военного 1943 года. До этого виновные в потере секретных документов подвергались партийным и административным взысканиям.

Но, пожалуй, самой нелепой в книге является ее восьмая, заключительная глава «Секретность и авторитаризм XXI века». Сам факт наличия этой главы в книге, которая по замыслу должна хронологически охватывать период существования СССР, выглядит довольно странным. По всей

видимости, появление главы является реакцией на события, наступившие после 24 февраля 2022 г., и продиктовано желанием автора дать им свою оценку. Других объяснений я не вижу.

В главе автор положительно оценивает последствия крушения СССР: «Беспорядочные 90-е годы не были уж такими плохими для россиян, они дали миллионам людей новую свободу путешествовать, учиться и начинать бизнес» (Harrison, 2023: 236). В постсоветский период, продолжает Марк Харрисон, жизнь страны изменилась к лучшему и даже «нормализовалась»: «Большинство россиян стали здоровее, богаче. Они стали свободнее посещать другие страны, учиться и отдыхать за границей, а жить стали дольше, чем когда-либо в прошлом. По мировым стандартам россияне не вызывали ни жалости, ни зависти… Как предположили Андрей Шлейфер и Дэниел Трейсман, постсоветская Россия становилась "нормальной" страной» (Harrison, 2023: 238). Однако эта «нормальность» не была полной, продолжает Марк Харрисон и называет две причины, которые этому помешали: «К сожалению, это не означает, что Россия перестала быть угрозой международному порядку. Что оставалось ненормальным, так это опасное поведение России на мировой арене, обусловленное большими размерами страны и ее ядерным оружием» (Harrison, 2023: 238).

Вне всякого сомнения, британский автор может много интересного рассказать о территориальных потерях и сокращении военной мощи. За период с начала XX в. до сегодняшних дней Британская империя из империи, «над которой никогда не заходило солнце», превратилась в страну, ограниченную несколькими островами в Атлантическом океане. И, судя по событиям, которые происходят в Ирландии и Шотландии, процесс территориального распада еще далек от своего завершения. Что касается военных расходов Великобритании, то они относительно ВВП в полтора раза ниже среднемирового уровня, в 2022 г. страна покинула пятерку стран – лидеров по объему финансирования вооруженных сил[1]. Было бы, конечно, интересно узнать, какие позитивные изменения наступили в Великобритании после таких потерь и сокращений и почему Россия должна идти по такому же пути для обретения «нормальности».

Книга Марка Харрисона продолжает серию идеологических советологических книг, начатую в годы холодной войны и, как уже очевидно, продолженную после февраля 2022 г. Для читателей из России ее выход не стал и не мог стать событием. Единственная известная мне рецензия на выход книги написана в конце июля 2023 г. В. Гельманом[2]. По традиции ее написание ставит своей целью не анализ книги как таковой, а демонстрирует причастность автора к «передовым достижениям мировой экономической мысли». Мимо книги Марка Харрисона вполне заслуженно можно было бы пройти, если бы не два важных обстоятельства: личность самого автора и тема, которую он поднял в своей последней книге.

Марк Харрисон является крупнейшим специалистом в области военной экономики. Значительная часть его работ посвящена российской и советской военно-экономической истории. Хотя работы Марка Харрисона, к большому сожалению, до сих пор так и не переведены на русский язык, в России его имя и исследования хорошо известны. Что касается темы книги, темы засекречивания информации, то здесь видится не только академический интерес, удовлетворение которого поможет понять важнейшие особенности советской (да и не только советской) экономики. Разработка темы позволит дать актуальную трактовку современной государственной информационной политики в условиях проведения специальной военной операции (СВО). Достаточно, например, указать, что в России за последние полтора года была засекречена информация о военных расходах, исполнении федерального бюджета, внешнеторговых операциях, добыче энергоресурсов.

Мои размышления над книгой Марка Харрисона сводились к поиску двух ответов: чем на самом деле была вызвана секретность в СССР и была ли эта секретность исключительно чертой советского государства.

Война и информация

Объяснение причин советской секретности автор дает во второй главе, оно сводится к двум обстоятельствам. Первое обстоятельство связано с присущей коммунизму некой «конспиративной нормой». Марк Харрисон указывает, что большевики строили государственную политику на основе

[1] Tian, N. et al. (2023). Trends in world military expenditure, 2022. *SIPRI*, April 24. https://www.sipri.org/sites/default/files/2023-04/2304_fs_milex_2022.pdf (accessed October 24, 2023)

[2] Гельман В. (2023). Совершенно секретно и чрезвычайно вредно. *Gorky.media*, 24 июля. https://gorky.media/reviews/sovershenno-sekretno-i-chrezvychajno-vredno/ (дата обращения: 24.10.2023)

привычек, выработанных ими для выживания в революционном подполье. Выйдя на свободу и захватив власть, большевики не изменили своим привычкам и законодательно их закрепили, тем самым превратив конспирацию в способ правления, который передавался последующим советским правителям (Harrison, 2023: 56). Второе обстоятельство связано с особенностями политической системы СССР, которую Марк Харрисон традиционно определяет как тоталитарную диктатуру. «Конечной целью советской секретности было сохранение прочной диктатуры. Не имеет большого значения, лежали ли истоки советской секретности в стремлении к тоталитарному однопартийному правлению или определялись давлением внешних обстоятельств. Коммунистическое руководство не делало различий между выживанием страны и безопасностью режима. С любой стороны, потребность в секретности была экзистенциальной» (Harrison, 2023: 58–59).

Объяснения, конечно, довольно странные. Единственный опыт в плане секретности, который могли вынести большевики из революционного подполья, – это опыт сокрытия секретов от государства, но уж никак не опыт сохранения секретов самого государства. Никакого опыта построения государственной системы секретности у большевиков не было, передавать последующим поколениям было нечего. Что касается сохранения власти, то непонятно, как сокрытие многочисленных сведений позволяло решить эту задачу. Какую политическую цель, например, преследовали запреты на публикацию панорамных снимков городов или сокрытие информации о вводе промышленных мощностей?

Если руководствоваться логикой Марка Харрисона, то наиболее жестким периодом информационной цензуры должен был стать первоначальный период советской власти, когда были живы носители дореволюционной «конспиративной нормы» и актуален их опыт выживания в подполье. В действительности, конечно же, ничего подобного не было. Двадцатые и начало 30-х гг. – это период максимальной открытости государственной информации. Достаточно, например, проанализировать публичную статистическую информацию. Впервые за всю историю страны периодические статистические ежегодники стали издаваться в 1922 г. Совершенствование статистической методологии и сбора исходной информации привело к выпуску регулярных с 1933 г. статистических сборников «Социалистическое строительство в СССР», которые по своей структуре и содержанию уже соответствовали современным ежегодникам, таким, например, как «Российский статистический ежегодник». Статистическое ведомство также выпускало четыре периодических издания, в которых обсуждались не только профессиональные вопросы статистического сообщества, но и публиковались самые разнообразные статистические сведения (Симчера, 2001: 141–149).

Тем не менее к середине 30-х гг. эти информационно-статистические начинания советской власти стали сворачиваться, в стране стала свирепствовать цензура. Причина изменения информационной повестки довольно очевидна: страна начала подготовку к войне. Еще в период Первой мировой войны стало понятно, что успехи в современной войне («тотальной войне» по определению Эриха Людендорфа) определяются не столько состоянием вооруженных сил, сколько способностями страны создать промышленный, финансовый, геополитический, демографический потенциал и умением мобилизовать этот потенциал на нужды фронта. Соответственно, все сведения, характеризующие запасы производственных мощностей и накопленные ресурсы, перестали носить публичный характер и были переведены в разряд государственной тайны. Такая практика в той или иной степени была характерна для всех воюющих государств.

В Великобритании, например, в мае 1940 г. существующее центральное бюро экономической информации было напрямую переподчинено новому военному кабинету во главе с У. Черчиллем и расширено в связи с появлением новых государственных задач. В январе 1941 г. оно было разбито на плановый экономический отдел, подчинявшийся непосредственно премьер-министру, и небольшое (7–8 человек) статистическое бюро (*S-Branch*). Эти два подразделения образовывали экономико-статистический «мозг» централизованного планирования военной экономики. При этом деятельность британских статистиков перестала быть публичной (Скидельски, 2005: 307–309). Третий рейх перевел статистику на военное положение позднее, но результат перевода был тот же. Весной 1942 г. был основан Комитет центрального планирования, объединивший под руководством А. Шпеера все плановые и статистические органы государства. С этого момента слово «статистика» в официальных документах было упразднено, вместо него использовался термин «система государственной отчетности» (*Berichtswesen*). Сама статистика, точнее то, во что она трансформировалась, из-за цензурных требований и ограничений полностью ушла из публичной сферы (Туз, 2021: 364–366, 413–415).

Конечно, здесь можно возразить, что необходимость закрытия информации в военное время не вызывает сомнений. Но ведь очевидно, что СССР, в отличие от западных стран, закрывал информацию не только в годы войны, но и до войны, и после ее окончания. И здесь нужно дать ответ на вопрос о том, чем определялась продолжительность периода закрытия информации.

За начальную точку отсчета периода информационной закрытости СССР можно взять 1932 г. Нападение Японии на Маньчжурию заставило руководство СССР резко поднять уровень военных расходов с 2,3% ВВП в 1930 г. до 8,2% в 1932 г., а к 1938 г. довести их до 10,7% ВВП (Туз, 2021: 634). Мобилизация общества и экономики на нужды войны велась по всем направлениям, включая информационное. В начале 30-х гг. перестали выходить статистические периодические издания, а 1935 г. стал последним годом, которому был посвящен статистический ежегодник (Симчера, 2001: 146, 295). Наиболее жесткие формы цензура приобрела в предвоенные годы. Новый начальник Главного управления по делам литературы и издательств (Главлита) Н.Г. Садчиков, пришедший на этот пост в 1938 г. на волне чисток, охарактеризовал положение дел в организации следующим образом. «За 1936 и 1937 годы в общей печати по СССР было пропущено совершенно секретных сведений 2428, в том числе раскрыто: 195 гарнизонов, из них 29 авиационных, 21 автобронеевых и 15 военных строительств. Вместе с этим раскрыта большая часть гидротехнических сооружений, электростанций и рассекречены схемы связи в пограничных районах; разглашена мощность по синтетическому каучуку, азоту и метиловому спирту; раскрыты все строящиеся в СССР радиостанции; опубликованы сведения относительно всех железнодорожных станций, производящих операции с взрывчатыми грузами… Если теперь ко всем этим фактам учесть затраченные государством средства на переброску раскрытых воинских частей в другие места расположения, изменение системы связи в пограничных районах и т.д., становится ясным, какой большой политический и материальный ущерб нанесен нашей родине» (Цит. по: Горяева, 2009: 216). Результаты таких аналитических выкладок были совершенно предсказуемы. Из общего количества (144) работников центрального аппарата Главлита органами НКВД было, по выражению Н.Г. Садчикова, «изъято» 44 человека, главным образом из военного и иностранного отделов, а также из отдела кадров и спецчасти. Кроме того, неотложные мероприятия проводились по исправлению ошибок. Из изданных в 1936 г. книг и журналов было изъято 744 наименования, из изданных в 1937 г. – 1037 и из выпущенных в первом полугодии 1938 г. – 171 (Горяева, 2009: 215–217).

В либеральных странах Запада ничего подобного, конечно, не было. Предвоенные годы в США, Великобритании и Франции не были омрачены заботами о предстоящих военных трудностях. В последнем, мирном 1938 году военные расходы США составляли 1,4% ВВП, Великобритании – 6,5% и Франции – 6,8%. И это при том, что Германия тратила на подготовку к войне 14,6% своего ВВП, а Япония – 23,0% (Туз, 2021: 634). Беспечность, которую с полным правом можно назвать самоубийственной, поставила Великобританию на грань военной катастрофы, а Франция и вовсе оказалась за этой гранью. Недостаточность усилий в предвоенные годы пришлось лихорадочно компенсировать в первый год войны. Еще в 1988 г. Марк Харрисон произвел сравнительный расчет структурной перестройки национального продукта Великобритании и Германии в годы войны. В 1940 г. относительная доля военных расходов Великобритании выросла до 48% чистого национального продукта, что превышало уровень 1939 г. в 3 раза. Что касается Германии, то в ней доля военных расходов была примерно такой же – 44%, но вот относительный рост составил всего 1,8 раза. Если бы руководство западных стран беспечно не почивало на лаврах победителей в Первой мировой войне и не жило ностальгическими воспоминания о счастливом прошлом, то итоги начальной фазы Второй мировой войны выглядели бы совершенно иначе. Стратегия Великобритании во Второй мировой войне полностью строилась на использовании мощи союзников: военной – Советского Союза, на борьбу с которым были переброшены основные силы вермахта и люфтваффе, и экономической – США, удельный вес которых в военных поставках, по тем же расчетам Марка Харрисона, составлял в 1938 г. 71%, в 1939 – 50%, и в 1940 г. – 35% (Туз, 2020: 524).

Май 1945 г. не стал для СССР окончанием войны и отменой режима секретности. Развязанная США и Великобританией холодная война по-прежнему требовала от СССР высоких военных расходов и связанную с ними секретность, главным образом в области ядерного вооружения. Отставание СССР от США в области создания атомной бомбы было ликвидировано в 1949 г., но само по

себе это событие не изменило расклад сил в стратегическом противостоянии. В 1949 г. у СССР не было средств доставки ядерных боеприпасов, ситуация изменилась только во второй половине 50-х гг. В 1955 г. в СССР началось производство межконтинентальных стратегических бомбардировщиков. Хотя в 1956 г. ударные возможности 22 советских бомбардировщиков и близко не были сопоставимы с возможностями 1800 американских бомбардировщиков, именно они положили конец атомной военной монополии США. Но подлинным прорывом для СССР в обеспечении ядерного паритета стали разработка и постановка на боевое дежурство ракетных комплексов с ядерными боеголовками средней дальности Р-5М (июнь 1956 г.) и успешное испытание межконтинентальной баллистической ракеты Р-7 (август 1957 г.). Режим секретности советских ядерных разработок обеспечил слепоту западных спецслужб и просчеты армейского командования. Когда в августе 1949 г. пролетевший у берегов Камчатки американский метеорологический самолет обнаружил радиоактивные частицы искусственного происхождения, это стало полной неожиданностью для западных аналитиков, которые прогнозировали появление атомной бомбы у СССР на рубеже 1960–1965 гг. То же самое относилось и к межконтинентальной баллистической ракете Р-7. Поверить в то, что СССР располагает ракетами большой дальности, заставил только запуск первого искусственного спутника Земли в октябре 1957 г. (Минаев, 1999: 557–564).

Создание ядерного оружия и средств его доставки требовало от СССР колоссальных военных расходов. По расчетам А. Белоусова, в конце четвертой пятилетки (1950 г.) военные расходы составляли 17% ВВП, в конце пятой (1955 г.) – 16%. И только научно-техническое (но еще не военно-производственное) решение проблемы ядерной безопасности позволило СССР довести военные расходы до 13% к концу шестой пятилетки (1960 г.) (Белоусов, 2000: 49). За годы шестой пятилетки ВВП СССР, по тем же расчетам А. Белоусова, вырос на 44,0%. Снижение удельных затрат на оборону в условиях стремительного роста производства обеспечило возможность структурной макроэкономической перестройки в пользу социальных проектов. Переломным стал 1957 г., в котором были приняты решения по двум важнейшим социальным вопросам. Первое решение касалось массового жилищного строительства, а второе – пенсионного обеспечения рабочих и служащих, благодаря которому 14,5 млн человек стали получать пенсии (Фомин, 2012: 7). Характерным является также то, что в 1957 г. после длительного перерыва был возобновлен выпуск статистического ежегодника, а также сборников по итогам развития промышленности, сельского хозяйства, транспорта и связи (Симчера, 2001: 294–344). Это позволяет сделать вывод о том, что во второй половине 50-х гг. СССР вышел из военно-мобилизационной модели развития, а его руководство стало проводить более либеральную и демократическую политику, составной частью которой стала информационная открытость и статистическая публичность. Советское социальное явление, известное под названием «хрущевская оттепель», своим появлением обязано многим причинам, и далеко не последней из них является наконец-то обретенное чувство защищенности.

Тем не менее военная опасность, опасность масштабного, теперь уже ядерного конфликта никуда не делась, поэтому о полном возврате к довоенной информационной политике не могло быть и речи. СССР по-прежнему нуждался в закрытой информационной системе, эффективно противодействующей западным спецслужбам. По вполне понятным причинам основным объектом внимания разведок западных стран стало производство ядерного вооружения.

В начале 50-х гг. американская военная разведка получила в свое распоряжение модифицированные реактивные бомбардировщики B-47, которым был присвоен код RB-47 и наименование «стратоджеты». Самолеты имели впечатляющие летные характеристики: скорость этих воздушных пиратов составляла 980 км/ч, высота полета – более 10 тыс. метров, а практическая дальность полета – более 10,5 тыс. км. Самолет, стартовавший на авиабазе Туле в Гренландии, мог добраться до Свердловска и вернуться обратно, а самолет, вылетевший из Турции, мог долететь до Байкала. Самолеты оснащались средствами ведения фото- и радиоразведки, они перехватывали телеметрическую информацию с борта советских баллистических ракет, снабжались оборудованием для отбора образцов воздуха, имели на своем борту 10 осветительных бомб для высотного фотографирования с помощью подсветки объектов. В 1955 г. на вооружение также был принят более совершенный самолет-разведчик U-2, выполнявший полетные задания на высоте свыше 20 км. Советской системе ПВО долгое время практически нечего было противопоста-

вить этим полетам: радиус истребительной авиации был ограничен 150 км от места аэродромов, а существующие локаторы не видели самолеты на такой высоте. Качественные изменения в советском небе произошли только в 1960 г. В этом году самолеты-перехватчики МиГ-19 получили ракету класса «воздух – воздух» и 1 июля сбили на Кольском полуострове американский RB-47. Двумя месяцами ранее, 1 мая с помощью зенитной ракеты С-75 в небе над Свердловском был сбит самолет-разведчик U-2 и захвачен его пилот Гэри Пауэрс. Тем не менее и эти инциденты не привели к прекращению полетов американских самолетов над территорией СССР, они продолжались до начала 1970-х гг., после для целей разведки стала использоваться спутниковая группировка. Наличие огромных ресурсов и техническое превосходство военного блока НАТО позволяло проводить воздушную разведку на громадной территории, увеличивая при этом частоту воздушных нарушений и глубину вторжения в воздушное пространство Советского Союза. По заслуживающим доверие оценкам, в 1950 г. США совершили около одной тыс. полетов над территорией СССР, в 1959 г. – более 3 тыс., а всего за период 1950–1970 гг. американская авиация более 20 тыс. раз нарушала воздушные границы СССР и осуществила фотосъемку на территории более 3 млн. кв. км (Ракитин, 2013: 304–330).

Однако сами по себе периодические заборы воздуха и снимки мест предположительного атомного производства мало что давали, для выявления мест и масштабов производства урана и оружейного плутония нужны были образцы материалов, которые бы содержали радиоактивные изотопы. Традиционно для этих целей используются пробы почв и вод, однако вывоз за границу таких материалов был практически невозможен. Тем не менее западные спецслужбы нашли выход, в качестве материала для радиоактивного анализа была использована одежда работников закрытых атомных производств. В 1957 г. в распоряжении американских спецслужб оказалась зимняя меховая шапка человека, побывавшего на секретном объекте Томск-7. Радиоактивная пыль, собранная с этой шапки, содержала около 50 млрд атомов различных радиоактивных изотопов, анализ которых позволил сделать однозначный вывод о том, что под Томском развернуто производство оружейного плутония. Также во второй половине 1950-х гг. американская разведка регулярно получала образцы одежды с объектов Челябинск-40 и Свердловск-44. Анализ этих образцов показал, что выбросы в окружающую среду радиоактивных материалов возрастали примерно на 10% в год, соответственно, на эту же величину возрастала производственная мощность советских реакторов и количество ядерных боезапасов. Конечно, советская контрразведка быстро поняла канал утечки стратегической информации и предприняла необходимые усилия для его перекрытия как внутри страны, так и на ее границах. Рутинной практикой следователей и криминалистов стало пристальное изучение всех обстоятельств гибели работников химико-технологических производств Минсредмаша и выявление сохранности принадлежавшей им одежды с содержанием радиоактивных изотопов. Такие следственные действия, например, были проведены в отношении загадочной гибели туристов из группы Игоря Дятлова в феврале 1959 г. на Северном Урале. Интерес советских спецслужб к этой трагедии объяснялся тем, что несколько участников туристической группы работали на секретных атомных объектах, а их одежда содержала радиоактивные частицы. Для сохранения секретности атомных производств советское государство предпринимало беспрецедентные меры. В каждом крупном советском городе, в котором осуществлялось оформление за границу, находились специальные ателье по пошиву одежды, цены на услуги и материалы которых были примерно в 10 раз ниже розничных государственных цен. Таким образом, каждый отъезжающий из страны полностью менял свой привычный гардероб, начиная от шапки и заканчивая обувью. Советские граждане искренне считали, что такая забота об их внешнем виде продиктована соображениями престижа и имиджа советского государства за границей, но цель переодевания и переобувания была, конечно же, совершенно иной (Ракитин, 2013: 355–359).

Информационная политика не была однородной на всем протяжении советского государства, как это представляется Марку Харрисону. В самом общем виде в ней можно выделить три отдельных периода. Первый период, начавшийся после окончания Гражданской войны и закончившийся в 1931 г., характеризуется максимальной информационной свободой и минимальным государственным вмешательством в деятельность средств массовой информации, статистических органов, общественных и

профессиональных объединений. Основными чертами второго, военного, периода информационной политики советского государства стали военные действия, предшествующая им военная опасность, а также высокая активность иностранных разведок по изучению военного и военно-экономического потенциала страны. Этот период, длившийся с 1932 по 1956 г., являлся периодом максимальных военных расходов и периодом максимального сокрытия информации. Наконец, третий период, хронологически существовавший с 1957 г. и до последних дней советской власти, по своей сути являлся промежуточным вариантом между первым и вторым вариантами информационной политики. Хотя непосредственная военная угроза не стояла перед СССР, условия холодной войны сформировали значительный набор военных, промышленных, экономических, демографических и социальных характеристик, ставших предметов государственной тайны.

Секретность и политический режим

По мнению Марка Харрисона, секретность и отсутствие публичности – это то, что отличает советский авторитаризм от западной демократии, служит водоразделом между деспотией и произволом, с одной стороны, и свободой и правом – с другой. При сравнении режимов секретности США и СССР автор отмечает следующее. «Секретность была характерна для обеих стран, введение режима диктовалось разными задачами. В США возможности злоупотребления тайной в личных или бюрократических целях были невозможны вследствие существования формальных предписаний, которые прямо запрещали засекречивать информацию в случаях нарушений законов или при совершении административных ошибок. <…> Но в СССР секретность, напротив, намеренно использовалась для сокрытия участия партийных лидеров в тяжких преступлениях, таких как массовые убийства, совершенных без каких-либо целей» (Harrison, 2023: 23–24). Более чем странное заявление, причем как применительно к США, так и СССР. Чтобы установить, законно или незаконно была засекречена та или иная информация, необходимо провести судебное разбирательство. Но никакое разбирательство в принципе невозможно, если открытый и независимый суд не имеет доступа к секретной информации. Что касается СССР, то непонятно, что именно имеет в виду Марк Харрисон, когда пишет о закрытии информации о массовых убийствах. Если под массовыми убийствами он понимает политические процессы над оппозицией во второй половине 1930-х гг., то ничего секретного в них нет, они широко освещались в средствах массовой информации.

Либеральные демократии, указывает далее Марк Харрисон, нашли применение секретности, которая защищает государство, но не защищает правящую партию от публичной критики, политической конкуренции и частых выборов с непредсказуемыми результатами. Секретность при этом рассматривается как законная, поскольку ее пределы регулируются законами и могут быть обжалованы в суде. И в этом смысле, полагает Марк Харрисон, «…ограниченную секретность можно рассматривать в качестве прерогативы власти: так же как законопослушные граждане могут закрывать свои шторы от любопытных соседей, так и государство имеет право скрывать информацию, которую частные или иностранные интересы могут использовать во вред обществу» (Harrison, 2023: 36). На это легко возразить, что границы секретности имеют чрезвычайно подвижный, а самое главное – непредсказуемый и произвольный характер, особенно в военное время. В этих условиях оценка действиям властей затруднена, а возможности публичной дискуссии крайне ограничены. Ну и сравнение права государства на секретность с правом на частную жизнь гражданина крайне спекулятивно: любое государство вполне законно и безнаказанно может узнать секреты гражданина, а вот секреты государства гражданину знать запрещено.

Основа, продолжает свою мысль Марк Харрисон, советского тоталитаризма – в секретности, порождающей чувства безответственности и безнаказанности. «Диктаторам не нужно отчитываться перед судом или общественным мнением. Советские начальники отвечали за свои решения только перед начальством, а Сталину ни перед кем не приходилось отчитываться» (Harrison, 2023: 117). Но либеральная демократия существует на основе конкуренции в условиях публичности информации. «Конкуренция в средствах массовой информации создает рынок для компрометирующей информации о деятельности политиков и гонку за ее раскрытие. Политическая конкуренция означает, что информация, наносящая ущерб одной стороне, в конечном итоге бу-

дет раскрыта другими» (Harrison, 2023: 118). В конце четвертой главы Марк Харрисон с сожалением признает, что либеральные демократии плохо хранят правительственные тайны и потому часто бывают неэффективными, но с гордостью отмечает, что граждане таких государств всегда в какой-то момент узнают об этих тайнах (Harrison, 2023: 118–119).

Марк Харрисон, очевидно, не задумывается над вопросом о том, каким образом развитые демократические и либеральные страны, действовавшие на основе закона в условиях политической и информационной свободы, докатились до фашизма и откровенной диктатуры. По подсчетам Майкла Манна, к началу Второй мировой войны из 27 европейских государств в 15 были правые диктатуры с националистическим уклоном, в других странах с белым большинством лишь четыре (США, Канада, Австралия и Новая Зеландия) были демократиями исключительно для белых, Южная Африка и Родезия были демократиями только для белого меньшинства, в двух крупнейших азиатских государствах (Китай и Япония) был авторитаризм, в Латинской Америке лишь три страны (Уругвай, Коста-Рика и Колумбия) можно было назвать демократиями (Манн, 2018: 445).

Стоит заметить, что и традиционное отнесение таких стран, как, например, Англия и США, к демократиям носит достаточно условный характер. И дело не в расовой сегрегации, которую отметил Майкл Манн, и которая имела место вплоть до середины XX в., а в институциональных ограничениях электорального процесса. Если под демократией понимать, например, прямые выборы высшего государственного лица из числа независимых кандидатов, то ни о какой демократии в этих странах говорить не приходится. В США выборы президента осуществляют выборщики, а политическая система устроена таким образом, что кандидат на высшую государственную должность в обязательном порядке принадлежит к истеблишменту одной из двух политических партий. Еще менее демократической является политическая система Великобритании. Так же, как и в США, в реальной политике страны доминируют две политические партии, представители которых (а не граждане Великобритании) выбирают премьер-министра страны. И без того крайне недемократический процесс ограничивается еще волей британского монарха, обладающего широкими политическими полномочиями (королевской прерогативой), в число которых, например, входит право утверждения на должность премьер-министра или роспуск парламента. Сама процедура наследования престола, которую последний раз можно было наблюдать в сентябре 2022 г., – это, по существу, костюмированный средневековый обряд, составными частями которого являются украшенные лошади, гусары в мехах и ярких красных мундирах, а также королевская свита в парадных ливреях. Этот карнавал и близко не напоминает современные электоральные процедуры. Понятно, что монарх Британии не отчитывается перед судом и общественным мнением. Интересно, считает ли Марк Харрисон на этом основании монарха Британии диктатором? И являются ли, по его мнению, родственные разборки внутри благородного семейства Виндзоров полноценным заменителем политического процесса британского общества?

Более чем очевидно, что к настоящему времени все понятия, характеризующие политический режим той или иной страны («демократия», «тоталитаризм», «диктатура» и т.д.), являются не более чем идеологическими клише, не имеющими внятного политического и социального содержания. Оперировать ими нет никакого смысла, гораздо продуктивнее рассмотреть содержательные общественные отношения внутри государств, которые, как было отмечено выше, находились на протяжении практически всего XX в. в состоянии войны или подготовке к ней.

Опыт Первой мировой войны, в которой погибли четыре империи, показал, что поражение в войне и тяжесть послевоенного положения определялись не только, а часто и не столько военными действиями, сколько политической ситуацией внутри страны. Первая мировая война была войной капиталистических стран, она обострила традиционную классовую борьбу внутри общества и в целом разрушила и без того хрупкий довоенный социальный мир. Этот негативный опыт хорошо осознавался и остро переживался участниками Первой мировой войны. Поэтому, когда спустя 21 год в Европе началась новая война, руководство всех воюющих стран вынуждено было уделять самое пристальное внимание внутреннему положению. Самое лучшее военное положение с социальной точки зрения было в СССР и США, а самое худшее – в Германии и Великобритании. В СССР в результате социалистической революции были ликвидированы эксплуататорские классы и сформировано социально однородное общество, а политические процессы во

второй половине 1930-х гг. ликвидировали оппозицию и тем самым устранили угрозу раскола руководства. США отделяли от боевых действий громадные водные преграды в виде двух океанов, и участие в войне страна ограничила поставкой материальных ресурсов своим союзникам и отправкой экспедиционного корпуса. Что касается нацистского Третьего рейха и королевской демократии Великобритании, то с точки зрения решения социальных вопросов (так же, как и многих других) между странами не было особых отличий.

В Германии, начиная с зимы 1942 г., рейхсминистр вооружения и боеприпасов Альберт Шпеер предпринимал отчаянные и безуспешные попытки перевода экономики Германии на мобилизационный путь развития. В своих мемуарах А. Шпеер причиной своих неудач называет две причины: высокий уровень благополучия руководителей государства и нежелание его терять, с одной стороны, и, с другой стороны, понимание опасности разрыва уровня жизни внутри воюющей страны и обнищания населения. «Руководители Рейха, не желая жертвовать собственным благополучием, не считали возможным вынуждать свой народ в полной мере переносить тяготы и лишения и стремились путем уступок поддерживать у него хорошее настроение. Гитлер и большинство его соратников принадлежали к поколению солдат Первой мировой войны. В ноябре 1918 г., когда вспыхнула революция, они сражались на фронте и с тех пор так и не смогли изжить в себе страх перед ней» (Шпеер, 1997: 299). Шпеер приводит много примеров того, как ценные и дефицитные ресурсы воюющего государства тратились на строительство загородных домов любовницам высокопоставленных чиновников, реализацию амбициозных архитектурных проектов, реставрацию величественных замков, а также исключались из военного реестра многочисленные промышленные предприятия, производящие продукцию для населения (Шпеер, 1997: 300–308). В качестве анекдотичного, но характерного для Третьего рейха случая он описывает историю своей борьбы с Евой Браун, длившейся до февраля 1945 г. В рамках регулярных кампаний по отказу от роскошного образа жизни рейхсминистр А. Шпеер постоянно добивался прекращения выпуска косметики, на которую тратился дефицитный технический углерод (сажа), и щипцов для завивки волос в целях экономии цветных металлов. Однако во всех случаях Ева Браун, узнав, что власти намереваются запретить в парикмахерских делать перманент и оставить женщин без косметики, пользовалась своим влиянием на Гитлера и добивалась отмены распоряжений (Шпеер, 1997: 353).

Усилия правителей Великобритании, так же как и правителей Третьего рейха, были направлены на решение трех противоречащих друг другу задач: сохранение собственного материального благополучия, поддержание высоких военных расходов и удержание социального баланса внутри антагонистического классового общества. Война для многих представителей британского истеблишмента стала звездным часом и инструментом решения многочисленных финансовых проблем. В мае 1940 г. Уинстон Черчилль был банкротом: он не платил налоги, был должником банка *Lloyds*, полностью исчерпал доверие у своих портных, поставщиков вина, и даже часовой мастер отказывался ему чинить часы в долг. Получив должность премьер-министра, он сумел быстро решить свои финансовые проблемы. Вызвав к себе в кабинет своего парламентского секретаря и совладельца журнала *Economist* Брендана Бракена, Черчилль объяснил, что у него нет времени на решение личных финансовых неурядиц, его внимания заслуживали гораздо более важные проблемы. На следующий день в банк поступил чек, все проблемы нового премьер-министра были решены. Жесткие военные продовольственные нормы не касались Черчилля и его семьи. «Черчилль вообще словно бы притягивал благотворительные дары друзей», – пишет его большой поклонник Эрик Ларсон. И перечисляет эти дары: король присылал оленину, фазанов, куропаток и зайцев из своих охотничьих угодий, правительство канадской провинции Квебек дарило шоколад, герцог Вестминстерский поставлял лососину на поездах-экспрессах, снабжая груз пометкой «Доставить незамедлительно». Большой проблемой для Черчилля всегда были высокие расходы на алкоголь. Но специально созданный в годы войны правительственный фонд нашел изящное решение этой проблемы. Фонд согласился оплачивать и поставлять в загородную резиденцию Чекерс сотни бутылок алкоголя, но с оговоркой, что напитки следует подавать лишь в ходе приема иностранных гостей. Карьерный рост с довоенной должности Первого лорда Адмиралтейства до поста премьер-министра расширил возможности У. Черчилля, потребление дорогого вина выросло в два раза (Ларсон, 2021: 159, 371–374).

Герберт Уэллс, хорошо знавший У. Черчилля, в разговоре с Дж. Оруэллом дал такую характеристику: «Черчилль хороший человек, не корыстный и даже не карьерист. Он всегда жил "как русский комиссар", "реквизирует" свои автомобили, но нисколько не беспокоится о деньгах» (Оруэлл, 2020: 356). Трудно сказать, почему именно слова «русский комиссар» ассоциировались у Г. Уэллса с понятием вседозволенности и беспринципности, но они однозначно характеризуют Черчилля как человека, хватающего все, до чего дотягиваются руки.

Осенью 1940 г. король Георг VI обнаружил дефицит туалетной бумаги *Bromo*. Тут же последовала дипломатическая депеша британскому послу в Вашингтоне: «У нас все меньше определенного типа бумаги, которая производится в Америке и которую невозможно найти здесь. Одна-две упаковки по 500 листов, присылаемые с разумными промежутками, были бы весьма желательны. Вы наверняка поймете, что имеется в виду. Название начинается с буквы B!!!» (Ларсон, 2021: 375). Правящая британская элита не желала отказываться от привычного устоявшегося образа жизни, ее непоколебимый консерватизм был выше тягот и лишений войны.

Одним из основных инструментов сохранения стабильности британского общества стал жесткий контроль медийной сферы. К началу войны наиболее влиятельная британская пресса выражала симпатии или, в лучшем случае, сохраняла нейтральность по отношению к нацистскому режиму Германии. В 1939 г. было создано специальное Министерство информации – мощный государственный орган для борьбы с нацистской угрозой и мобилизацией расколотого общества. Деятельность этого министерства (под названием «министерства правды») была впоследствии критически отображена в романе Джорджа Оруэлла «1984». Одной из важнейших задач министерства стала политическая цензура, призванная весьма своеобразным образом сохранить единство общества перед лицом внешней угрозы опасности. Основной содержательной деятельностью была так называемая «добровольная цензура», основанная на исполнении директив Министерства информации. Поскольку владельцы средств массовой информации принадлежали к верхушке британского общества, Министерство информации выражало уверенность, что все они «…будут осуществлять единую информационную политику и готовность к сотрудничеству в условиях военного времени, поскольку всех их объединяло общее социальное происхождение» (Цит. по: Малаховская, Малаховский, 2019: 69). Впрочем, одними убеждениями дело не ограничивалось. Левые издания, критиковавшие правящий класс, подвергались разного рода запретам и ограничениям. В январе 1941 г. была закрыта коммунистическая газета «Дейли Уоркер», а в 1942 г., после публикации карикатур на наживающиеся на военных поставках нефтяные компании, была закрыта газета «Дейли Миррор» (Малаховская, Малаховский, 2019: 69). Впрочем, закрытием газет дело не ограничивалось. Дж. Оруэлл весной 1941 г. в своем дневнике сделал запись: «Очевидно, что призыв в армию сейчас сознательно используется как способ заткнуть глотку неугодным. Возраст, с которого журналисты не подлежат призыву, повысили до 41 года – это даст армии не более нескольких сотен человек, но можно, по желанию, использовать против конкретных личностей» (Оруэлл, 2020: 391).

Даже в самый тяжелый для Британии первоначальный этап войны ее истеблишмент не демонстрировал единения с британским народом. «Очевидно, что эти люди так никогда не заметят существование остальных 99% населения», – написал Дж. Оруэлл 3 июня 1940 г. В этом же месяце, 27 июня появилась запись: «Вся британская аристократия до крайности коррумпирована и лишена обычного патриотизма: на самом деле ее не заботит ничего, кроме сохранения собственного уровня жизни». Через три дня новая запись, на этот раз о страхе перед вооруженной толпой: «Люди уже спонтанно формируют местные отряды самообороны, и, вероятно, самоучки уже производят ручные гранаты. Высший класс, несомненно, основательно напуган такими перспективами». В середине сентября комментарий о случае в фешенебельном отеле «Савой»: «На днях 50 человек из Ист-Энда во главе с несколькими советниками округа вошли в «Савой» и потребовали, чтобы их впустили в убежище. Администрации не удалось их прогнать, пока налет не закончится… Богатые ведут себя так, что это явно перерастает в революцию, так же как в Санкт-Петербурге в 1916 году» (Оруэлл, 2020: 330–370).

Традиционно в Британии наиболее остро классовые противоречия проявлялись в угольной отрасли. Вопреки пропаганде о единстве нации перед лицом опасности, эти противоречия только усилились в военные годы. Число работников шахт снизилось с 765 тыс. в 1939 г. до 698 тыс. в 1941 г. и 718 тыс. в 1943 г. При этом возрастающее военное производство нуждалось в больших объемах

энергетических ресурсов. Внутреннее потребление угля в Великобритании выросло со 182,4 млн т в предвоенные годы до 195,6 млн т в 1942 г. (Эвентов, 1946: 126–131). Руководство угольных предприятий пыталось решить проблему повышения выработки в условиях сокращения численности занятых за счет усиления эксплуатации работников. С этой целью с начала войны была удлинена продолжительность рабочей недели (до 70–90 часов и даже выше) и отменен воскресный отдых. Однако эти меры не дали результата, выработка угля и производительность труда все равно падали, что стало причиной энергетического кризиса 1942–1943 гг. Одной из форм протеста работников стал невыход на работу. В 1944 г. по уважительным причинам было потеряно 11,07% всего рабочего времени, по неуважительным причинам – 6,26%, а в дни после праздников и восстановленного к тому времени выходного дня не выходили на работу 31% шахтеров (Варга, 1946: 111).

Для выявления причин кризиса в отрасли были приглашены специалисты из США. Инспекция выявила, что основная проблема угольной промышленности – это антагонизм между руководителями шахт и рабочими, проявляющийся в низком моральном духе, отказе от сотрудничества и безразличии. Классовая ненависть работников при этом была гораздо выше общенационального патриотизма. Доклад американских специалистов по инициативе У. Черчилля и членов его кабинета был засекречен. Парламент страны удовлетворился объяснением, что обнародование доклада будет способствовать росту антиамериканских настроений в стране, ведь многие сочтут выводы доклада за попытку внешнего вмешательства в дела суверенной страны. Однако подлинная причина замалчивания доклада состояла в том, что содержащаяся в нем информация неизбежно вела к повышению классовой солидарности и росту забастовочного движения (Али, 2023: 337–338). Не желая идти на классовые компромиссы, правящий класс Британии, вопреки отмеченным выше декларациям Марка Харрисона, борьбу с социальным расколом вел с помощью многих инструментов, одним из которых была секретность.

Пожалуй, самое яркое и беспрецедентное в мировой военной истории изобретение британской элиты – это развернутая сеть наблюдений за собственным населением. В годы войны в Британии было реализовано два масштабных социологических проекта. Первый осуществляла внутренняя разведка (*Home Intelligence*) Министерства информации. Целью внутренней разведки был сбор сведений о состоянии общественного мнения, а ее сотрудники использовали самые разнообразные инструменты для сбора данных: анкетирование, люстрацию почтовых отправлений, сообщения полевых агентов и доносы граждан. Итоговым документом деятельности были ежедневные и еженедельные отчеты о моральном состоянии населения. Второй проект под названием «Массовое наблюдение» формально был независимым, его участники были более ограничены в средствах наблюдения. Для сбора информации использовались добровольные наблюдатели, которые специально находились в местах скопления людей (в бомбоубежищах, очередях, общественном транспорте), слушали разговоры и на их основе выявляли наиболее значимые проблемы населения. Так же как и служащие внутренней разведки, добровольные наблюдатели изучали общественное мнение и оценивали эффективность государственной пропаганды.

Конечно, ничего нового и необычного в том, что в военные годы создаются структуры для обеспечения внутренней безопасности, не было. Однако является нормой, если такие структуры работают с определенным и крайне ограниченным контингентом населения, склонным к предательству и сотрудничеству с врагом («пятой колонной»). Особенностью британского государства в годы войны было то, что оно видело врагов не только в отдельных группах и социальных слоях, а во всем населении, и потому установило социальный контроль над ним, сделав этот контроль тотальным. Государственный шпионаж, вмешательство в частную жизнь, всеобщая подозрительность, полное отсутствие публичности, размытие правовых рамок, демонтаж границ государственной деятельности, пересмотр этических общественных норм – все это погружало военную Британию в Океанию, ярко описанную в самом известном послевоенном романе Дж. Оруэлла. При этом замеры накала социальных страстей решали одну задачу – определение верхней границы терпения населения, после пересечения которой начинаются неконтролируемые процессы распада государства и низложение его правящей верхушки.

Результаты осуществления проекта «Массовое наблюдение» в годы войны были изложены в монографии Тома Харриссона только в 1976 г. (Harrisson, 1976). Что касается деятельности внутренней разведки, то ее отчеты были выложены в сеть в апреле 2014 г., а опубликованы немно-

гим ранее[3]. Как видно, Британское государство имеет свои секреты и умеет их надежно хранить. Никаких военных тайн в отчетах, посвященных умонастроениям людей в годы Второй мировой войны, конечно же, нет. Но, судя по установлению секретности и по срокам ее истечения, руководство Британии не делает никакой разницы между своими внешними и внутренними врагами.

Заключение (о необходимости интеллектуального импортозамещения)

Наверное, вполне можно считать Марка Харрисона увлеченным и преданным своему делу ученым, для которого секретность является преградой на пути изучения советской и современной российской действительности. Можно также предположить, что Марк Харрисон так сильно увлечен проблемой секретности в СССР и России, что отказывается признавать очевидный факт, состоящий в том, что любое государство (включая близкую ему Великобританию) имеет свои секреты и обязано их защищать. Однако невозможно не обратить внимание на то, что книга, осуждающая советскую секретность и ее возрождение в современной России, выходит в период ведения боевых действий (пусть и ограниченных масштабами специальной военной операции) и жесткой конфронтации с западным миром, мало чем уступающей периоду холодной войны. Марк Харрисон, как специалист по военной экономической истории, не может не знать о природе, причинах и последствиях информационных ограничений в условиях военного времени. Обвиняющие сегодняшнюю Россию за закрытость данных и возрождение государственной информационной монополии нарративы свидетельствуют о наличии целей, не имеющих ничего общего с беспристрастным академическим поиском истины.

Проблемы России в области интеллектуального воспроизводства в последние 30 с лишним лет имеют тот же характер, что и в других отраслях экономики и общества. Подобно тому, как в экономике считалось достаточным производить сырье, а в обмен получать высокотехнологичную продукцию, в общественных науках роль российских ученых была сведена к поиску первичных данных с последующей их обработкой и обобщением в специализированных западных научных центрах. Роль и содержательная деятельность этих центров мало изменилась со времен холодных войны, она по-прежнему сводится к антисоветской (а ныне – и к антироссийской) риторике и формированию экономической и интеллектуальной отсталости за пределами избранных стран богатого Запада. На это тратятся колоссальные финансовые, организационные и кадровые усилия, в том числе и на территории России. Достаточно, например, указать на серию книг «История сталинизма», выпускающуюся с 2007 г. по настоящее время. Эта серия, насчитывающая 247 томов, издается в издательстве РОССПЭН при поддержке Фонда первого президента РФ Б.Н. Ельцина[4]. Особенностью этой книжной серии является акцентирование внимания на наиболее мрачных и тяжелых событиях отечественной истории, их идеологическая интерпретация и искажение объективной исторической действительности. К сожалению, этой громадной работе на сегодняшний день практически нечего противопоставить. Если в области экономики наконец-то признали порочность глобальной интеграции и стали говорить о необходимости импортозамещения (больше, к сожалению, говорить, чем делать), то в сфере общественных наук по-прежнему все без изменений. Если российские ученые наконец-то не напишут честную и объективную картину собственной экономики и истории, то за них это сделают другие. И эта картина, вне всякого сомнения, не будет ни честной, ни объективной.

Литература / References

Али Т. (2023). *Уинстон Черчилль: его эпоха, его преступления*. М.: Альпина нон-фикшн, 589 с. [Ali, T. (2023). *Winston Churchill: His Times, His Crimes*. Moscow: Alpina non-fiction Publ., 589 p. (in Russian)].

Белоусов А. (2000). Становление советской индустриальной системы. *Россия–XXI* (3), 22–67. [Belousov, A. (2000). Formation of the Soviet industrial system. *Russia–XXI* (3), 22–67 (in Russian)].

Варга Е. (1946). *Изменения в экономике капитализма в итоге Второй мировой войны*. М.: ОГИЗ, Госполитиздат, 320 с. [Varga, E. (1946). *Changes in the Economy of Capitalism after World War II*. Moscow: Gospolitizdat Publ., 320 p. (in Russian)].

[3] Эти отчеты находятся по адресу: https://moidigital.ac.uk/

[4] Выпущенные книги размещены на официальном сайте издательства: https://rosspen.su/katalog/istoriya-stalinizma-/

Горяева Т.М. (2009). *Политическая цензура в СССР. 1917–1991*. М.: РОССПЭН, 407 с. [Goryaeva, T. (2009). *Political Censorship in the USSR. 1917–1991*. Moscow: Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN) Publ., 407 p. (in Russian)].

Ларсон Э. (2021). *Страх и надежда: Как Черчилль спас Британию от катастрофы*. М.: Альпина Паблишер, 816 с. [Larson, E. (2021). *The Splendid and the Vile: A Saga of Churchill, Family and Defiance during the Blitz*. Moscow: Alpina Publisher, 816 p. (in Russian)].

Малаховская В.В., Малаховский А.К. (2019). Британские СМИ в период Второй мировой войны: особенности функционирования. *Манускрипт* **12**(1), 66–72. [Malakhovskaya, V., Malakhovskyy, A. (2019). The British Media during the Second World War: Features of Functioning. *Manuscript* **12**(1), 66–72 (in Russian)].

Манн М. (2018). *Источники социальной власти: В 4 т. Т. 3. Глобальные империи и революция, 1890–1945 годы*. М.: Дело, 696 с. [Mann, M. (2018). *The Sources of Social Power (in 4 vols.). Vol. 3. Global Empires and Revolution, 1890–1945*. Moscow: Delo Publishing House, 696 p. (in Russian)].

Минаев А.В. (ред.) (1999). *Советская военная мощь от Сталина до Горбачева*. М.: Военный Парад, 624 с. [Minaev, A. (ed.) (1999). *The Soviet Military Power from Stalin to Gorbachev*. Moscow: Voenny parad Publ., 624 p. (in Russian)].

Оруэлл Д. (2020). *Дневники*. М.: Альпина нон-фикшн, 696. [Orwell, G. (2020). *The Orwell Diaries*. Moscow: Alpina Non-Fiction Publ., 696 p. (in Russian)].

Пауэлс Ж. (2021). *Большой бизнес и Гитлер*. М.: Наше завтра, 352 с. [Pauwels, J. (2021). *Big Business met Nazi-Duitsland*. Moscow: Nashe zavtra Publ., 352 p. (in Russian)].

Ракитин А. (2013). *Перевал Дятлова: загадка гибели свердловских туристов в феврале 1959 года и атомный шпионаж на советском Урале*. М., Екатеринбург: Кабинетный ученый, 672 с. [Rakitin, A. (2013). *The Dyatlov Pass Incident: The Mystery of the Death of Sverdlovsk Tourists in February 1959 and Atomic Espionage in the Soviet Urals*. Moscow, Ekaterinburg: Kabinetny ucheny Publ., 672 p. (in Russian)].

Симчера В.М., Соколин В.Л., Машихин Е.А., Шевяков А.Ю. (2001). *Энциклопедия статистических публикаций*. М.: Финансы и статистика, 992 с. [Simchera, V., Sokolin, V., Mashihin, E., Shevyakov, A. (2001). *Encyclopedia for Statistical Publications*. Moscow: Finance and Statistics Publ., 992 p. (in Russian)].

Скидельски Р. (2005). *Дж. М. Кейнс. 1883–1946. Экономист, философ, государственный деятель. Кн. 2*. М.: Московская школа политических исследователей, 804 с. [Skidelsky, R. (2005). *Keynes J.M. 1883–1946: Economist, Philosopher, Statesman. Book 2*. Moscow: Moscow School of Political Researchers Publ., 804 p. (in Russian)].

Туз А. (2020). *Цена разрушения. Создание и гибель нацистской экономики*. М.: Изд-во Института Гайдара, 864 с. [Tuz, A. (2020). *The Wages of Destruction: The Making and Breaking of the Nazi Economy*. Moscow: Gaidar Institute Publishing House, 864 p. (in Russian)].

Туз А. (2021). *Всемирный потоп. Всемирная война и переустройство мирового порядка, 1916–1931*. М.: Изд-во Института Гайдара, 640 с. [Tuz, A. (2021). *Global Flood. World War and the Reorganization of the World Order, 1916–1931*. Moscow: Gaidar Institute Publishing House, 640 p. (in Russian)].

Фомин Д.А. (2012). Старость, экономика, демография. *ЭКО* (4), 5–25. [Fomin, D. (2012). Decay, Economics, Demographics *EKO* (4), 5–25 (in Russian)].

Шпеер А. (1997). *Воспоминания*. Смоленск: Русич, 696 с. [Speer, A. (1997). *Memories*. Smolensk: Rusich, 696 p. (in Russian)].

Эвентов Л.Я. (1946). *Военная экономика Англии*. М.: ОГИЗ, Госполитиздат, 280 с. [Eventov, L. (1946). *War Economy of England*. Moscow: OGIZ, Gospolitizdat Publ., 280 p. (in Russian)].

Harrison, M. (2023). *Secret Leviathan: Secrecy and State Capacity under Soviet Communism*. Stanford: Stanford University Press.

Harrisson, T. (1976). *Living through the Blitz*. London: Collins.

Terra Economicus, 2024, 22(1): 50–61
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-50-61

How to treat passions? A brief recap of the conversation and its significance in contemporary society

Enes Özcan
HSE University, Moscow, Russia, e-mail: eozdzhan@edu.hse.ru

Citation: Özcan E. (2024). How to treat passions? A brief recap of the conversation and its significance in contemporary society. *Terra Economicus* **22**(1), 50–61. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-50-61

How to understand human behavior and what to do with passions have been long-standing questions through an old philosophical conversation. (1) In Ancient and Medieval philosophy, the answer had focused on public good and how to suppress human passions by the public authority to direct human behavior toward the public good. (2) Later, as this suppression of passions idea lost its credibility, mainly Renaissance philosophy and Mercantilist literature developed ideas of embracing and harnessing them toward the public good via the public authority. (3) However, as this idea of transforming passions through an authority was also found to be faint, the idea of countervailing harmful passions by beneficial passions, mainly material self-interest, was developed roughly by Renaissance and Early Modern philosophers. This idea and doctrine of countervailing passions has also attracted many criticisms, some of which are mentioned in this article. In this paper, the historical evolution of the conversation of ideas on "how to treat human passions" will be briefly explained alongside the socio-economic conditions of the time, which is useful to understand the attitudes toward passions. For this purpose, the three parts are organized into three historical periods. In each part, some criticisms toward the ideas of that period will also be mentioned in order to demonstrate the flow of conversation. Finally, this conversation on passions will be discussed in line with our contemporary social experiences, and it will be argued that the Ancient and the Stoic idea of moderation of passions still has significance.

Keywords: *passions; self-interest; intellectual history; history of economic thought; the Montesquieu-Steuart doctrine; morality; values*

JEL codes: *B10; B20, N00*

© Э. Озджан, 2024

Как быть со страстями? Краткое содержание спора и его значение для современного общества

Озджан Энес
НИУ ВШЭ, Москва, Россия, e-mail: eozdzhan@edu.hse.ru

Цитирование: Özcan E. (2024). How to treat passions? A brief recap of the conversation and its significance in contemporary society. *Terra Economicus* **22**(1), 50–61. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-50-61

Как понять человеческое поведение и что делать со страстями — давние вопросы, возникшие в философской беседе много лет назад. (1) В античной и средневековой философии ответ был сосредоточен на общественном благе и на том, как подавить человеческие страсти государственной властью, чтобы направить человеческое поведение на общественное благо. (2) Позже, когда идея подавления страстей потеряла свою убедительность, философы Возрождения и меркантилисты развили идею охвата и использования их для общественного блага при помощи общественной власти. (3) Поскольку идея преобразования страстей посредством власти также оказалась слабой, философы эпохи Возрождения и раннего Нового времени занялись обоснованием концепции уравновешивания вредных страстей полезными страстями, главным образом материальными корыстными интересами. Эта идея и доктрина уравновешивающих страстей также вызвали множество критических замечаний. В этой статье объясняется историческая эволюция спора о том, как «лечить» человеческие страсти, в её взаимосвязи с социально-экономическими условиями того или иного времени. С этой целью текст разделен на три части, соответствующие трем историческим периодам. В каждой части упоминается литература, критически оценивающая идеи того или иного периода. Также беседа о страстях помещена в контекст нашего современного социального опыта. Утверждается, что характерная для античной философии и стоической этики идея умеренности страстей сохраняет значимость.

Ключевые слова: *страсти; корысть; история мысли; история экономической мысли; доктрина Монтескье-Стюарта; мораль; ценности*

Self-sufficient community: Passions to be suppressed

In Ancient thinking, passions, as well as greed, were representing the dark side of human nature because of their selfishness, and insatiability. As a human being was thought to be bound to the community; their interests were not differentiated from the interests of the community (Verburg, 2012). If a person was to gain, this gain would be through the community or communal work. That's why the individual pursuit of material gain or individual self-interest was not welcome at all, which was considered unnatural, irrational, and evil (Ibid.). The major economic reason behind this thinking is that the wealth and production were based on land, and the land was a limited resource (Ibid.). If any individual was to gain more wealth, this was thought necessarily to be at the expense of others living in that community. Therefore, the acquisition of wealth was a zero-sum game in Ancient thinking.

In Ancient times, the individual was so bound to the community that even the morality was built upon how the person was thought of by others. Some acts were immoral not exactly because the individual considered them bad, but because they were considered bad by the rest of the community. Morality was not yet objective, internal or cosmic, which will begin to develop with the rise of Christianity; but it was

subjective and surrounded by the concepts of honor and shame, as can be seen in Homer (Williams, 2008; Harper, 2016). It was what is called "shame morality", where the idea of immorality stemmed from that it damages the name of a person, the standing in public (Dodds, 1951; Benedict, 2020). That is, the morality was based on one's responsibility in the community and on others' judgments, rather than being on a person's internal judgment or on a spiritual account. It prevented people, to some degree, from considering what is good and bad for themselves, but rather what will make their standing good or bad with respect to their community. Neither the action was morally significant unless it became public.

In such a setting, communal obligations were paramount obviously, rather than following one's passions and desires, not to mention surpassing others in wealth. Such type of morality already renders competition undesirable and limited (Benedict, 2020), while it is fundamental for commercial development. In a similar vein, in those communities, it was rather ideal to hold up to the requisites of one's social status and not to fall short nor to transgress them. Therefore, as we see in many ancient texts, when someone, who was not a wealthy person in the beginning, gets richer and richer, this would be considered "doubtful" and "shameful" for that person.

Another aspect of life in Antiquity is that markets and trade were extremely limited; they were not determinant enough. Subsistence was based on the household economy (*oikonomía*)— production within the household. In this kind of economic life, which is based on the household economy and did not necessitate trade and markets, the idea of profit and acquisition of wealth was perceived as something fraudulent, inefficient, and unnatural. As subsistence was based on household production, self-sufficiency was central to the idea of wealth (Verburg, 2012). The purpose of wealth was to acquire self-sufficiency within the household, to satisfy their needs.

All these conditions required the idea that greed, the passionate pursuit of wealth, was immoral and could not be justified. If one had excess wealth that is beyond their need, this wealth should have been distributed to those in the community who are in need, through almsgiving and charity (Verburg, 2012). That was how to survive as a community and sustain it. According to Aristotle (1968), if there was scarcity and poverty in a community, this was because of the excess wealth of some members of the community (Ibid.). In that regard, philosophers of Antiquity, such as Aristotle and Plato, suggested being moderate and avoiding the extremes in terms of wealth acquisition. Neither being prodigal nor being stingy was good.

What is good was to avoid exceeding the limits (of need) and to be *moderate* and *reasonable* against our passions. That is to *suppress* and curb them with the help of our reason (Hirschman, 1997; Verburg, 2012; James, 2006). The purpose of the reason was to distinguish the limits and to find moderation in human behavior. However, as the communal life and interests were superior to the individual, the mission to suppress and curb these excessive passions of human behavior to a moderate and reasonable limit was to be given to the public authority (Hirschman, 1997). In Ancient thinking, the focus was on the public good of the community and the mission to achieve it belonged to the state. That's why, in Ancient philosophy, how to form a state and how to manage it was a central question in order to achieve public good. As in the idea of such a public mission, the Ancient philosophy was completely normative and moralistic regarding passions and human behavior. The philosophical attitude toward passions was clear; they were evil in nature and should be curbed by the public authority with the help of reason.

The Ancient idea of the solution against destructive passions of human beings was criticized first by Renaissance thinkers such as Machiavelli. Ancient philosophers were suggesting a public authority to manage and control the passions of individuals to achieve the public good. The critique asked, then, what makes us believe that the authority cares about the public good and not its own self-interest? Many Renaissance thinkers and later ones were suspicious of the effectiveness of the solution to suppress the passions of human beings. Along with the changing economic circumstances, new ideas about passions were to be developed.

Mercantile state: Passions to be harnessed

As such ideas that the human passions should be suppressed by a philosopher king ended up inapplicable or unsuccessful, the interest in looking at things from a more "realistic", rather than a normative, perspective gained weight. The actual, real problems concerning politics, economy, and human behavior should have been resolved regarding as they "are", not as they "should" be. Since the idea

that passions *should* be suppressed was considered to be unrealistic, then, what to do with them? What were the economic and political realities of the time, and how did the ideas about this evolve?

To start with the changes in the conception of morality, it is worth stating Christianity's effect on it during the Middle Ages. As argued by Brown (2008) and later endorsed by Harper (2016), while introducing the concept of "sin" Christianity brought forth a type of "guilt morality" instead of "shame morality" that we had seen in the Antiquity. To simply delineate in this context, "shame" was mainly created as a result of others' judgments on a person while "guilt" necessarily involves a person's intrinsic condition, that is to have breached the code. As this understanding was settling gradually, the criteria of morality shifted from the others' perspectives of it to the action itself. A very concrete example of this is the confessions that Christianity introduced; something the people of Antiquity would certainly be afraid of, as then the main motivation would be to hide immoral actions to avoid communal judgment. This development in morality changed how people viewed judgment and the consequences of moral decisions. Henceforth, doing something was good or bad, not considering others' perspectives on it, but considering the action itself. Judging the actions by their being and nature was preparing the scene for reconsidering how to judge the human passions.

Similarly, Christianity elevated the passion of love in the Antiquity up to a divine moral basis by which the acts could be judged, not simply by their consequences, but by the very existence of "love" in them (Scheler, 1961). Unconditional and immanent "love" toward oneself, the people and all the living things around, that exist in virtue of Divine Love, was making the new morality (Ibid.). This development redefined morality in the communal context. The focus was still on the community, but regarding moral significance, the motivation behind actions was changed from honor and shame to divinely inspired love; from *reactive morality* of considering the others and the consequences of actions to *proactive morality* of intrinsic value behind actions, that is of love and spiritual concern. Moreover, such actions of love and spiritual concern were much above the consideration of worldly material consequences of benefits and losses. For a long time until the commercial revolutions and breakup of feudalism (by it, dispersion of communities), this aspect kept the focus of morality on the community and spirituality in a much different way than that was in Ancient times.

Next to this, to look at economic life in the Middle Ages, there was strict interdependence and economic relations were predetermined by birth via feudal arrangements. This situation didn't leave much room for the idea of economic growth and development by the individual pursuit of wealth (Verburg, 2012). As was the case in Ancient times, economic activity was based on household management, even at the state level (the king's household), and trade and markets had not yet developed enough to influence this economic situation. That's why the trade was perceived as a suspicious activity still in that period (Ibid.).

These economic conditions changed with the two commercial revolutions: one in the 11th century, and the other, after the recovery from the Black Death, in the mid-15th century (Verburg, 2012). With the growth in population and agricultural production, trade began to be more prominent, and a network of markets was developed (Ibid.). As trade was becoming more and more prominent in economic life, a stronger class of merchants was emerging, along with urbanization, the feudal arrangements were falling apart (Ibid.). As the network of markets and foreign trade were developing, interdependence between regions and nations was coming to the surface (Ibid.). Social life was witnessing the first stages of commercialization with the expanse of trade and markets, and of developing dependence on them. The perception of "immoral, fraudulent" trade was softening thanks to this indispensability and interdependence that developed with commercialization following the commercial revolutions (Ibid.).

As the households and communities became more dependent on each other to sustain themselves, the focus of economic activity shifted from the household to the state/nation. States, kings and governments, not only noticed the indispensability of trade, but they also noticed its benefits. Trade had already begun to hold the central position in the national economy, as it was the source of capital accumulation and investment. Previously, the purpose of economic activity had been sustenance and reproduction; now, growth was the prevailing theme (Verburg, 2012). As the purpose of surplus (excess) wealth had been to be distributed within the community to sustain; now, the purpose of surplus wealth was to be used for economic growth of the society. This change in reasoning also signalled the fading communal ties between individuals and the transition from community to society.

On the macro level, this development of thinking should have made states reconsider their attitude toward the greed of merchants. The thinking toward passions and greed was softened as it was seen that the greed of merchants was beneficial for the expansion of trade, thus for the growth of the national economy.

Such changes in the economic life and behavior, yet, needed to be justified through changes in morality. As Max Weber (2005) attempted to theorize, Protestant ethics provided a fertile ground for the newly developing capitalist mindset. Previously, Christian morality postulated that the works of spirituality and love should be above any concern of worldly material life; however, with the introduction of Protestantism, now there was no such difference between spiritual works and material works. On the contrary, works of material gain were a way of salvation and one should work hard to earn more, to prove their salvation. As a result, the Christian values of immanent love and solidarity have collapsed in Protestant morality. Moreover, the pursuit for acquisition of more wealth, that is material self-interest, leaving alone being justified, was encouraged for salvation. As the idea of individual self-interest was justified, the breaking-up of individual interest and collective interest had begun, yet to be finalized.

The chain of reasoning was thus in this period: as the merchants pursue their self-interest, now as morally justified, and bring more wealth to the nation; the state, who represents the public good (a remnant of Ancient philosophy), would be wealthier and stronger in the face of other nations, which is beneficial for the public good. There, the idea that the self-interest of individuals might be beneficial for the public good has begun to emerge. As *suppression* of passions was proved to be unsuccessful, and even counterproductive; then, they might have been *harnessed* to direct them to the public good (Hirschman, 1997). Even though the destructive and harmful passions of individuals were there, the state was responsible to control them as well. Still, the mission to direct the self-interests of individuals toward the public good and to control them was given to the state; this transformation and control were to be made by the public authority.

On the other hand, even though the focus of the economy was on production and growth, it was not productive, yet dependent on land as the main source of capital. This situation made it possible for states to stick, still, to the zero-sum conception of trade (Verburg, 2012). The gain of one nation was the loss of another. This notion contributed to the legitimacy of merchants' greed so that they could bring more gold and silver to the nation (Ibid.). The mercantilist thinking, which prevailed in that period, also contributed to the justification of wealth accumulation.

The main criticism came later, as the mechanism which ensures passions to be controlled and *harnessed* toward the public good was not yet clear. Would sole reliance on the state to carry out this control and transformation be sufficient? Or was there a need for a natural mechanism to make it function? These questions led us to a later stage in this chain of thought.

Commercial society: Passions to countervail each other

The idea of control and transformation of passions by the state authority proved to be unsuccessful. There was a need for another mechanism to ensure that publicly beneficial passions would remain, and harmful ones would be restrained. There, the idea appeared that passions can be played against, *countervail*, one another to ensure that good passions prevail over evil passions. How did it?

In this period, international trade was already the dominant economic activity. Competition among states to acquire more wealth led to many investments and innovations, therefore, to increased productivity. Along with this productivity, specialization in production — international division of labor, and interdependence among nations grew higher. Being aware of this interdependence, productivity, and benefits of specialization in international trade, philosophers came up with the idea that international trade is not necessarily a battlefield where one nation's gain is another's loss. On the contrary, it was seen that international division of labor and exchange of goods were increasing the productivity, and therefore the wealth of nations. This conclusion that the trade is a positive-sum game had immense applications in the domestic sphere as well. There was no need for an authority to check at the door to ensure that trade occurs for the best of the public good. The trade itself was already good for the public, and its development was dependent on the best self-interest of merchants. The reliance on the state to ensure the public good was not needed anymore. The selfish interests of individuals were already contributing to the public good through an invisible hand, according to Adam Smith (1976).

Trade and individual pursuit of material self-interest were not only contributing to the society through wealth and economic growth, but it had also political and social benefits as an *innocent* and decent activity, according to Montesquieu (1989) and Sir James Steuart (Hirschman, 1997). It was called by Hirschman the "Montesquieu-Steuart doctrine" which is based on the idea of the "*doux commerce*". The doctrine suggests that trade and commercial interests make moral qualities to develop in society such as tolerance, prudence, empathy, understanding, and neutrality (Ibid.). Trade also creates interdependence between actors so that the conflicts among them smoothen (Ibid.). On the contrary, most non-commercial societies were barbarian, not gentle nor prudent according to Montesquieu (1989). Such has become the moral justification for the pursuit of material self-interest, now even farther from a religious or spiritual explanation in the Age of Enlightenment.

Moreover, according to the doctrine, the reason of state, which is based on rational economic interests, would restrain the passions of rulers, so to avoid an arbitrary authoritarian rule (Force, 2003). The main driver to check the arbitrariness of the rulers would be the complexity of the economy; as in Sir James Steuart's watch metaphor, it will be counterproductive if they interfere arbitrarily (Ibid.). All of those factors push forward the development of pluralism and liberalism according to this idea (Oman, 2016).

Even though it was perceived that the material self-interests of individuals contribute to the public good through an invisible hand, there was still a problem of passions remaining. For Adam Smith, the only passion/interest of human beings was "*bettering our* [material] *condition*" (Force, 2003; Verburg, 2012). What about honor, joy, glory, heroism, etc. which are other passions that account for human behavior? Such passions rather connotated the extravagance of aristocracy and reasons for many unreasonable wars. Being aware that the unlimited pursuit of material interest of an individual is beneficial for society, and the other passions were just counterproductive and harmful; the idea of countervailing passions has begun to emerge. It was only the unlimited pursuit of money, greed, which could defeat other harmful passions, as it is the only passion which is so powerful, insatiable, and quite uniform and predictable; moreover, beneficial for society (Hirschman, 1997). Hirschman clearly states that the passion of material self-interest was rather preferable over other passions to organize the society as it was the most decent, predictable, constant, and uniform one; many other passions (e.g. honor, joy, heroism…) are pointed out to be inconstant and unstable (1997). As the Duke of Rohan put it, "…*l'intérêt seul ne peut jamais manquer*" (Hirschman, 1997: 36).

Reason had a significance in defining self-interest, based on greed, against other passions. This time, reason had a different purpose than it had in Ancient thinking, yet similar to the one in the mercantile stage. In Ancient philosophy, the reason was to define the limits of behavior, to avoid two extremes and to moderate behavior. Now, the reason was considered to be a perfect calculator and maximizer of material self-interest, termed as *rationality*. As it is best to pursue the self-interest to the best, to the most possible limit, the reason was occupied to calculate, stabilize, and maximize it to avoid big losses for small gains interfered by other passions. It was countervailing "the love of pleasure" by the "love of gain" as Hume advocates (2004).

Eventually, at the end of this chain of reasoning, the best way to organize society turned out to be commercialization and individual pursuit of material interest; as this was thought to be the way to achieve economic growth, pluralism, and stable social life; contrasted with other passions. Nevertheless, this is not the end of the story. This idea, as well, has attracted many criticisms, some of which are mentioned in this paper. If it may be attempted to go through the most important ones for the purpose of this paper, Lord Shaftesbury's critique of greed may be mentioned first (2003).

Shaftesbury (2003) didn't consider the pursuit of money-making as essentially good or evil. His critique is similar to the moderation idea in Ancient thinking, as this idea is also central to the purpose of this paper. He distinguished passions (affections) into three categories. The first one is "natural affections" which are beneficial for both the individual and the society, such as generosity and benevolence (Hirschman, 1997). The second one is "self-affections" which are not good nor evil, beneficial for the individual but not harmful for the society; and the third one is "unnatural affections" which are harmful to the society and the individual (Ibid.). Money-making, under this setting, may fit in any category given its level of passion and moderation (Ibid.). On the one hand, it can be a natural affection, which is beneficial for both the common good and the individual, if it is a mild and moderate behavior. On the other, it can also be an unnatural passion which can lead to both the individual's and the soci-

ety's harm, if it is as far as greedy and stingy behavior. Therefore, in material self-interest, or passion of money-making, or in any other passion, Shaftesbury emphasizes *moderation* instead of colorless *rationality*. Moderation in human behavior was essentially the purpose of reason and the central tenet of virtue in Ancient philosophy, which is the point where Shaftesbury's thinking meets with them.

At this point, the Burkean critique of the Montesquieu-Steuart doctrine, or the *doux commerce* thesis, can be mentioned, as suggested by Movsesian (2018). Edmund Burke's critique points out that trade does not necessarily lead to the values of pluralism and liberalism, especially in societies where such values are alien (Ibid.). Burke stresses that the values such as moderation, toleration, trust, etc. had already been there in Western traditions especially thanks to culture and religion (Ibid.). Thus, Burke's reasoning is the opposite, it is not that the markets and trade which led to liberal values, but liberal values that had already been there led to the free market which creates wealth (Ibid.). Therefore, Burke strongly suspects that these values would appear if trade and markets developed in a society where such values are non-existent. On the contrary, societies that are foreign to the virtues of moderation, toleration, trust etc. may develop a totally different understanding of markets and trade, according to their tradition and culture, which may not necessarily require liberal values.

Beginning from the 18th-century, another popular critique has been discussed by the Romantics, who suspected the idea that human behavior can be considered in terms of a perfect calculation of material self-interest, and it's infallible. This suspicion led them to further claim that a society governed by such materialistic, detached, heartless, and selfish rules would not be good at all. Thinking of human behavior together with such passions as humor, gratitude, honor, joy, hospitality, and generosity would be much better and more accurate. Adam Ferguson also criticized the idea of *doux commerce* and commercialization because of the consequences, such as breaking of social bonds and affections, being solitary and detached, and every human interaction being reduced to the search for money (Ferguson, 2001).

There is also another critique that questions the universality of money-making passion. As mentioned by Hirschman (1997), the critique says that lower classes of people, actually, are not that much busy on how to acquire more wealth, as they are more occupied with necessary issues of life. The perfectly material and rational pursuit of self-interest is rather visible in those who already have some wealth. What is more interesting to see is that the more one acquires wealth, the more they desire it further. In addition to the idea that money has a non-diminishing marginal utility, the amount of money to get the same amount of utility also increases by the increase in one's current wealth. Moreover, the need to consider necessities of life also disappears by the increase in wealth, leaving more space for desires and passions. This reasoning has a crucial application. More trade and more wealth may not mean more moderate behavior in society as the Montesquieu-Steuart doctrine claims, on the contrary, more wealth would push individuals to acquire much more of it as in a case of addiction.

These criticisms have already begun to sound familiar. The rapid economic growth of the 19th and 20th centuries, especially after the industrial revolution, ended up in catastrophic results for a large portion of the population. This social situation pushed Karl Marx to come up with new ideas which can be considered as criticisms of the Montesquieu-Steuart doctrine as well. Marx (1982) also criticized the commercialization of social interactions and *commodification* of, basically, almost everything possible. The passion for money was so powerful and insatiable that it was overwhelming against honor, friendship, social relations, bonds, and affections (Ibid.). Moreover, the excess economic growth in Europe could only push them further to violently exploit "undeveloped" nations in other corners of the world to acquire more and more wealth with constant greed, according to Marx, and it was so predictable given all the flow of ideas discussed above.

Being one of the ultimate critiques, Max Scheler (1961) criticized the bourgeois morality itself, as originating from *ressentiment* [a concept developed by Nietzsche (2011)] to Christian morality. He stresses the intrinsic *noble values* of Christian morality that arise in virtue of immanent love (as we have previously described), while pointing to the decadency of bourgeois morality which degrades values down to mechanic calculation of benefits and losses. We may paraphrase his view in this context in the following way: bourgeois morality didn't appear but by the *ressentiment* of the merchant/industrialist class toward the noble values of Christianity, to which they could not reach; but not being able to reach, they brought morality all the way down in the *hierarchy of values* to the basic calculation of material units of benefits and losses, as an ostensible escape from their moral failure.

Obviously, Scheler considers Christian values to be superior to liberal ones that later developed out of bourgeois morality and replaced the former. From his point of view, the Industrial Revolution and the ensuing reconstruction of values, leaving alone being progress, was decadence, while the Christian values right from the Middle Ages represented a higher morality. He also defines *vital values* of senses, such as healthiness, strength and so on, as being higher in the hierarchy of values, compared to material values of bourgeois morality. By their ressentiment, the bourgeois even degraded such values which bring simple but precious well-being of life, as a result of instrumentalization of almost everything, he says. In bourgeois morality, every living thing is valued as much as its usefulness, as they are perceived as tools rather than organic beings (Scheler, 1961). For the context of our paper, Scheler's critique of bourgeois morality and its mechanic calculation of values can overall be distilled into a criticism of degradation of values, that of complete apathy or even antipathy toward spirituality, and that of instrumentalization of life and living things.

Contemporary society: Passions to be moderated

In the end, given this long conversation on how to treat passions, notably greed, the strongest one, an attempt will be made by this paper to contribute to the conversation with the help of our contemporary social experiences. Before going into this approach, it may be better first to recap the tenets of the Montesquieu-Steuart doctrine in order to examine them in contemporary settings. First of all, it was assumed that free trade and individuals' unlimited pursuit of material interest, greed, are beneficial for the public good and society, both for economic and political results, via an invisible hand. Secondly, as material self-interest is a beneficial passion for the society, moreover, rational, universal, constant, and predictable; it could be promoted to countervail other passions which are harmful to the society because of their extravagance, inconsistency (from someone to another), inconstancy, and unpredictability.

It has already been discussed what might be the arguments for suspecting that the passion of material self-interest is beneficial for society. It might be clear that free trade and economic growth have many positive outcomes, such as innovation, technological development, improvement of overall living conditions, rise in average incomes, etc. However, it is suspected both whether free trade precedes liberal socio-political values, and whether it is economically beneficial for society.

Firstly, restating the Burkean critique, European traditions already had the virtues of moderation, prudence, fairness, etc. through Ancient and Christian morality much before the commercial revolutions. Therefore, historically, it is comfortable to assume that these already-existing values in Europe might have contributed to the development of *innocent* and free trade and its socio-political benefits. Even though it can be suggested that free trade also contributes to the development of liberal values, still, it is harder to ignore the significance of already-existing values. For instance, what might be one of the reasons for failures in the economic transition of post-Soviet countries? How free market and trade could exist and kept working in Western societies while they couldn't in Russia, for instance? Even among some post-Soviet countries (e.g., comparing Russia and Poland), similar roadmaps for economic transition were applied but resulted in different consequences (Frye and Shleifer, 1997). It may be suggested that already-existing cultural and social values in a society are crucial to define whether free market and trade can be created and sustained.

A similar approach can be directed toward the European Union project as well. The premise of the EU project was to unify the European nations, to clear away the conflicts among them, and to promote liberal values of pluralism and individual freedoms through economic cooperation, development, and trade. However, as it is also suggested by Movsesian (2018), this premise turned out to be faint with Brexit and the rising tide of populism; indeed, deep clashes of values based on identities could not be extinguished so easily by economic factors. Consequently, it can be claimed that the identity issues and socio-cultural values are so diverse among different societies that it is not easy to expect the same reaction from each one of them even though the implementation is the same. Indeed, their reactions in terms of both politics and economy are so diverse as well.

The critique by Adam Ferguson (2001) can also be recalled in that regard that tranquility and stability, which the commercial class desired to see, can easily become a justification for an authoritarian rule of efficient economic management. The example of Chinese economic development can also be given in that respect, where an enormous development of trade and the market economy did

not lead to liberal social values or a liberal-democratic political system. On the contrary, one of the reasons for the huge economic development in China was the stable, exclusive and authoritarian single-party regime. Moreover, as Almond and Verba (1963) analyzed and concluded, the political institutions of a country must coincide with the political culture of that society; as civic culture was needed for a liberal democratic political system to sustain.

Secondly, it is also hard to assume that free trade and the passion of material self-interest are economically beneficial for society in *absolute* terms. Its socio-economic advantages might be clear when it is indeed a moderate and decent activity, as Shaftesbury (2003) suggested, but not when it is not so. Farther than the problem of commercialization in previous periods, financialization has become one of the problems of contemporary society. Some of the major reasons behind devastating economic crises in near history were manipulative-speculative financial bubbles. The excessive and urgent desire for wealth has become so powerful in the society that such bubbles emerged in only the last 30 years: notably the dot-com bubble (1995–2002), and the housing bubble (2007–2009) which both resulted in painful economic crises. Each of these bubbles and consequent crises required afterward many regulations and interventions by the government to control the deficiencies of excess. According to Howard Marks, co-chairman of Oaktree Capital, markets are now further experiencing an "everything bubble"[1]. This situation may be perceived, for instance, in the data regarding the total amount of financial assets held by the US household and non-profit organizations with respect to their disposable income, as the Figure depicts.

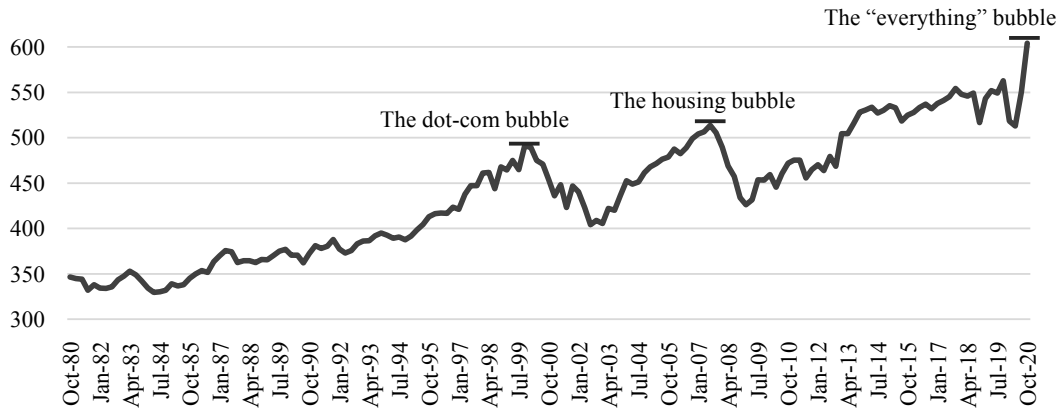

Fig. 1. Households and non-profit organizations; total financial assets as a percentage of disposable personal income, provided by Federal Reserve Economic Data

Source: Board of Governors of the Federal Reserve System (US). *FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis*. https://fred.stlouisfed.org/series/BOGZ1FL154090006Q (accessed on October 15, 2023)

As it is discussed whether the passion of material self-interest is intrinsically beneficial or harmful for society both in terms of socio-political and socio-economic aspects, now, this passion can be discussed from its other beneficial aspects of predictability and constancy, as suggested by Hirschman (1997). Because, as it has been suggested in this paper that the passion of material self-interest is not intrinsically good or bad for society, without the consideration about its moderation; still it is possible to discuss whether it can be the passion to *countervail* other harmful passions given its advantages just mentioned.

Hirschman (1997) suggests that the passion of material self-interest, greed, might be quite a good way to organize and understand society as it is the most predictable one compared to other passions such as honor, joy, heroism, glory, etc. Romantic critique can be recalled in this regard that it is too naive to expect that all human beings are perfect listeners and calculators of material self-interest. On the contrary, other passions such as passionate love, honor, joy, generosity, enthusiasm, curiosity, etc. are very much responsible, maybe even most of the time so, for understanding human behavior. Without curiosity, how much could science develop, for instance? The whole human activity of scientific research can be explained by curiosity and enthusiasm to quite a large degree,

[1] Oaktree's Marks says markets are in an "everything bubble" (Video; August 5, 2021). *Bloomberg Markets and Finance* (YouTube channel). https://www.youtube.com/watch?v=Orpkcv4iSyk (accessed on November 23, 2021)

in contrast to material self-interest. Without considering other "unpredictable" passions, it is hard to imagine a "human" behavior.

On the other hand, the reduction of human behavior to mere material interests has dangerous implications. As also put forward by the Romantics, Marx, and then, Scheler, commodification and instrumentalization of all human interactions would, conversely, extinguish the values of generosity, solidarity, love, etc. One of the well-known critiques toward contemporary society is already this problem of "consumption society". As all human behavior, including emotions and joys, is reduced to a material basis; consumption has become one of the major sources of experiencing our emotions and joys; which might not be dependent on such activity of material acquisition. Not only humanity is degraded down to a material bases, but also the environment that sustains all life. Extreme consumption and instrumentalization of life and the environment in the pursuit of material gains could only lead to destruction of them day by day, also through it, of the human life that is now much away from its spring of origin.

Another advantage of material self-interest is suggested to be its constancy, by Hirschman (1997). Constancy of the passion of material self-interest may also be regarded in terms of its perpetuity, universality (Hume, 2004), and insatiability (Hirschman, 1997). We agree with Hirschman that material self-interest has the properties of perpetuity and insatiability, but rather argue whether it really has those of constancy and universality. The passion of material self-interest is perpetual and insatiable, as it is already discussed that money has a non-diminishing marginal utility. Moreover, it is not only perpetual and insatiable, but it is also addictive, as any other passion might be; when they become an end in themselves, they can easily turn into an excess desire. For instance, may it be suggested that the utility of two dollars to a beggar on the street is the same as the utility of two dollars to a billionaire? Obviously not, as one's wealth increases, the same utility can be acquired only by a larger amount of money. It is a similar idea to biological addictions, interestingly. It may be suggested that all human passions have such a property of addictiveness, including greed. That is what can make them perpetual and insatiable, but not constant and universal, as it is explained by the beggar-vs-billionaire example. Greed is not constant and universal because it depends also on one's already acquired wealth. Reminiscent ideas of this one are also visible in Hobbes (1968) and Rousseau (1985), which were mentioned previously. Consequently, it can be restated that the excessive desire for wealth caused by its insatiability is one of the major reasons for contemporary social problems, such as the aforementioned problem of financial bubbles and their horrible consequences.

It was not only the insatiability of greed that was despised by the Ancient philosophy, but also regarding its consequences of social inequalities. Because as a minority of society gets richer and richer, even it may not be at the expense of others, other parts of society will eventually feel dissent and envy of them. It is not an empty idea that extreme inequalities and resulting frictions in society can lead to its collapse through revolutions. This Ancient idea has already been checked by MacCulloch (2005) using real data to see whether income inequality in a society correlates with preferences for revolt. He found out a positive and explanatory relationship between the Gini coefficient and revolutionary preferences in a given country. This suggests that, indeed, economic inequalities may lead to social frictions and revolutions.

It is another fact that global economic inequality is quite high in contemporary society of the 20th and 21st centuries, higher than in previous centuries. The total global inequality, measured by the Gini coefficient (as %), was 42 in 1820; in 1992 it became 83[2]. It is a striking increase since then. The global inequality, fortunately, has been decreasing since then, one of the reasons being the rise of Asian countries, though it was still very high in 2013 at 64.9[3]. Consequently, it may be concluded that inequality on a global scale is another problem of our contemporary society, which may even lead to frictions and conflicts among states. It is visible that the development of international trade and overall economic growth did not help much the inequality problem, both domestically and globally. On the contrary, the excessive desire for wealth by a minority of rich contributes to this rising inequality in the face of poorer ones who do not have this luxury. It can be concluded that the excessive pursuit of wealth is harmful to relations both within societies and between societies, because of its outcome of rising inequality.

[2] Roser, M. (2013). Global Economic Inequality. *OurWorldInData.org* https://ourworldindata.org/global-economic-inequality (accessed on October 15, 2023)

[3] Ibid.

Having given and discussed all these arguments, rather than trying to make a hierarchy of passions and countervailing one by another, it may still be reasonable to suggest that *moderating* any of our passions with the help of our *own reason* would be a virtuous approach. This suggestion can be compared to the moderation idea of the Ancient philosophy, and contrasted to their idea of communal reason or the reason of state, as the individual reason is asserted in this paper. The idea that a public authority is to suppress individual passions is not acknowledged. But it is asserted that *individual reason* is to *moderate* passions and avoid excesses, in line with the Stoic idea. On the other hand, the idea of reason that is used to calculate and maximize material self-interest is declined, as it reminds of a reason seduced by the passion of greed in this setting. As a result, it is suggested by this paper that the Ancient idea of moderation is still relevant and significant in contemporary society given all aforementioned discussions and arguments regarding the question of "*How to treat passions?*", with one reservation that this moderation could be, hopefully, carried out freely by individuals themselves and not at all by a public authority.

Conclusion

The history of ideas on how to treat passions, especially greed, has been briefly described and discussed alongside the economic realities of different periods and their evolution. Subsequently, some economic realities of our day are also mentioned and a specific approach toward them is proposed as a reaction to this flow of ideas, especially to the idea of the *doux commerce* and the Montesquieu-Steuart doctrine that was introduced by Hirschman (1997). The point of this paper is to invoke the idea that it is not our passions or self-interest that are destructive and harmful for us and for society, but it might be our failure to moderate our passions, and greed, as the Ancient and the Stoic philosophers would suggest. From different approaches and viewpoints, this Ancient idea of moderation has been discussed and developed in the face of our contemporary experiences and understandings.

Even though *reason* is suggested to be the way of achieving this moderation, still, what principles and rules will guide our reason in achieving it in different circumstances are still open to question and discussion. Mainly, what kind of theory of moderation could be developed to be used as a guide that can be applied to different circumstances, is still an unanswered question. Finally, it may be suggested that any attempt to answer these questions may shed light upon our way to treat our passions rightly and to live harmoniously both within ourselves and within our society.

References

Almond, G., Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton University Press.

Aristotle (1968). The Nicomachean Ethics. In: *Aristotle*, in 23 vols., vol. XIX. Loeb Classical Library: Heinemann / Harvard University Press.

Benedict, R. (2020). *The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture*. Origami Books.

Brown, P. (2008). *The Body and Society: Men, Women, and Sexual Renunciation in Early Christianity*. Columbia University Press.

Dodds, E. (1951). *The Greeks and the Irrational*. University of California Press.

Ferguson, A. (2001). *An Essay on the History of Civil Society* (F. Oz-Salzberger, ed.). Cambridge University Press.

Force, P. (2003). *Self-Interest before Adam Smith: A Genealogy of Economic Science*. Cambridge University Press.

Frye, T. and Shleifer, A. (1997). The invisible hand and the grabbing hand. *The American Economic Review* **87**(2), 354–358.

Harper, K. (2016). *From Shame to Sin: the Christian Transformation of Texual Torality in Late Antiquity*. Harvard University Press.

Hirschman, A. (1997). *The Passions and The Interests*. Princeton University Press.

Hobbes, T. (1968). *Leviathan* (C. Macpherson, ed.). Penguin.

Hume, D. (2004). *A Treatise of Human Nature* (E. Mossner, ed.). Penguin.

James, S. (2006). *The passions and the good life*. In: Rutherford, D. (ed.) *The Cambridge Companion to Early Modern Philosophy*. Cambridge University Press, pp. 198–220.

Lord Shaftesbury. (2003). *Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times*. Cambridge University Press.

MacCulloch, R. (2005). Income Inequality and the Taste for Revolution. *The Journal of Law and Economics* **48**(1), 93–123. DOI: 10.1086/426881

Marx, K. (1982). Capital: *A Critique of Political Economy: Vol. 1* (B. Fowkes, trans.). Penguin Books.

Montesquieu. (1989). *The Spirit of the Laws* (A. Cohler, B. Miller and H. Stone, eds.). Cambridge Texts in the History of Political Thought: Cambridge University Press.

Movsesian, M. (2018). Markets and morals: The limits of doux commerce. *William & Mary Business Law Review* **9**(2), 449–475.

Nietzsche, F. (2011). *On the Genealogy of Morals* (W. Kaufmann, ed.). Vintage Books.

Oman, N. (2016). *The Dignity of Commerce: Markets and the Moral Foundations of Contract Law*. The University of Chicago Press.

Rousseau, J.-J. (1985). *A Discourse on Inequality* (M. Cranston, trans.). Penguin.

Scheler, M. (1961). *Ressentiment* (W. Holdheim, trans.; L. Coser, ed.). The Free Press.

Smith, A. (1976). *An Inquiry into the Causes and Nature of the Wealth of Nations* (R. Campbell and A. Skinner, eds.). Clarendon Press.

Verburg, R. (2012). The rise of greed in early economic thought: From deadly sin to social benefit. *Journal of the History of Economic Thought* **34**(4), 515–539. DOI: 10.1017/S1053837212000508

Weber, M. (2005). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (T. Parsons, trans.). Routledge Classics.

Williams, B. (2008). *Shame and Necessity*. University of California Press.

Terra Economicus, 2024, 22(1): 62–80
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-62-80

Коллективные действия в реализации климатической политики: роль населения

Курбатова Маргарита Владимировна
Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия, e-mail: kurbatova-07@mail.ru

Донова Инна Вениаминовна
Кемеровский государственный университет, Россия, e-mail: idonova@gmail.com

Цитирование: Курбатова М.В., Донова И.В. (2024). Коллективные действия в реализации климатической политики: роль населения. *Terra Economicus* **22**(1), 62–80. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-62-80

В связи с масштабностью проблем климатических изменений более значимыми в климатическом регулировании обычно признаются действия государств и фирм. Однако не меньшего внимания заслуживают изменения в поведении индивидов. Этому вопросу в последние годы уделяется возрастающее внимание ученых и экспертов. Ставятся задачи изменения поведения с целью сокращения углеродного следа домохозяйств и усиления давления на политиков для более быстрого принятия мер климатического регулирования. Целью данной статьи является оценка современной роли населения (его информированности, отношения к климатическим изменениям, готовности к действиям) в глобальной климатической политике. Теоретическую основу исследования составила теория коллективных действий в ее разных версиях. Оценка роли населения в глобальной климатической политике проводится на материалах социологических исследований. Выделены особенности коллективных действий по противодействию климатическим изменениям, а также взаимодополняемые подходы к ним, по-разному представляющие решение «социальной дилеммы» в отношении охраны окружающей среды. Охарактеризованы разные подходы к вовлечению отдельных индивидов в формирование механизмов приспособления экономики к климатическим изменениям (инструментальный, полицентрический, этический). На основе материалов ряда социологических исследований показано, что в настоящее время реализуется инструментальный подход. Оценка современной роли населения в глобальной климатической политике показала не очень высокую готовность населения к коллективным действиям, достаточно широкое использование инструментов поведенческой экономики и серьезные различия между странами и группами стран. Сделан вывод о том, что повышение роли населения в коллективных действиях по реализации климатической политики должно происходить на основе решения более фундаментальных задач формирования этически ответственного поведения индивидов в отношении окружающей среды и обеспечения внимания к экологическим проблемам на всех уровнях экономической системы.

Ключевые слова: *климатическая политика; экологические проблемы; социальная дилемма; коллективные действия; группы интересов; полицентрический подход; экологическая этика*

Финансирование: *Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (FSRZ-2024-0003).*

© М.В. Курбатова, И.В. Донова, 2024

Collective action in climate policy implementation: The role of citizens

Margarita V. Kurbatova
Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia, e-mail: kurbatova-07@mail.ru

Inna V. Donova
Kemerovo State University, Russia, e-mail: idonova@gmail.com

Citation: Kurbatova M.V., Donova I.V. (2024). Collective action in climate policy implementation: The role of citizens. *Terra Economicus* **22**(1), 62–80 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-62-80

We assess the role of citizens in global climate policy using empirical data from a range of sociological studies. The scale of the environment challenge, with climate change issues as its essential part, usually implies that countries and organizations are treated as the key actors whose influence on climate regulation is significant. Meanwhile, in recent years, scholars and experts pay increasing attention to citizen behavior change. On the personal level, behavior change goals may involve the measures for reducing carbon footprint, as well as pressure on policymakers to encourage climate regulations. The purpose of this article is to assess the current role of citizens (their awareness, attitudes to climate change, and willingness to act) in global climate policy. Our theoretical framework is the theory of collective action and its modifications. We highlight the peculiarities of collective action to counteract climate change, as well as complementary approaches which represent the solution of the "social dilemma" regarding environmental protection from different perspectives. Approaches to citizen engagement in climate change adaptation may vary (instrumental, polycentric, ethical). We found that currently the instrumental approach is being implemented. Our results show that currently citizens' readiness for collective action on climate change issues is not high. We also found a wide variance across countries and their groups in terms of citizen engagement, and a rather intensive application of behavioral economics tools. We conclude that the role of citizens' collective action in climate policy implementation addresses such underlying concerns as ethical responsibility towards environmental sustainability and public attention to environmental issues on different levels of the economy.

Keywords: *climate policy; environmental issues; social dilemma; collective action; interest groups; polycentric approach; environmental ethics*

Funding: *The study was funded by the State Assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (FSRZ-2024-0003).*

JEL codes: *Q54; A13*

Введение

Борьба с изменением климата и его последствиями к настоящему времени вышла на первый план среди Целей устойчивого развития (ЦУР)[1]. Выводу данной проблемы в приоритеты политической и социально-экономической повестки предшествовал длительный период становле-

[1] Цели в области устойчивого развития. *ООН*. https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/ (дата обращения: 11.12.2023)

ния глобальной климатической политики[2]. Как любой процесс, затрагивающий экономические интересы различных групп экономических субъектов, ее формирование оказалось подвержено влиянию наиболее сплоченных групп «особых интересов». В результате наблюдается ярко выраженная асимметрия в сторону мер митигации (смягчения антропогенного воздействия на климатическую систему, борьбы с причинами изменения климата) и существенная недооценка мер адаптации (борьбы с последствиями этих изменений, корректировки процессов и действий с целью снижения потенциальных рисков или использования благоприятных возможностей, связанных с изменением климата).

За таким перекосом скрываются интересы бенефициаров энергоперехода, который рассматривается как основное направление снижения потоков парниковых газов. Проблематика климатических изменений, пропущенная через политико-экономическую «воронку» согласования интересов, серьезно трансформировалась. Институциональный проект формирования институтов глобального реагирования на угрозы изменения климата, как проект обеспечения приспособления хозяйственной деятельности к ограничениям нового типа – климатическим, замещается проектом низкоуглеродной экономики, т.е. создания для хозяйственной деятельности ограничений углеродной нейтральности (Курбатова, Пыжев, 2023: 18–19).

В связи с масштабностью проблем климатических изменений более значимыми в климатическом регулировании обычно признаются действия государств и фирм. Однако не меньшего внимания заслуживают изменения в поведении индивидов. На это в последние годы указывается в докладах международных организаций, вовлеченных в разработку и реализацию проекта низкоуглеродной экономики. В докладах Всемирного экономического фонда (ВЭФ) отмечается, что неспособность смягчить процессы изменения климата оценивается как одна из самых серьезных угроз, продвижение к модели низкоуглеродного развития идет крайне медленно[3]. Создание условий для ускорения соответствующих изменений увязывается с использованием силы общественного контроля[4]. По мнению К. Шваба, решение проблемы недостаточных усилий государств связано с действиями «других заинтересованных сторон: в первую очередь компаний, инвесторов, а также каждого жителя планеты в отдельности и гражданского общества в целом» (Шваб, 2022: 213). В докладе Международного банка расчетов (*Bank for International Settlements – BIS*) переход к новой модели развития подразумевает изменение существующих производственных структур и моделей потребления, технологий, институциональных механизмов и культурных рамок[5]. Решение климатической проблемы требует, чтобы она рассматривалась не как чисто экономическая, а как моральная проблема[6].

К настоящему времени большинство экспертов пришли к выводу, что изменение моделей производства и потребления и образа жизни людей для перехода к низкоуглеродной экономике является сложной задачей коллективных действий[7]. Актуальным стал вопрос вовлечения населения в реализацию глобальной климатической повестки: люди должны возглавить преобразования как потребители, избиратели и лидеры[8]. В новой «Климатической доктрине Российской Федерации»[9] субъектами реализации климатической политики признаны домохозяйства, граждане РФ, общественные организации (объединения) и другие негосударственные некоммерческие организации.

Целью данной работы является оценка роли населения (его информированности, отношения к климатическим изменениям, готовности к действиям) в глобальной климатической полити-

[2] Центр стратегических разработок (2021). *Климатическая повестка России: реагируя на международные вызовы*. Доклад, с. 55. https://www.csr.ru/upload/iblock/521/521091011093dc8b5ece74c dd8552680.pdf (дата обращения: 11.12.2023)

[3] The Global Risks Report 2023. Insight report. *WEF*, 2023, p. 21 https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf (accessed on December 11, 2023)

[4] The net-zero challenge: Fast-forward to decisive climate action. *World Economic Forum*, January 2020, p. 21. https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Net_Zero_Challenge.pdf (accessed on December 11, 2023)

[5] The green swan: central banking and financial stability in the age of climate change. *BIS*. January 2020, p. 8. https://www.bis.org/events/green_swan_2021/overview.htm (accessed on December 11, 2023)

[6] Ibid., p. 71.

[7] Ibid., p. 5.

[8] The net-zero challenge: Fast-forward to decisive climate action. *World Economic Forum*, January 2020, p. 28. https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Net_Zero_Challenge.pdf (accessed on December 11, 2023)

[9] Климатическая доктрина Российской Федерации. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 26 октября 2023 г. № 812. http://kremlin.ru/acts/news/72598 (дата обращения: 11.12.2023)

ке. Теоретическую основу исследования составляет теория коллективных действий, в ее разных версиях. Это позволяет определить предполагаемый проектировщиками низкоуглеродной экономики характер вовлеченности населения в глобальную климатическую повестку и ожидаемые изменения экономического поведения индивидов.

Оценка роли населения в глобальной климатической политике проводится на материалах социологических исследований. При формировании соответствующей эмпирической базы мы столкнулись с серьезными ограничивающими факторами – закрытием доступа к тем или иным ресурсам и различиями в дизайне исследований. В работе использованы три группы источников: результаты опросов и их интерпретация в научных публикациях и экспертных докладах (исследование авторов из Тюбингенского университета имени Эберхарда и Карла, в основу которого были положены данные репрезентативного на национальном уровне опроса потребителей в США, проведенного по заказу Федерального резервного банка Кливленда в 2020 г.); результаты исследований, представленные на сайтах *Pew Research Center*, *Ipsos Group* и ВЦИОМ; база данных Европейского социального исследования (*European Social Survey*), данные восьмой волны, 2016 г.

Особенности коллективных действий в реализации климатической политики

В основе институционализации глобальной климатической политики лежит признание решающей роли *антропогенного* воздействия на климат. Эта позиция была обоснована Межправительственной группой экспертов по изменению климата (МГЭИК), основанной в 1988 г. В 1992 г. Рамочной конвенцией Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКИК ООН) была провозглашена цель «стабилизации концентраций парниковых газов в атмосфере на таком уровне, который не допускал бы опасного антропогенного воздействия на климатическую систему»[10]. При этом в РКИК ООН содержалось упоминание, что увеличение концентрации парниковых газов в атмосфере в результате человеческой деятельности лишь усиливает естественный парниковый эффект. Присуждением в 2007 г. Нобелевской премии мира А. Гору[11] и МГЭИК была задана направленность глобальной климатической политики: «Своими научными докладами за последние два десятилетия МГЭИК содействовал формированию широкого консенсуса о наличии связи между деятельностью человека и глобальным потеплением»[12]. Направления современной глобальной климатической политики были закреплены в 2015 г. Парижским климатическим соглашением, в котором поставлена задача «развития при низком уровне выбросов парниковых газов»[13]. При этом упоминания естественного парникового эффекта в данном соглашении уже отсутствуют.

Конвенция о решающей роли антропогенного фактора в росте концентрации парниковых газов легла в основу экономико-теоретического осмысления социально-экономических проблем климатических изменений. Они стали рассматриваться как глобальные внешние эффекты деятельности экономических субъектов, а меры по их предотвращению – как глобальное общественное благо, формирование и реализация которого – результат коллективных действий. Состав участников данных коллективных действий постепенно расширялся от экспертного сообщества и международных организаций до национальных государств и глобального бизнеса, и далее до акторов национальных рынков, структур гражданского общества и отдельных индивидов.

По М. Олсону, проблема коллективных действий заключается в том, что рациональный индивид не будет участвовать в действиях в интересах группы, а общегрупповых целей невозможно достичь с помощью обычного рыночного или добровольного действия (Олсон, 1996: 2). Данная ситуация определяется как социальная дилемма, которая обычно возникает в ситуациях взаимной зависимости и заключается в конфликте между индивидуальной рациональностью и оптимальными результатами для группы (Остром, 2010: 10, 11). В социальной дилемме важнейшим является вопрос «как нужно организовать социальные взаимодействия, чтобы люди были

[10] Рамочная конвенция Организации Объединенных Наций об изменении климата. Принята 9 мая 1992 года. https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/climate_framework_conv.shtml (дата обращения: 11.12.2023)

[11] Альберт Гор – 45-й вице-президент США (1993–2001 гг.) в администрации Билла Клинтона.

[12] Нобелевская премия мира. 2007 год: Межправительственная группа экспертов по изменению климата (МГЭИК) и Альберт Арнольд Гор-младший. https://www.un.org/ru/about-us/nobel-peace-prize/ipcc-al-gore-2007 (дата обращения: 11.12.2023)

[13] Парижское соглашение. https://unfccc.int/files/meetings/paris_nov_2015/application/pdf/paris_agreement_russian_pdf (дата обращения: 11.12.2023)

свободны в своем выборе и одновременно избегали исходов, не устраивающих никого» (Боулз, 2011: 22). Взаимная зависимость экономического выбора и взаимодействия индивидов – ключевые особенности коллективных действий. Применительно к современной климатической повестке это означает необходимость координации усилий множества экономических субъектов, имеющих разные, порой противоположные интересы. Центральной проблемой является распределение издержек и выгод приспособления к климатическим изменениям между отдельными субъектами и их различными группами, а также издержек и выгод взаимодействия индивидов. Можно выделить следующие особенности коллективных действий по противодействию климатическим изменениям.

1. С позиций рационального выбора индивидов, соотношения его издержек и выгод. Непосредственное воздействие климатических изменений на индивидов проявляется в новых внешних ограничениях деятельности, обусловленных состоянием природной среды. Ураганы, пожары, наводнения, засухи и другие стихийные бедствия формируют высокие *текущие издержки* тех групп населения, которые им непосредственно подвержены. Они имеют вероятностный характер. Достаточно трудно разделить ущерб природного происхождения и ущерб от нерационального лесопользования и безответственного поведения людей в лесу. Среди факторов роста заболеваемости вследствие глобального потепления – градостроение, урбанистика, состояние систем здравоохранения. На определенных территориях может наблюдаться улучшение условий хозяйственной деятельности и соответствующий рост конкурентоспособности, рабочих мест и доходов. Таким образом, *текущие* издержки/выгоды, обусловленные изменением условий хозяйствования и жизнедеятельности под воздействием климата, имеют вероятностный характер и крайне неравномерное территориальное распределение.

В *долговременном* периоде издержки и выгоды, сопровождающие климатические изменения, становятся еще менее прогнозируемыми из-за высокой неопределенности самих этих изменений и их последствий для хозяйственной деятельности. Усиливается их зависимость от выбранных текущих целей климатической политики, мер и результатов их реализации. Как было показано выше, имеются альтернативные решения снижения потерь: направление ресурсов либо на ликвидацию причин климатических изменений (меры митигации), либо на приспособление хозяйственной деятельности к происходящим изменениям (меры адаптации). От того, какие меры, в каком масштабе, насколько результативно будут реализовываться в текущем периоде, зависит соотношение между долговременными издержками и выгодами от климатических изменений.

Проблема индивидуального выбора осложняется также тем, что действия, диктуемые глобальной климатической политикой, предполагают вполне определенные текущие затраты (например, связанные со сменой модели потребления, изменением технологий, введением углеродного налогообложения и т.п.), в то время как выгоды являются сильно отсроченными и неопределенными. Эти выгоды, скорее, ожидаются в форме снижения будущих потерь, размеры которых в настоящее время трудно прогнозировать. Возникает «трагедия горизонта», когда катастрофические последствия изменения климата будут ощущаться за пределами традиционных горизонтов планирования, что создает издержки для будущих поколений, которые у нынешнего поколения нет прямого стимула учитывать в своей текущей деятельности[14].

Принятие решений рациональным индивидом, таким образом, сталкивается с серьезными информационными проблемами (о самих изменениях и их последствиях; о мерах климатической политики, их «цене» и результативности) и проблемами доверия науке, национальному государству, международным организациям, продвигающим данную повестку (относительно рисков климатических изменений, их механизмов и темпов). Эти проблемы ярко проявляются, например, в риторике агентства «Климатические психологи» (Швеция): «Если каждому индивиду придется самому решать, что следует потреблять для поддержания экологического образа жизни в обществе, которое постоянно искушает сотнями различных предложений, то в какой-то момент голова “закипит”, руки опустятся и возникнет чувство беспомощности» (Андерсон и др., 2021: 65). Фактически здесь обращается внимание на запредельные издержки принятия индивидуальных решений для достижения общей цели снижения рисков климатических изменений.

[14] Carney M. (2015). Breaking the tragedy of the horizon – Climate change and financial stability. Speech at Lloyd's of London, London, 29 September 2015. https://www.bis.org/review/r151009a.pdf (accessed on September 30, 2023)

Возникает дополнительный запрос на достоверную информацию о происходящих изменениях, на доказательства обоснованности целей и мер климатической политики. С другой стороны, у проектировщиков, представляющих «группы особых интересов», имеются возможности для воздействия на эмоции людей и подталкивания[15] их к «правильным» действиям.

2. С позиций взаимной зависимости экономического выбора и взаимодействия индивидов к традиционным проблемам коллективных действий добавляются новые. По М. Олсону, решения в результате коллективных действий принимаются дольше, чем решения индивидов и фирм, и чаще всего они неоптимальны. Группы индивидов с общими интересами имеют разный уровень организованности, возможен сговор. Это препятствует достижению оптимальных решений. Группы различаются по масштабам, что определяет соотношение издержек и выгод их коллективных действий. В малых группах выигрыш отдельного участника достаточно высок, издержки организации ниже, возможности для контроля – выше. Они обладают «непропорционально большой организационной властью» (Олсон, 1998: 74), что способствует более эффективным действиям по сравнению с большими группами. По целям коллективных действий выделяются «группы особых интересов» (распределительные коалиции), которые «ориентированы на борьбу за распределение дохода, а не на увеличение продукта», «навязывают обществу в целом действительно очень большие издержки» (Олсон, 1998: 79, 81). Возникает тенденция «эксплуатации» большинства меньшинством (Олсон, 1996: 3), когда закрытые группы распределительных коалиций, имеющие более сильные стимулы и высокий уровень организации, становятся бенефициарами коллективных действий. Затраты на выгодные им меры политики распределяются среди всех экономических субъектов, а выгоды концентрируются у представителей данной группы. Последние приобретают не только интерес, но и ресурсы для инвестирования в продвижение своих интересов.

Предполагается, что глобальная климатическая политика как общественное благо опирается на общий интерес жителей Земли, готовых защитить себя и будущие поколения от климатических изменений. Однако сложнейшие взаимозависимости приводят к тому, что отдельный индивид сталкивается с неопределенностью и запредельно высокими издержками конкретизации собственной позиции по отношению к климатическим изменениям и мерам противодействия им. У глобального «общего интереса» противодействия климатическим изменениям не определяется рациональная основа, обусловленная экономическим выбором отдельных индивидов. В то же время вполне реальны «общие интересы» по ряду направлений климатической повестки. Во-первых, по проблемам взаимодействия в решении локальных проблем ущерба окружающей среде, сопряженных с выбросами парниковых газов и ухудшающих текущие условия хозяйственной деятельности и жизнедеятельности. Во-вторых, по локальным вопросам адаптации, снижению потенциальных рисков или использованию благоприятных возможностей, связанных с изменением климата. В-третьих, по вопросу роста конкурентных преимуществ за счет реализации мер «зеленой экономики». Первое и второе направления имеют вполне рациональную основу и могут опереться на рациональный выбор отдельных индивидов, взаимодействующих в границах определенных территориальных систем (муниципалитета, региона, страны, группы стран). Третье направление создает основу для формирования «распределительных коалиций» и «эксплуатации большинства меньшинством», выдвижения частных интересов на позиции общих. Так, международные организации, развитые страны, некоторые глобальные компании, предпринимательские ассоциации, инвестиционные фонды и банки, отдельные представители мировой политической элиты – по сути, «малые группы» глобального сообщества – явно лучше организованы для продвижения своих проектов климатического регулирования по сравнению с другими субъектами.

В результате глобальный «общий интерес» противодействия климатическим изменениям приобретает социально-политические или даже социально-психологические «подпорки» (в форме инструментов «подталкивания»). Он спроектирован «группами интересов», которые обладают большей организационной властью и имеют общий интерес для продвижения определенных про-

[15] Под «подталкиванием» понимается «любой фактор, заметно изменяющий поведение» (Талер, Санстейн, 2017: 18). Оно основано на использовании инструментов воздействия на автоматическую систему в отличие от аналитической (Там же: 29). По мнению Р. Талера и К. Санстейна, «…подталкивать людей нужно при принятии решений с отложенными последствиями, сложных, редких, с недостаточной обратной связью, а также с неопределенным результатом» (Там же: 76). Под эту характеристику полностью подходит ситуация климатических изменений.

ектов, прежде всего проекта энергоперехода, замещения ископаемого топлива возобновляемыми источниками энергии (Курбатова, Пыжев, 2023: 14). Политическими и социально-психологическими мерами он навязан субъектам международных отношений и мировому сообществу в целом.

Подходы к анализу коллективных действий при реализации климатической политики

Можно выделить три взаимодополняемых подхода к анализу коллективных действий, поразному представляющих решение социальной дилеммы в отношении охраны окружающей среды: теория коллективных действий М. Олсона; полицентрический подход Блумингтонской школы политической экономии (В. Остром и Э. Остром); этический подход А. Сена.

Теория М. Олсона предполагает установление в результате коллективных действий глобальных правил игры. Она предсказывает, что без навязываемых извне правил глобального масштаба никто не будет принимать решения по предотвращению климатических изменений. Достижение же соответствующего соглашения об общих действиях встречает серьезные преграды в связи с определением вклада в его достижение, а также распределения между различными группами интересов ожидаемых выгод и затрат от принятых мер. Э. Остром критикует данную теорию за негибкость, обусловленную проблемой «безбилетника» и низкими стимулами к достижению согласия, определяет ее как «теорию коллективного бездействия» (Ostrom, 2014: 102).

Полицентрический подход предполагает множество центров принятия решений, которые формально независимы друг от друга. По определению В. Острома, «спонтанный или полицентрический порядок – это порядок, в котором многие элементы способны вносить взаимные приспособления для упорядочения своих отношений друг с другом в рамках общей системы правил, где каждый элемент действует независимо от других элементов» (Ostrom, 1999: 57). В основу данного подхода положено представление о том, что антропогенные воздействия на климат обусловлены наличием «множественных внешних эффектов в малых, средних и крупных масштабах в рамках глобальных внешних эффектов» (Ostrom, 2014: 103). Традиционный подход, концентрирующийся на борьбе с глобальными внешними эффектами, упускает из вида действия отдельных субъектов, создающих локальные эффекты, которые имеют небольшие масштабы и непосредственно затрагивают небольшой круг участников (как и с кем ездить на работу, как выбрать уровень энергопотребления и его источники, как утеплить дом и т.п.). Это создает основу для выработки на локальном уровне собственной политики местного климатического регулирования и для повышения роли отдельных индивидов и самоорганизующихся групп.

Полицентрический подход позволяет отчасти преодолеть информационные проблемы выбора рациональными индивидами направления действий. Индивиды получают достоверную информацию о непосредственных затратах и выгодах, возникающих на местном уровне; ориентированы на будущее и готовы на местном уровне инвестировать в сохранение окружающей среды как общего ресурса. Кроме того, в самоорганизующихся группах формируются устойчивые механизмы мониторинга взаимных действий и высокий уровень доверия, что позволяет реализовать локальное климатическое регулирование, прежде всего, в отношении решения локальных проблем ущерба окружающей среде, а также локальных мер адаптации. Полицентрический подход представляет решение климатических проблем как «комплекс режимов», совокупность частично перекрывающихся и неиерархических режимов регулирования; в такой системе субъекты, принимающие решения, одновременно конкурируют и сотрудничают, взаимодействуют и учатся друг у друга (Cole, 2015: 114). Преимуществом данного подхода является то, что на локальном уровне поощряются эксперименты, разработка различных стратегий, обмен опытом и обучение, формирование взаимного доверия. Это обеспечивает более эффективное климатическое регулирование.

Подход А. Сена к принятию решений о производстве общественных благ (в том числе по защите окружающей среды) основан на его представлении о развитии как процессе расширения реальных прав и свобод людей. Разрешение социальной дилеммы видится им в развитии индивидуальных предпочтений и норм взаимодействия в ходе публичных дискуссий (Сен, 2004: 278). Формирование этического подхода к проблемам окружающей среды не противоречит рациональному поведению индивида, а является его компонентом, результатом развития социальных ценностей и чувства

ответственности: «Если говорить о требованиях к рациональному поведению, то такое поведение должно не ограничиваться выбором непосредственных и изолированных целей, а стремиться к формированию устойчивых целей, исходя из их эффективности и долгосрочности» (Сен, 2004: 298).

В соответствии с подходами к коллективным действиям можно выделить и разные подходы к вовлечению отдельных индивидов в формирование механизмов приспособления экономики и социума к климатическим изменениям.

Первый подход является инструментальным. Коллективные действия индивидов представляются как действия, направленные на достижение выработанной и закрепленной в ряде документов цели. С учетом тенденции «эксплуатации большинства меньшинством» согласованная глобальная климатическая политика соответствует целям «групп особых интересов». Вовлечение населения в климатическую повестку рассматривается через призму консолидации усилий разных субъектов: общая цель – «рецепт один: уголь, нефть и природный газ должны остаться в земле», задача людей – уменьшать свой углеродный след (Андерсон и др., 2021: 9, 16).

Второй подход связан с теоретическими разработками Блумингтонской школы политической экономии, которая рассматривает коллективные действия как проблему координации в процессе выработки решений на разных уровнях (локальном, региональном, национальном, глобальном). Разрешение социальной дилеммы, обусловленной конфликтом между индивидуальной рациональностью и оптимальными результатами для группы, предполагается осуществлять посредством построения полицентрической системы, основанной на взаимодействии множества формально независимых друг от друга центров принятия решений. Добровольное сотрудничество индивидов рассматривается, с одной стороны, как решение на локальном уровне некоторых проблем, касающихся климатических изменений, с другой – как основа и условие результативности государственной политики. Как отмечает Э. Остром, «твердая приверженность поиску путей сокращения индивидуальных выбросов является важным элементом борьбы с изменением климата. Формирование такой приверженности и уверенности в том, что другие также берут на себя ответственность, могут быть более эффективно реализованы в малых и средних подразделениях управления, которые связаны информационными сетями и мониторингом на всех уровнях» (Ostrom, 2014: 123).

Третий подход основан на представлении «об обществе как активном участнике перемен» (Сен, 2004: 308). Предполагается, что общегрупповые цели достигаются посредством добровольного взаимодействия рациональных субъектов, следующих экологической этике. В свою очередь, экологическая этика как общая норма является результатом достаточно сложного процесса общественных взаимодействий, в которые вовлекаются индивиды, обладающие всеми инструментальными свободами (политическими свободами, экономическими и социальными возможностями, гарантиями прозрачности, социальной защитой). Социальная дилемма разрешается посредством формирования новых норм и развития предпочтений индивидов. Данный подход скорее дополняет полицентрический подход; акцентируются иные параметры добровольного сотрудничества (расширение реальных прав и свобод) на разных уровнях экономической системы.

В Парижском климатическом соглашении зафиксирован ряд установок, относящихся к необходимым изменениям в экономическом поведении индивидов. В преамбуле обращается внимание на то, что важную роль в решении проблем, связанных с изменением климата, играет устойчивый образ жизни, а также рациональные модели потребления и производства, а ведущая роль отводится развитым странам. Акцентируются меры, содействующие просвещению, подготовке кадров, информированию общественности, участию общественности и ее доступу к информации по вопросам изменения климата[16]. Данные установки, скорее, соответствуют инструментальному подходу, предполагающему консолидацию усилий по достижению согласованной цели. Однако они не перекрывают возможности ни для полицентрического, ни для этического подхода к выстраиванию соответствующей политики на национальном уровне.

Рассмотрим далее вопросы готовности населения к коллективным действиям при реализации климатической политики, сосредоточившись на факторах индивидуального выбора в условиях новых климатических ограничений экономической деятельности.

[16] Парижское соглашение. Ст. 12. *UNFCCC*. https://unfccc.int/files/meetings/paris_nov_2015/application/pdf/paris_agreement_russian.pdf (дата обращения: 11.12.2023)

Готовность населения к коллективным действиям при реализации климатической политики

Для оценки роли населения в глобальной климатической повестке и сдвигов в поведении значимы данные об информированности и отношении к проблеме, о намерениях людей и их готовности к действиям.

Информированность. Для корректировки своего поведения (и как потребителя, и как гражданина) в ответ на климатические изменения человек должен обладать информацией об этих изменениях, их воздействии, возможности противодействия им. Каналы различны: СМИ, социальные сети, публичные выступления политиков и т.п. При этом можно выделить три информационные проблемы: достоверность информации (результатов исследований последствий климатических изменений и оценки затрат на проведение климатической политики); подача информации (в том числе ангажированность политиков, СМИ и социальных сетей, интенсивность их воздействия); восприятие информации (воздействие на эмоции, трудности, связанные с рациональным осмыслением).

Результаты опросов показывают, что информированность населения о климатических изменениях и их последствиях высока. В ходе исследования *Ipsos*[17] на вопрос «Насколько Вам известно и как Вы думаете, мировой климат меняется или нет?» 87% опрошенных ответили положительно, 7% – отрицательно, остальные – «не знаю». Положительно ответили на вопрос более 95% респондентов в Чили, Перу и Аргентине; более 10% отрицательных ответов было в США, Австралии и Франции. В России положительно ответили на данный вопрос 90%, в Китае – 92%. Данные ВЦИОМ по России 2020 г.[18] показали близкие результаты – большинство опрошенных (93%) считают, что в последние годы на планете происходит изменение климата. По данным восьмой волны Европейского социального исследования 2016 г.[19], на вопрос об изменении климата наиболее уверенно ответили респонденты из Португалии, Бельгии и Швеции. Наименее уверенно – из Израиля, России и Чехии.

Остановимся на двух проблемах информирования населения о климатических изменениях – подаче и достоверности информации. В подаче информации активно используется «эффект фрейминга»[20]. Ссылаясь на научные исследования и воздействуя на эмоции, определенные формулировки «убеждают» людей в неотвратимости и катастрофических последствиях климатических изменений и подталкивают к принятию «правильных решений»: «Ученые предсказывают гибель миллиарда людей после 2100 года из-за глобального потепления»[21]; «Новое исследование… показало, что большинство прибрежных населенных пунктов к концу века будут ежегодно сталкиваться со 100-летними наводнениями, даже при умеренном сценарии, когда выбросы углекислого газа достигнут максимума к 2040 году»[22].

При этом сами ученые оказываются в политико-экономической воронке, фильтрующей исследования как по постановке исследовательских проблем (в климатических изменениях видится главный фактор тех или иных процессов), так и по определению значимости результатов на уровне научных изданий и по их популяризации в СМИ. Подобное отношение к науке складывается не без влияния «групп особых интересов», заинтересованных в активном продвижении определенного понимания проблемы и в принятии выгодных решений, связанных с более активным продвижением энергетического перехода. На

[17] Global views on the environment – 2018. *Ipsos*. https://www.ipsos.com/sites/default/files/Global_Views_on_the_Environment.pdf (accessed on June 20, 2023). Опрос проводился с 23 марта по 6 апреля 2018 г. в 28 странах через систему *Ipsos Online Panel*, международная выборка составила 20 794 чел.

[18] Изменение климата и как с ним бороться. *ВЦИОМ*, 30 сентября 2020 г. https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/izmenenie-klimata-i-kak-s-nim-borotsya (дата обращения: 30.09.2023)

[19] Европейское социальное исследование, данные 8-й волны, 2016 г. http://www.ess-ru.ru/index.php?id=330 (дата обращения: 20.06.2023). В выборку вошли 23 европейские страны, в том числе Россия. N = 44 387 (без взвешивания). Вопросник 8-й волны включал ротационный модуль «Установки по отношению к энергии, энергетической безопасности и изменению климата». http://www.ess-ru.ru/fileadmin/templates/doc/Wave_8_2016/data_ESS_wave8_rus_labels_international_ver_02-23_country.zip (дата обращения: 20.06.2023)

[20] Эффект фрейминга в поведенческой экономике означает когнитивное искажение, которое влияет на восприятие информации. «Формулирование работает потому, что люди склонны к бездумному, пассивному принятию решений. Формулировки – мощное подталкивание, и использовать их нужно осторожно» (Талер, Санстейн, 2017: 44).

[21] Морозова А. В следующем веке климат-кризис может погубить до 10% человечества. https://pogoda.mail.ru/news/57623919/ (дата обращения: 11.12.2023)

[22] Жуткий прогноз: земляне столкнутся со 100-летними наводнениями. https://hi-tech.mail.ru/news/102827-zatoplennaya-zemlya/?frommail=ft_ml (дата обращения: 11.12.2023)

такой подход обращают внимание известные российские ученые: «…глобальная идея неизбежно политизируется, мифологизируется, опошляется, становится источником неправедного дохода для тех, кто умеет абсолютно из всего извлекать для себя выгоду… если вытекающие из климатологических исследований выводы противоречат их интересам, стараются перевернуть в общественном сознании с ног на голову климатическую проблему, квалифицируя всю климатозащитную деятельность как религиозную с атрибутами миссионерского поведения» (Данилов-Данильян и др., 2020: 919).

Отношение к проблеме климатических изменений: восприятие и оценка значимости и рисков климатических изменений. От того, признается ли проблема климатических изменений и насколько значимой она является, зависит готовность индивидов к действиям. Данное отношение сопряжено с фактором подачи информации, но при этом отражает личную включенность, связанную с собственными наблюдениями, индивидуальными издержками или выгодами, обусловленными фиксируемыми изменениями.

Оценка населением значимости проблемы постепенно растет, в том числе под воздействием СМИ. При этом наблюдается «эффект Греты»: люди переоценивают риск стихийных бедствий из-за внимания СМИ к изменениям климата. В ответ на газетную публикацию респонденты показывают статистически значимое (до 3,4 п.п.) повышение ожидаемой вероятности стихийного бедствия, происходит корректировка поведения (Müller et al., 2021: 2, 4).

Личный опыт катастроф повышает ожидания их вероятности (Müller et al., 2021: 10) и оценку значимости проблем климатических изменений. Данную зависимость выявляют исследования *Ipsos Public Affairs*[23]. Так, в комментариях к исследованию июля 2021 г. отмечалось, что самый высокий балл значимости проблемы климатических изменений был зафиксирован в Австралии в феврале 2020 г., после разрушительных лесных пожаров 2019–2020 гг. В августе 2023 г. указывалось, что после волны тепла несколько европейских стран увеличили оценку значимости проблем климатических изменений: Франция – на 5 п.п. (до 30%), Италия – на 7 п.п. (до 27%), Великобритания – на 6 п.п., а Испания – на 3 п.п. В данном случае мы наблюдаем известный в поведенческой экономике эффект доступности[24].

Отношение к проблеме климатических изменений находится также под существенным воздействием социально-демографических факторов, ценностных и нормативных установок. Существует гендерный разрыв в оценках: женщины чаще, чем мужчины, говорят, что изменение климата представляет собой серьезную угрозу. Более образованные люди больше обеспокоены угрозой изменения климата, чем менее образованные. Молодые люди больше обеспокоены, чем пожилые (Müller et al., 2021: 11). Исследования социальных сетей[25] показывают, что основную аудиторию, обеспокоенную изменением климата, составляют молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет. Это частично связано с более широким использованием данной возрастной группой социальных сетей, а также с тем, что это поколение чувствует большую экологическую ответственность. Термины «мистификация», «заговор» и «миф» в основном используют мужчины возраста от 45 до 55 лет.

Практически во всех опрошенных европейских странах опасения по поводу изменения климата меньше среди тех, кто поддерживает правые партии, чем среди тех, кто эти партии не поддерживает. В США 78% демократов и тех, кто склоняется к Демократической партии, говорят, что изменение климата представляет собой серьезную угрозу, по сравнению с 23% республиканцев и их сторонников[26]. В данном случае мы сталкиваемся с когнитивным искажением, известным как «предвзятость подтверждения», когда человек концентрируется на поиске информации, подтверждающей его убеждения, при одновременном игнорировании информации, противоречащей им. Установки идеологического и социального характера становятся причиной отбора и интерпретации информации таким образом, чтобы она подтверждала то, чему он верит или хочет верить.

---

[23] What worries the world – September 2016; February 2017; January 2018; September 2019; October 2020; July 2021; August 2022; August 2023. *Ipsos Public Affairs*. https://www.ipsos.com/ (accessed on June 20, 2023)

[24] Под эффектом доступности понимается оценка вероятности рисков исходя из прецедентов. «В случае с «отклонениями доступности» можно улучшить качество как частных, так и государственных решений посредством подталкивания к объективно необходимому. Чтобы повысить уровень страха, стоит упомянуть о трагическом прецеденте. Вселить уверенность можно, напомнив о похожей ситуации, которая разрешилась благополучно» (Талер, Санстейн, 2017: 35). «Эффект Греты», таким образом, можно рассматривать как частный случай эффекта доступности.

[25] Tolette A. Social media monitoring software uncovers buzz around climate change causes. 29 October 2019. https://www.synthesio.com/blog/social-media-monitoring-software-climate-change-causes/ (accessed on September 22, 2023)

[26] Climate change remains top global threat across 19-country survey». *Pew Research Center*, p. 8. https://www.pewresearch.org/global/2022/08/31/climate-change-remains-top-global-threat-across-19-country-survey/ (accessed on December 11, 2023). Опрос проведен с 14 февраля по 3 июня 2022 г. среди 24 525 взрослых в 19 странах.

Намерения индивидов по изменению своего экономического поведения являются результатом оценки актуальности проблемы, а также признания/непризнания коллективной/индивидуальной ответственности за наблюдаемые климатические изменения.

В исследовании *Ipsos* «*Global Views on the Environment – 2018*», процитированном нами выше, изучались наиболее важные, по мнению населения, экологические проблемы. Было выявлено, что наибольшее беспокойство вызывают три экологические проблемы: глобальное потепление/изменение климата, загрязнение воздуха и борьба с отходами. Изменение климата как важнейшую экологическую проблему наиболее высоко (более 40% респондентов этих стран) оценили в Испании, Южной Корее и Франции. На первое место ее поставили в Канаде, Франции, Германии, Испании и США. Она не вошла в тройку важнейших экологических проблем в Аргентине, Бельгии, Мексике, Польше, России, Саудовской Аравии, Южной Африке, Турции, Бразилии, Китае, Италии, Румынии и Сербии. В России на первое место была поставлена проблема отходов, далее следовали проблемы выбросов и загрязнения воздуха.

Регулярные опросы *Ipsos* фиксируют устойчивый рост значимости проблемы климатических изменений и постепенное оттеснение на второй план проблемы угроз окружающей среде (табл. 1). При этом страны распределяются на две группы. В первой группе значимость проблем состояния окружающей среды оценивается более высоко по сравнению с изменением климата (например, в 2016 г. в Китае разрыв составлял –17 п.п.). Во второй группе, которая преимущественно включает развитые страны, на первый план выходят проблемы климатических изменений (например, в Японии разрыв составлял +7 п.п.). Россия оказалась в конце списка по значимости данных проблем, при более высокой оценке угроз окружающей среде.

Таблица 1

Оценка значимости проблем окружающей среды и изменения климата, *Ipsos*

	Угрозы окружающей среде		Изменение климата		Разрыв (ст. 4–ст. 2)
	%	место	%	место	
Сентябрь 2016 г.	9	14	8	15	–1
Февраль 2017 г.	9	14	8	15	–1
Январь 2018 г.	10	12	10	13	0
Сентябрь 2019 г.	14	11	16	8	+2
Октябрь 2020 г.	9	12	12	9	+3
Июль 2021 г.	9	13	14	9	+5
Август 2022 г.	9	13	17	7	+8
Август 2023 г.	8	12	18	7	+10

Источник: Составлено авторами по: *Ipsos Public Affairs*. What worries the world – September 2016; February 2017; January 2018; September 2019; October 2020; July 2021; August 2022; August 2023. https://www.ipsos.com/ (accessed on June 20, 2023)

Опросы *Ipsos* фиксируют нарастание к 2023 г. озабоченности проблемами климатических изменений в развитых странах, прежде всего в европейских. На первое место вышла Германия, в которой существенно выросла озабоченность населения обеими проблемами, при существенном росте значимости проблемы климатических изменений. Усилилась поляризация двух групп стран: в группе развитых стран отрыв проблем, касающихся климатических изменений, от угроз окружающей среде серьезно вырос и составил в Канаде +15 п.п., Германии +14 п.п., Японии +12 п.п. Это явно было связано с более серьезной раскруткой климатической повестки в общественном мнении этих стран. В свою очередь, в другой группе разрыв нарастал в пользу проблем угроз окружающей среды: в Бразилии –15 п.п., Малайзии и России по –11 п.п. Причем в России существенно выросла значимость угроз окружающей среде.

Таким образом, проблема климатических изменений в последнее десятилетие была серьезно актуализирована, что подталкивает население к более активным действиям по корректировке экономического поведения. Серьезное расхождение между странами вряд ли можно объяснить разницей в темпах потепления, вероятнее всего они связаны с различием информационной политики стран в области продвижения климатической повестки.

Признание населением значимости антропогенного фактора в климатических изменениях становится важнейшим аргументом для взятия на себя ответственности за меры по их сдерживанию. И опросы *Ipsos*

(«*Global Views on the Environment – 2018*»), и Европейское социальное исследование (2016) показывают, что большинство респондентов согласны с тем, что изменение климата в основном вызвано человеческой деятельностью. По данным *Ipsos*, 56% респондентов 28 стран считали, что «изменение климата в основном вызвано человеческой деятельностью» либо «изменение климата полностью вызвано человеческой деятельностью». Более 65% населения считали, что изменение климата в основном / полностью вызвано человеческой деятельностью: в Турции (70%), Сербии (66%), Аргентине (66%), Румынии (65%), Перу (65%), Бразилии (65%). Менее 50% населения: в США (33%), Японии (38%), Саудовской Аравии (39%), Польше (40%), Канаде (40%), Австралии (44%), Великобритании (47%), Швеции (47%), Германии (49%).

По данным Европейского социального исследования, 44,8% опрошенных из 23 европейских стран на вопрос «Изменение климата вызвано природными процессами или человеческой деятельностью, или и тем и другим?» ответили «в основном / исключительно человеческой деятельностью», еще 44,8% – «в равной мере природными процессами и человеческой деятельностью» (см. рис. 1).

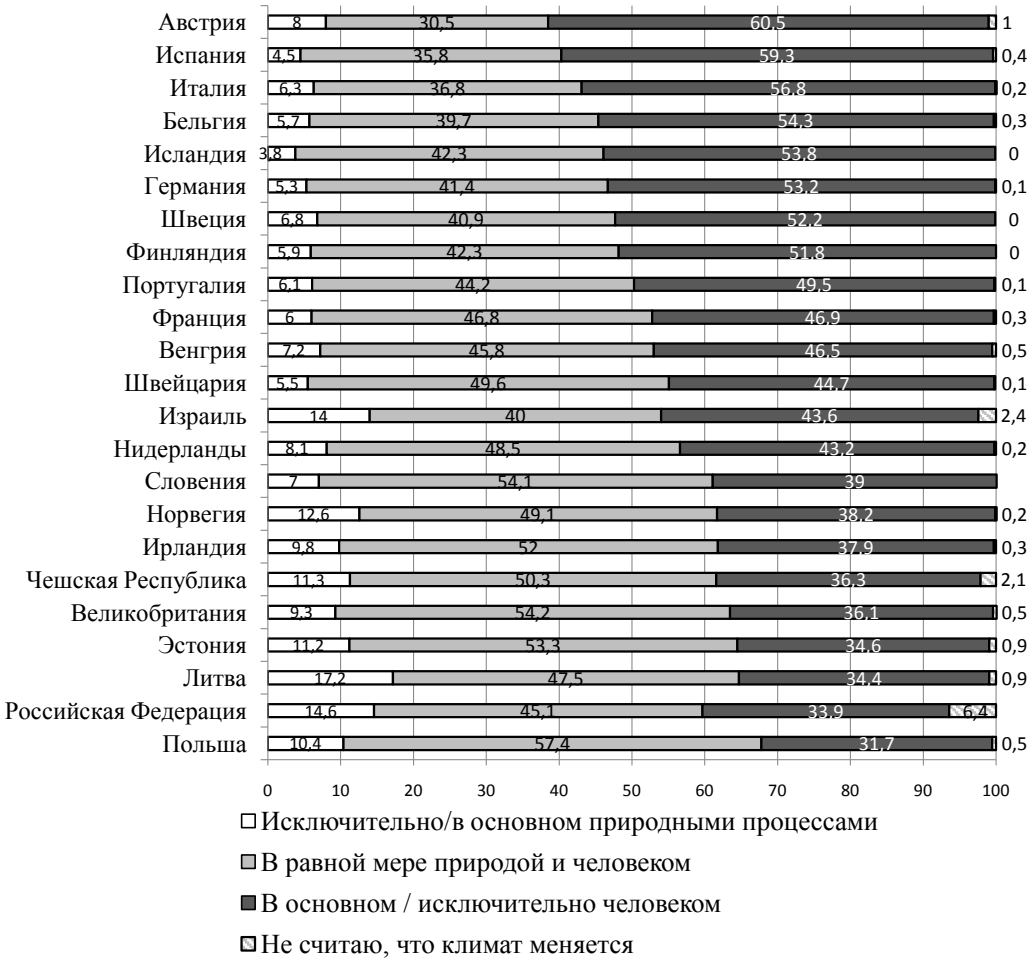

Рис. 1. Факторы климатических изменений

Источник: рассчитано авторами по данным восьмой волны Европейского социального исследования

Более 55% населения посчитали, что изменение климата в основном / исключительно вызвано человеческой деятельностью, в Австрии (60,5%), Испании (59,3%) и Италии (56,8%). Менее 35% – в Польше (31,7%), России (33,9%), Литве (34,4%) и Эстонии (34,6%), т.е. в постсоциалистических странах. Можно предположить, что в более критичном отношении к роли человека в изменении климата до сих пор проявляются социально-культурные различия, оказывающие влияние на восприятие информации о климатических изменениях.

Готовность к действиям индивидов как акторов климатической политики. Данные Европейского социального исследования о чувстве ответственности за помощь борьбе с изменением климата (рис. 2) показывают не очень высокую готовность населения к действиям по борьбе с климатическими изменениями.

Рис. 2. В какой мере Вы лично чувствуете ответственность за то, чтобы помочь борьбе с изменениями климата? (до 10 баллов)
Источник: рассчитано авторами по данным восьмой волны Европейского социального исследования

Наиболее высокую ответственность продемонстрировали страны Западной Европы, наименьшую – Чехия, Россия, Эстония и Венгрия. Признание преимущественно антропогенных причин изменений климата прямо связано с выраженностью чувства личной ответственности в содействии борьбе с этими изменениями. Те опрошенные, кто считает климатические изменения исключительно природными процессами, оценивают свою ответственность с среднем на 3,78 балла, а респонденты с противоположным мнением – на 6,21 балла. Отметим, что такая тенденция (с большей или меньшей степенью контрастности) характерна для всех стран – участниц опроса.

Можно выделить два аспекта действий индивидов: ответственное потребительское поведение и участие в коллективных действиях. Способы сокращения углеродного следа определены в докладе ВЭФ «Задача “чистого нуля”: переход к решительным действиям по борьбе с изменением климата»[27]. Предлагается поменять образ жизни: изменить привычки мобильности (меньше летать, перейти на электромобили, общественный транспорт, велосипеды и т.п.); перейти к устойчивому потреблению (к приобретению более долговечных товаров, к совместному потреблению и т.п.); перейти на устойчивую диету (переход на растительную основу питания уменьшает личный углеродный след среднего гражданина США более чем на 40%, а замена красного мяса курицей уменьшает выбросы CO_2, связанные с едой, более чем на 20%). Активно обсуждаются проблемы «полетного стыда» и более широко – «стыда потребления». *Flygskam* («позор полетов» по экологическим причинам) – экологическое движение, связанное с деятельностью Греты Тунберг, оказывает влияние на воздушное движение. По данным Шведского транспортного агентства, за год количество пассажиров сократилось на 4,4%[28]. Каждый пятый западный путешественник стал летать меньше[29]. Другая тенденция – «позор покупки» (*Köpskam*), стыд покупки новой одежды, развитие платформ перепродажи подержанных товаров[30].

[27] The net-zero challenge: Fast-forward to decisive climate action. *World Economic Forum*, January 2020, p. 28. https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Net_Zero_Challenge.pdf (accessed on December 11, 2023)

[28] Fabre M. En Suède, le ‘Flygskam’, la honte de prendre l’avion, fait chuter le trafic aérien. *Novethic*, 2019. https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/en-suede-le-flygskam-la-honte-de-prendre-l-avion-fait-chuter-le-trafic-aerien-147190.html (accessed on November 20, 2023)

[29] Bowlin L. Are you ashamed to fly? The Greta effect and what can be done to reduce airlines’ environmental impact. https://www.forbes.com/sites/lonniebowlin/2020/03/06/flight-shaming-the-greta-effect/?sh=65f14bb16669 (accessed on November 20, 2023)

[30] Fabre M. Après le flygskam, la honte de prendre l’avion, voici le Köpskam, la honte de consommer. *Novethic*, 2019. https://www.novethic.fr/actualite/social/consommation/isr-rse/suede-apres-le-flygskam-la-honte-de-prendre-l-avion-voici-le-kopskam-la-honte-de-consommer-147817.html (accessed on November 20, 2023)

Действия индивидов как по переходу к ответственному потреблению, так и в отношении коллективных действий связаны с дополнительными текущими затратами, в то время как отдача в виде снижения риска потерь сильно отсрочена. В результате образуется разрыв между декларируемыми намерениями и готовностью к действиям. Рассмотрим данный вопрос подробнее на данных Европейского социального исследования, в котором поставлен вопрос об энергосбережении как факторе противодействия изменениям климата[31]. В целом вклад коллективных действий в сокращение энергопотребления в интересах противодействия изменению климата (вопрос 1 «Насколько вероятно, что экономное расходование энергии поможет уменьшить изменение климата?») оценивается не очень высоко: по 10-балльной шкале средняя – 5,50 балла, медиана – 6,00 баллов. Минимум – 4,68 (Россия), максимум – 6,45 (Португалия). При этом население разных стран по-разному оценивает готовность других людей к энергосбережению (вопрос 2 «Насколько вероятно, что многие люди в мире действительно станут экономнее расходовать энергоресурсы, чтобы попытаться уменьшить изменение климата?») (рис. 3); возможности государств в решении задач энергосбережения (вопрос 3 «Насколько вероятно, что достаточно большое количество государств предпримет меры, чтобы уменьшить изменение климата Земли?»); собственные действия по энергосбережению (вопрос 4 «Насколько вероятно, что, ограничив собственное энергопотребление, Вы сможете способствовать борьбе с изменением климата?»).

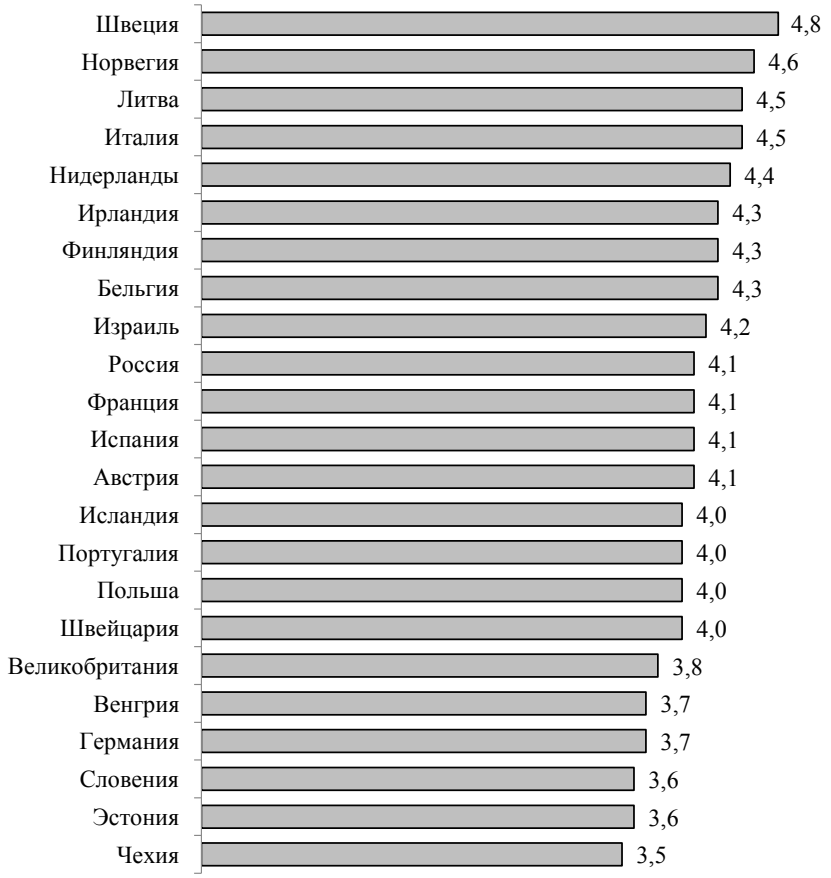

Рис. 3. Оценка готовности других людей к энергосбережению (баллы, 0 – совсем невероятно, 10 – чрезвычайно вероятно)

Источник: рассчитано авторами по данным восьмой волны Европейского социального исследования

Максимальную оценку вероятности более экономного расходования людьми энергоресурсов, чтобы попытаться уменьшить изменение климата, демонстрирует Швеция (4,8 балла из 10), минимальную – Чехия (3,5 балла), Эстония и Словения (по 3,6 балла). По оценкам возможностей

[31] В данном случае может использоваться эффект прайминга как инструмент подталкивания к энергосбережению. В поведенческой экономике прайминг – это эффект предшествования, или фиксирование установки. Как отмечают Р. Талер и К. Састейн, «…измеряя намерения людей, можно повлиять на их поступки. Эффект простых измерений проявляется в том, что, если задавать людям вопрос об их намерениях, они с большей вероятностью поступят в соответствии со своим ответом» (Талер, Санстейн, 2017: 70).

коллективных действий и ожиданиям соответствующего поведения населения (сочетание ответов на вопросы 1 и 2) страны разделились на четыре группы (рис. 4).

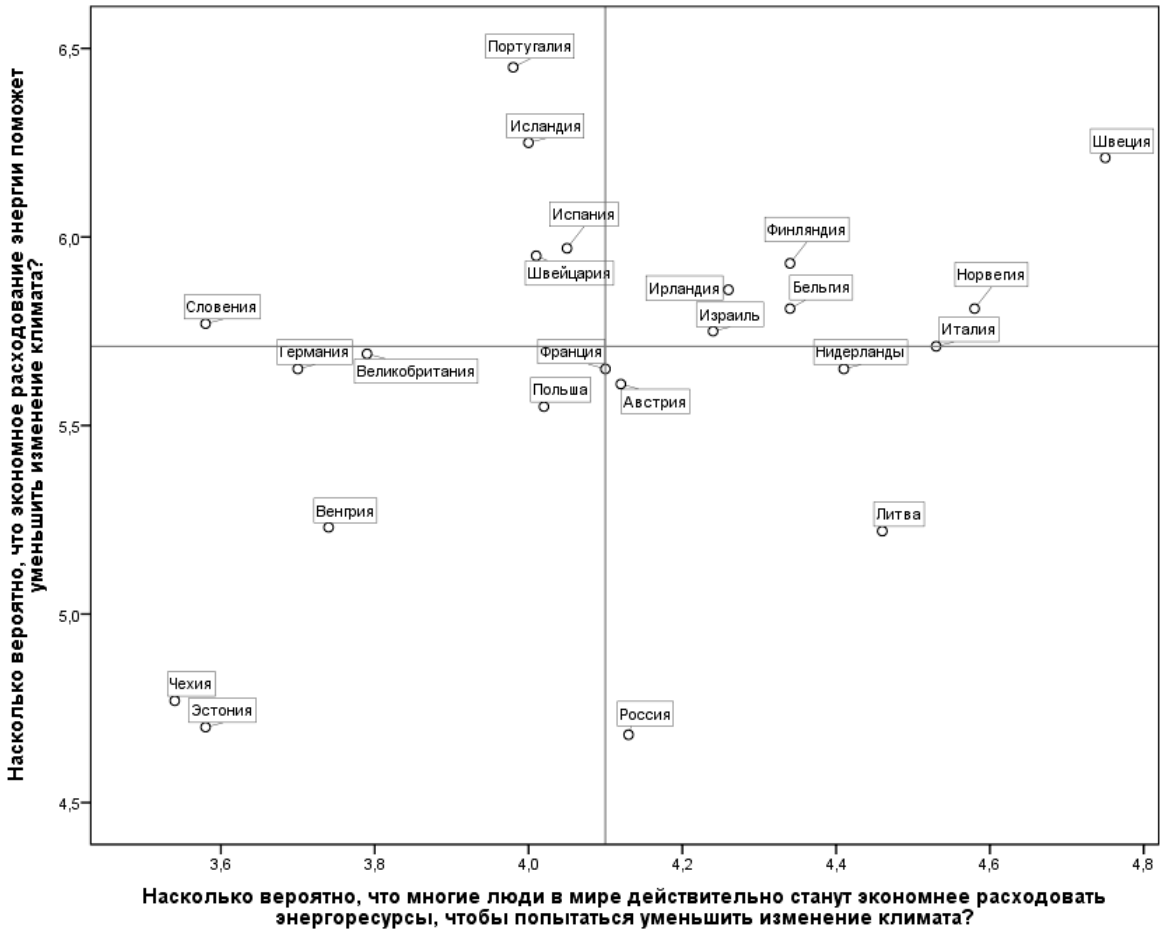

Рис. 4. Оценка возможного вклада коллективных действий в сокращение энергопотребления в интересах противодействия изменению климата и оценка готовности других людей к энергосбережению (опорные линии осей – медианные значения в баллах по всем странам)
Источник: рассчитано авторами по данным восьмой волны Европейского социального исследования

Первую группу стран составили те, в которых оценка в баллах на оба вопроса была выше медианы: Швеция, Финляндия, Ирландия, Бельгия, Норвегия, Израиль, Италия. Это своеобразные *«климатические оптимисты»*, уверенные в возможностях коллективных действий по сбережению энергии для борьбы с изменениями климата. Вторую группу составили те страны, в которых оценка в баллах по вопросу 1 ниже медианы, а по вопросу 2 – выше. В этих странах население невысоко оценивает возможности энергосбережения в противодействии изменению климата, но считает, что другие люди способны к соответствующим действиям *(«климатические реалисты»)*. Эту группу составили Нидерланды, Литва, Австрия и Россия (две последние страны очень близки к границе со следующей группой, Франция – на границе). Третью группу составили те страны, в которых оценка в баллах на оба вопроса была ниже медианы: Чехия, Эстония, Венгрия, Польша, Германия, Великобритания. Это *«климатические пессимисты»*, серьезно сомневающиеся в возможностях коллективных действий по сбережению энергии для борьбы с изменением климата. Четвертую группу составили те страны, в которых оценка в баллах по вопросу 1 выше медианы, а по вопросу 2 – ниже. Население этих стран довольно высоко оценивает возможности сбережения энергии как фактора противодействия изменению климата, но низко оценивает возможности действия других людей по энергосбережению *(«климатические мизантропы»)*. В этой группе – Словения, Португалия, Исландия, Испания, Швейцария.

Расчет коэффициентов корреляции гамма (для порядковых шкал) показывает статистически значимую (на уровне 0,01) слабую положительную связь между уверенностью респондентов в том, что экономное расходование энергии поможет затормозить изменение климата, и оценкой вероятности того, что многие люди в мире действительно станут экономнее расходовать энергоресурсы (γ = 0,286). Россия, Литва и Эстония показывают статистически значимую (на уровне 0,01) умеренную положительную связь нулевого порядка (γ = 0,496). В данной группе стран разрыв в соответствующих оценках наименьший.

Максимальную оценку вероятности того, что достаточно большое количество государств предпримет меры для борьбы с изменением климата, демонстрирует Финляндия (5,1 балла), минимальную – Германия (3,8 балла) (рис. 5). По оценкам возможностей коллективных действий и возможностей государств четыре группы стран выглядят несколько иначе.

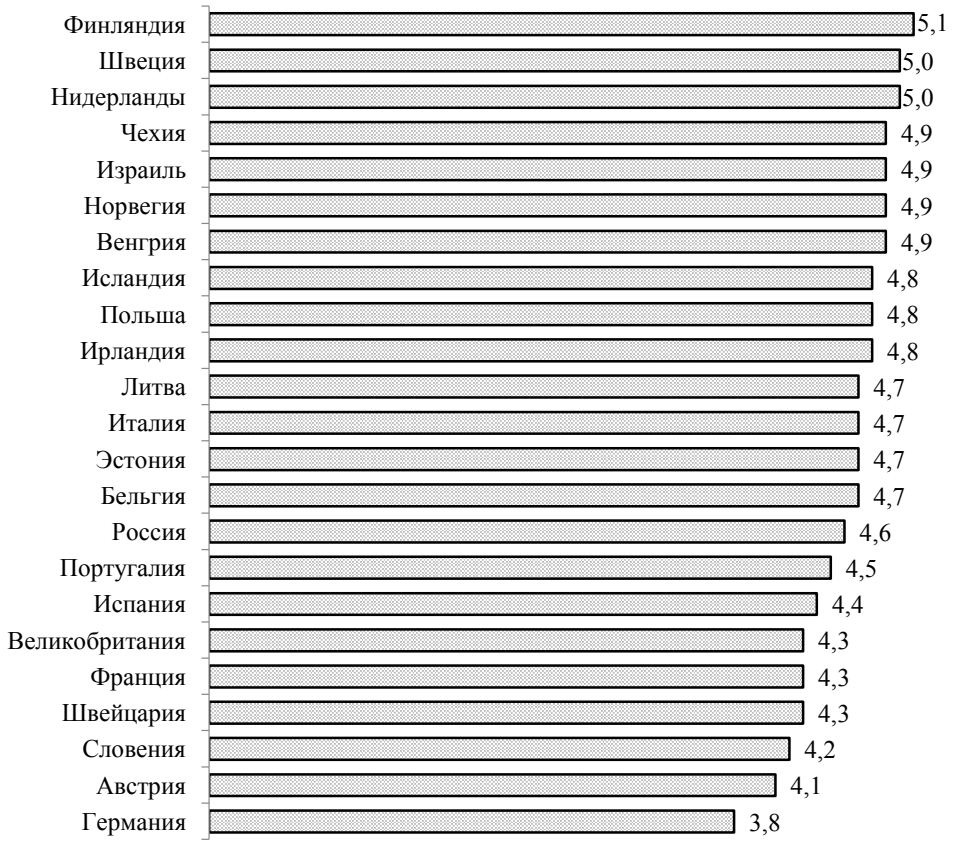

Рис. 5. Оценка возможностей государств в решении задач энергосбережения (баллы, 0 – совсем невероятно, 10 – чрезвычайно вероятно)

Источник: рассчитано авторами по данным восьмой волны Европейского социального исследования

На государство надеются больше, чем на изменение поведения других людей, практически во всех странах, однако для Чехии, Венгрии и Эстонии этот разрыв выражен в наибольшей мере (более 1 балла). Респонденты из Германии и Австрии показывают как наименьшие оценки вероятности действий государств, так и наименьший разрыв этих оценок с вероятностью коллективных действий. По всему массиву респондентов связь между уверенностью в том, что экономное расходование энергии поможет уменьшить изменение климата, и оценкой вероятности того, что достаточно большое количество государств предпримет для этого меры, также можно расценить как слабую положительную (γ = 0,208, статистическая значимость на уровне 0,01). По странам опять выделяются Россия, Литва и Эстония (значения гамма-статистики от 0,396 до 0,401).

Максимальную оценку вероятности того, что сокращение собственного энергопотребления способствует борьбе с изменением климата, демонстрирует Швейцария (5 баллов), минимальную – Эстония (3,2 балла) (рис. 6).

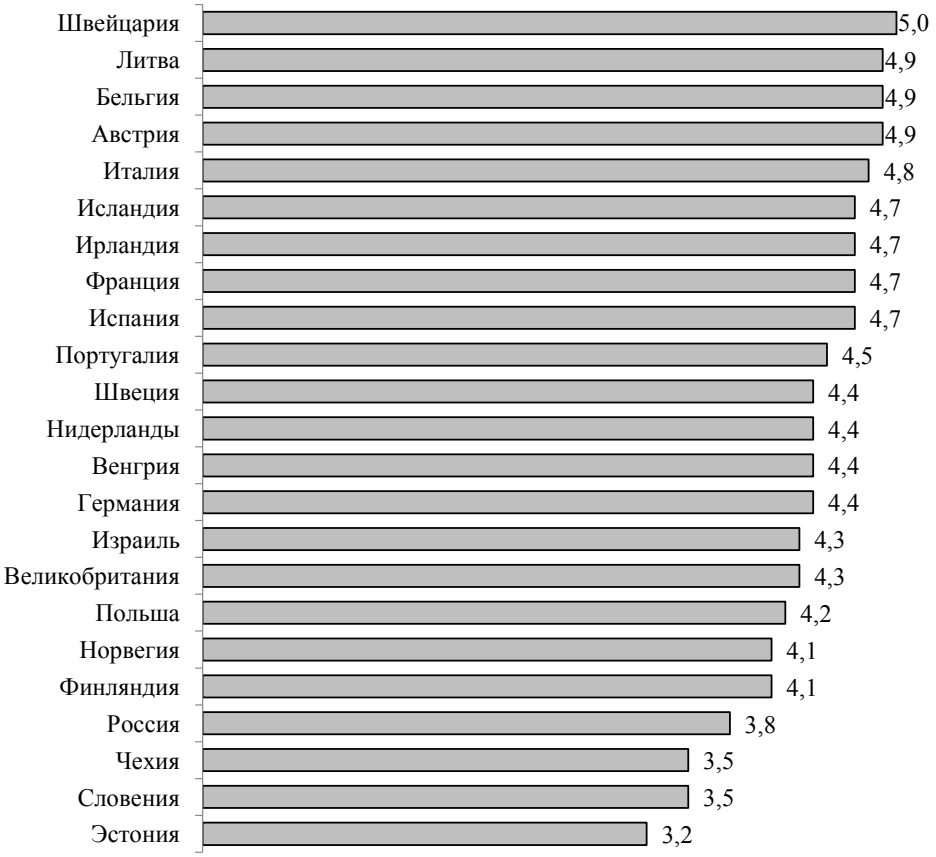

Рис. 6. Оценка вероятности собственных действий по энергосбережению (баллы, 0 – совсем невероятно, 10 – чрезвычайно вероятно)
Источник: рассчитано авторами по данным восьмой волны Европейского социального исследования

По оценке возможностей коллективных действий и оценке вклада собственного энергосбережения четыре группы стран также выглядят иначе. На собственные действия надеются больше, чем на изменение поведения других людей, в Швейцарии, Австрии, Исландии, Германии, Испании, Венгрии, Франции, Бельгии (наибольшие величины разрывов, более 0,5 балла). Расчет коэффициентов гамма показывает статистически значимую (на уровне 0,01) умеренную положительную связь между оценками вероятности коллективных и индивидуальных усилий по энергосбережению ($\gamma = 0{,}396$ по всем странам). Исландия, Литва, Эстония, Россия и Австрия демонстрируют более высокую степень связи между этими оценками (значения гамма-статистик от 0,651 до 0,553).

Разрыв между оценкой возможности коллективных действий и ожиданиями соответствующего поведения населения самый низкий в России (0,55 балла), а самый высокий – в Португалии, Исландии, Словении, Германии (2 и более балла). Разрыв с оценкой вклада государств также наименьший в России (0,09 балла) и наиболее высокий – в Португалии, Германии, Швейцарии (1,7–2 балла). Разрыв с оценкой вклада индивидуальных действий наименьший в Литве (0,3 балла), далее – в России, Бельгии и Австрии (по 0,7–0,9 баллов) и наибольший в Словении, Португалии и Норвегии (1,8–2,3 балла). Таким образом, в России при низкой оценке ответственности за помощь борьбе с изменениями климата и вероятности того, что экономное расходование энергии поможет затормозить это изменение, наблюдается более тесная связь с готовностью к индивидуальным действиям и более высокая оценка вероятности соответствующих действий других людей и государств. Позиция населения России, как и ряда постсоциалистических стран, оказывается более ответственной и рациональной.

В целом проведенное исследование показало не очень высокую готовность населения к коллективным действиям при реализации климатической политики. Несмотря на используемые для изменения поведения людей инструменты подталкивания, оцениваемая личная ответственность за помощь борьбе с изменением климата остается средней. Большая часть населения

признает существование проблем, касающихся климатических изменений, достаточно высоко оценивает их значимость. Однако на фоне других проблем (социальных, охраны окружающей среды) оценка актуальности климатических изменений становится более низкой и существенно различается между странами. Готовность брать на себя ответственность за меры по сдерживанию изменения климата является умеренной и также различается между странами. Бо́льшую нацеленность на соответствующие действия демонстрирует население развитых стран, прежде всего европейских. Более сдержанную позицию в Европе демонстрируют постсоциалистические страны, прежде всего Россия.

Заключение

Важнейшим условием успешной реализации глобальной климатической политики являются коллективные действия индивидов. С одной стороны, коллективные действия могут обеспечивать решение на локальном уровне некоторых проблем, связанных с внешними эффектами хозяйственной деятельности, наносящей ущерб окружающей среде. С другой стороны, оказывая давление на политиков, они составляют основу результативности климатической политики на национальном и региональном уровнях. В то же время данные действия сталкиваются как с традиционными, так и с особенными проблемами. Существенна степень неопределенности, а также запредельно высоки издержки (информационные, согласования деятельности) рационального выбора в отношении направления ресурсов на борьбу с климатическими изменениями.

В настоящее время реализуется, прежде всего, инструментальный подход к вовлечению населения в формирование механизмов приспособления к климатическим изменениям. Действия населения направляются на достижение выработанной и закрепленной в ряде документов цели низкоуглеродного развития. Цели глобальной климатической политики формируются на международном уровне при активном участии международных организаций и конкуренции различных групп стран (развитых и развивающихся, производителей и потребителей углеводородов). На уровне домохозяйств поддерживается борьба за энергосбережение и снижение индивидуального углеродного следа.

Осуществленная в данной работе оценка современной роли населения (его информированности, отношения к климатическим изменениям, готовности к действиям) в глобальной климатической политике показала не очень высокую готовность населения к коллективным действиям, достаточно широкое использование инструментов поведенческой экономики и существенные различия между странами и группами стран. Отвечая на вопрос, следует ли в России направить дополнительные усилия на вовлечение населения в климатическую политику, как политику низкоуглеродного развития, необходимо обратить внимание на ряд обстоятельств. Во-первых, более фундаментальной является задача формирования этически ответственного поведения индивидов в отношении окружающей среды, решения экологических проблем на всех уровнях экономической системы. Во-вторых, сфера глобального климатического регулирования сильно политизирована и является ареной острой конкуренции. Не следует допускать широкого вовлечения россиян в эту борьбу, превращения их активности в инструмент одной из «групп особых интересов», продвигающей энергопереход как приоритетное направление глобальной климатической политики.

Литература / References

Андерссон К., Хиландер Ф., Нилен К. (2021). *Климатическая психология: как добиться устойчивого развития*. Минск: Попурри. [Andersson, K., Hylander, F., Nylen, K. (2021). *Climatic Psychology: How to Achieve Development*. Minsk: Popurri (in Russian)].

Боулз С. (2011). *Микроэкономика. Поведение, институты и эволюция*. М.: Дело. [Bowles, S. (2011). *Microeconomics. Behavior, Institutions and Evolution*. Moscow: Delo Publ. (in Russian)].

Данилов-Данильян В.И., Катцов В.М., Порфирьев Б.Н. (2020). Проблема климатических изменений – поле сближения и взаимодействия естественных и социогуманитарных наук. *Вестник Российской академии наук* **90**(10), 914–925. [Danilov-Danilyan, V., Kattsov, V., Porfiriev, B. (2020). The problem of climate change – The field of convergence and interaction

of natural and socio-humanitarian sciences. *Herald of the Russian Academy of Sciences* **90**(10), 914–925 (in Russian)]. EDN: YKQTJT

Курбатова М.В., Пыжев А.И. (2023). Низкоуглеродная экономика как институциональный проект: проблема и цели. *Journal of Institutional Studies* **15**(2), 6–23. [Kurbatova, M., Pyzhev, A. (2023). The low-carbon economy as an institutional project: Challenges and objectives. *Journal of Institutional Studies* **15**(2), 6–23 (in Russian)]. DOI: 10.17835/2076-6297.2023.15.2.006-023

Олсон М. (1996). *Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп*. М.: ФЭИ. [Olson, M. (1996). *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups*. Moscow: Fund for Economic Initiative Publ. (in Russian)].

Олсон М. (1998). *Возвышение и упадок народов. Экономический рост, стагфляция, социальный склероз*. Новосибирск: ЭКОР. [Olson, M. (1998). *The Rise and Decline of Nations: Economic Growth, Stagflation, and Social Rigidities*. Novosibirsk: EKOR Publ. (in Russian)].

Остром Э. (2010). Теория рационального выбора коллективного действия. Бихевиористский подход. Обращение президента американской политологической ассоциации, 1997 г. *Вопросы государственного и муниципального управления* (1), 5–52. [Ostrom, E. (2010). A behavioral approach to the rational choice theory of collective action. Presidential Address, American Political Science Association, 1997. *Public Administration Issues* (1), 5–52 (in Russian)].

Сен А. (2004). *Развитие или свобода*. М.: Новое издательство. [Sen, A. (2004). *Development as Freedom*. Moscow: Novoe Izdatelstvo Publ. (in Russian)].

Талер Р., Санстейн К. (2017). *Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье*. М.: Манн, Иванов и Фербер. [Thaler, R., Sunstein, C. (2017). *Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. Moscow: Mann, Ivanov and Farber Publ. (in Russian)].

Шваб К. (2022). *Капитализм всеобщего блага: новая модель мировой экономики*. М.: Эксмо. [Schwab, K. (2016). *Stakeholder Capitalism. A Global Economy That Works for Progress, People and Planet*. Moscow: Eksmo Publ. (in Russian)].

Cole D. (2015). *Advantages of a polycentric approach to climate change policy*. Articles by Maurer Faculty. 1415. https://www.repository.law.indiana.edu/facpub/1415 (accessed on 05.05. 2023)

Müller, G., Dietrich, A., Schoenle, R. (2021). *The expectations channel of climate change: Implications for monetary policy*. Beiträge zur Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik 2021: Climate Economics, ZBW – Leibniz Information Centre for Economics, Kiel, Hamburg. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/242446/1/vfs-2021-pid-50466.pdf (accessed on 20.06.2023)

Ostrom, E. (2014). Polycentric approach for coping with climate change. *Annals of Economics and Finance* **15**(1), 97–134.

Ostrom, V. (1999). Polycentricity. Part 1. In: McGinnis, M. (ed.) *Polycentricity and Local Public Economies*. Ann Arbor: University of Michigan Press, pp. 52–74.

Terra Economicus, 2024, 22(1): 81–103
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-81-103

Exploring brand equity assessment within consumer perception. Case of the jeans industry

Luisa Fernanda Hernández-Gallego
Pascual Bravo University Institution, Medellín, Colombia, e-mail: luisa.hgallego@gmail.com

Manuela Escobar-Sierra
University of Medellin, Colombia, e-mail: manuelaescobar@gmail.com

Citation: Hernández-Gallego L.F., Escobar-Sierra M. (2024). Exploring brand equity assessment within consumer perception. Case of the jeans industry. *Terra Economicus* **22**(1), 81–103. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-81-103

The adoption of institutionalist theory derived from Thorstein Veblen is justified by its capacity to confer legitimacy to the subject in an environment where symbolic economies guide exchange intentions. In this context, the fashion industry, grappling with challenges in acquiring new clients and enhancing management performance, seeks alternatives such as brand equity to foster profound symbolic relationships between fashion brands and consumers while conferring legitimacy to the consumer. This study contributes to the comprehension of fashion consumer perception, particularly in response to symbolic stimuli, by delving into the measurement of brand equity in jeans garments. Our methodology was guided by a comprehensive literature review, enabling the construction of a survey instrument to gauge fashion consumers' perceptions of brand equity. Subsequently, we collected a sample of 857 university students from Medellín City, Colombia. The survey results underwent exploratory factor analysis, revealing that brand equity is instrumental in comprehending market dynamics within the fashion industry. We specifically focused on neotraditional, contemporary, and exhibitionist archetypes, highlighting their significance in purchasing jeanswear. These archetypes create symbolic associations between brands and products based on status, differentiation, and market acceptance. Essential consumer variables include popularity, rebuy intent, and social responsibility. These findings hold theoretical and managerial implications, shedding light on the intricate interplay between brand equity, consumer perceptions, and symbolic aspects in the fashion industry.

Keywords: *sociology of consumption; brand equity; fashion industry; jeans apparel; exploratory factor analysis*

JEL codes: *M3; Y8, Y80*

© Л.Ф. Эрнандес-Гальего, М. Эскобар-Сьерра, 2024

Оценка торговой марки в контексте ее восприятия потребителем (на примере джинсовой одежды)

Луиса Фернанда Эрнандес-Гальего
Университет Паскуаля Браво, Медельин, Колумбия, e-mail: luisa.hgallego@gmail.com

Мануэла Эскобар-Сьерра
Университет Медельина, Колумбия, e-mail: manuelaescobar@gmail.com

Цитирование: Hernández-Gallego L.F., Escobar-Sierra M. (2024). Exploring brand equity assessment within consumer perception. Case of the jeans industry. *Terra Economicus* **22**(1), 81–103. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-81-103

Заложенная Торстейном Вебленом институциональная теория показала, что экономическим обменом может руководить символическое значение предмета обмена. В этом отношении компании, работающие в сфере моды, ввиду стремления привлечь новых клиентов и повысить эффективность управления, обращают внимание на способы увеличить ценность торговой марки, тем самым упрочивая символические отношения между модным брендом и потребителем. Наше исследование направлено на то, чтобы улучшить понимание процессов, связанных с восприятием моды потребителями, в особенности в ответ на стимулы символической природы. Мы сосредоточились на измерении ценности торговой марки на примере брендов джинсовой одежды. Обзор литературы послужил теоретико-методологической основой для разработки инструментария, который позволил провести оценку восприятия потребителями тех или иных торговых марок модной одежды. Опрос охватил выборку из 857 студентов университетов г. Медельин, Колумбия. Факторный анализ результатов опроса показал, что оценка торговой марки играет важную роль в понимании рыночной динамики в индустрии моды. Мы уделили особое внимание таким архетипам как неотрадиционный, современный и ориентированный на создание эффектного образа, подчеркнув их значение при выборе джинсовой одежды. Эти архетипы образуют символические ассоциации между торговой маркой и товаром на основе статуса, дифференцирования и рыночного признания. Важнейшими переменными, связанными с восприятием потребителя, являются популярность, намерение совершить повторную покупку и социальная ответственность. Результаты значимы как с теоретической точки зрения, так и в плане управленческих процессов, поскольку проясняют сложную взаимосвязь между ценностью торговой марки, восприятием ее потребителями и символическими аспектами в индустрии моды.

Ключевые слова: *социология потребления; ценность торговой марки; индустрия моды; джинсовая одежда; факторный анализ*

Introduction

The fashion industry shows some needs related to management performance, facing difficulties in achieving new clients. Hence, brand equity appears as an alternative to enable deep relationships in symbolic aspects between fashion brands and consumers. The context in which we settle is Medellín, Colombia because this city's primary income comes from the fashion industry chain, contributing to the country's GDP[1]

[1] Banco de la República (2021). Informe de política monetaria, p. 130. https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/amjd_marzo_2021.pdf

(Carbonó López, 2021). Brand equity facilitates the practice and efficiency of scholars and practitioners to comprehend consumer perception, brand, and its relevance in fashion due to diverse associations made by clients to brand features (Arnett et al., 2003; Davis et al., 2009; Valette-Florence et al., 2011). Some relevant characteristics that brand equity stands out for fashion brands are brand image, stimuli, quality, and awareness, among others, in symbolic aspects representing benefits for fashion consumers (Cho et al., 2015; Raut et al., 2019). Those features of brand equity for the fashion context in Medellín allow us to select the path of messages and communications impact to catch client attention and strengthen loyalty to brands symbolically (Rahman et al., 2021b; Rindell and Santos, 2021).

The fashion phenomenon's main feature is its dynamism in dressing the body and consuming artifacts. We identify a gap in articulating fashion, management, and marketing, particularly in the effort made by managers, which avoid the symbolic aspects, communications, and stimuli that garments generate in fashion consumers conduct to purchase (Quintas-Froufe and Quintas-Froufe, 2010; Hsiao et al., 2020; Koivisto and Mattila, 2020; Llovet Rodríguez, 2016; Wu et al., 2020). Attending to the multiple needs and problem, we focus on symbolic aspects of fashion and garments (Collett et al., 2013; Hsiao et al., 2020). Moreover, brand equity contributes to reducing management gap by studying fashion consumers in Medellín city.

This is due to the need for more knowledge about the relevance of symbolic aspects for the fashion industry (Barthes, 1978; Peirce, 1974), particularly for consumers. We consider the application of brand equity in the process of comprehension from practitioners and scholars of management about fashion consumers, and measuring it through brand equity is an alternative to fill the gap (Kim et al., 2019). In addition, we recognize that the symbolic aspects result in complex translations in strategies and sales for managers. However, those aspects are essential to activate the purchase intention of consumers (Collett et al., 2013; Kim et al., 2019). We decided to study the incidence of garment signs in fashion marketing; in this sense, we want to explore the brand equity measure of fashion consumers' perception in the jeans apparel industry. We mainly focus on the Medellín-Colombia fashion market because we did not find empirical evidence of measuring brand equity punctually in the jeans industry related to consumers' perceptions, which is an opportunity to perform a relevant study to feed the available knowledge.

Brand equity improves symbolic relations where consumers feel represented by fashion brands' discourse (Aaker, 1996b; Raut et al., 2019). Hence, brand equity allows practitioners to reduce management inefficiencies when creating value, and comprehending this concept from a consumer perspective is a guide to proposing strategies (Gómez and Pérez, 2018; Tasci, 2021; Wood, 2000). As well, positive associations given by brand equity generated consumer ease management. However, it is essential to measure and manage results with a reliable instrument (Quan et al., 2020).

Thus, brand equity experts mention emergent concepts to help others comprehend them; scholars recommend some categories to understand the benefits of brands, such as awareness, positive associations, brand image, and quality (Kotler and Keller, 2012; Leuthesser et al., 1995). In this sense, the brand equity approach to explaining human behavior and purpose archetypes helps build brand identity (Castro et al., 2006). The pillars identified among all conceptual proposals are differentiation, attitude, and brand knowledge (Ailawadi et al., 2003; Whan Park et al., 2010). For example, attitude segmentation measures the latent variable of attitude, which is observable in consumers. Another proposal is a price premium to measure perceived quality, indicating consumers' perception of the product (Ailawadi et al., 2003; Huang et al., 2014).

Consumers' perceptions and awareness become the main target of brand equity (Raut et al., 2019; Shen et al., 2012; Zarfino, 2010). The measure implications help management performance; also, a survey for brand equity could inform their dimensions (Davis et al., 2009). The brand equity index is also valuable because it explains consumer perception and enables practitioners to make better decisions in the short term and plan strategies in the long term. Therefore, it is necessary to perform brand equity measurements in fashion to improve market development.

Furthermore, the information on brand equity directs us to understand it as a conceptual focus on the client's perception of brand value (Aaker, 1996b). One of the relevant aspects of this concept is that it allows consumers to connect with brands in a symbolic sense (Whan Park et al., 2010). This discovery is one of the central values of brand equity because, in the economic field, no one focuses on the intangible attributes, which means enriching the symbolic content of brands to strengthen the relationship with users (Gómez and Pérez, 2018; Kim et al., 2019; Obiegbu et al., 2020; Xara-Brasil

et al., 2018). We identify that brand equity still has potential, particularly in the fashion industry, where the symbolic aspect is not fully developed. In this sense, approaching to measure this concept allows us to comprehend fashion brands' tangible and symbolic features (Aaker, 1996b); it also helps us understand the influence of brand equity in consumer perception of jeans apparel.

Moreover, proposing an instrument to measure brand equity can elevate marketing impact in the fashion industry because we will know consumer perception of fashion brands (Horstmann, 2017; Perez and Bairon, 2013; Tranavičiūtė, 2020). Some relevant concepts associated with brand equity are loyalty, quality perception, and fashion awareness as an approach to the consumer (Aaker, 1996b); those insights lead us to recognize the importance of applying, understanding, and measuring brand equity in the fashion industry. In the identification process, we detect a latent need to know and measure consumers' perceptions about the symbolic associations of brands. Solving this need should help us predict purchase decisions and product performance (Hunt, 2010). Furthermore, the Medellín fashion industry represents an attractive context for research and measuring brand equity because it is a growing market, especially in jeans production. Hence, we turn to a segmented sample of fashion consumers of Medellín. In other words, the selection focuses on three consumers' archetypes (Ganassali and Matysiewicz, 2021; Jung, 1970).

On the other hand, scholars mainly use SEM and PLS; these techniques help measure constructs through observable variables, incidences, and correlations (Baah et al., 2021; Matzler et al., 2007). Despite the lack of tools in the literature, the authors encouraged us to explore some ideas of the type of questions we can use for brand equity measures (Aaker, 1996b). Among all Aaker's insights, we highlight (1) does this brand have personality?, and (2) have you ever listened to this brand?

Following the conceptual background, we propose an instrument and a measurement model to comprehend fashion consumers' perceptions about jeans brands' benefits. Moreover, we consider concepts such as brand awareness, differentiation, communications, loyalty, and archetypes (Aaker, 1996a; Keller et al., 2015; Leuthesser et al., 1995). Also, we consider the jeans apparel industry, characterized by the use of denim as a primal fabric, and the silhouette is flexible[2] (Giraldo and Aparicio, 2016). Consequently, we triangulate these variables with three common consumer archetypes named neotraditional, contemporary, and exhibitionist, which we will describe later (Cho et al., 2015; Collett et al., 2013; Goldsmith et al., 1994; Horstmann, 2017; Jung, 1970; Li et al., 2013). Furthermore, we prioritize measuring consumer perception of brand impact and symbolic associations due to the lack of tools created for the fashion industry (Aaker, 1996a; Aaker, 1997). In other words, we want to avoid fashion, management, and marketing inefficiencies by measuring clients' perceptions of value in garment representation (Arai et al., 2013). To create the instrument, we try to increase available information on the concept using a literature review, and we complement it with empirical testing among jeanswear buyers from Medellín.

In this context, our research focuses on creating a measurement instrument of brand equity, and we try to support our decision in the research process; that is why we present the report of the achievements in this text. Furthermore, we found that measuring brand equity might provide tangible and symbolic insights for practitioners and researchers (Bridson and Evans, 2004). Our contribution is oriented to fulfil the lack of theoretical and empirical studies of brand equity in the fashion industry located in the Medellín context. We structure our manuscript as follows. Initially, we offer a general context in the introduction. In the following section, we introduce a brand equity theoretical framework. We describe the methodology that leads us to present our results. In the next section, we offer the literature review, the constructs, and the measurement model. Then, we develop the discussion with other authors. Finally, we feature the conclusions, limitations, and references.

Theoretical background

General context

Initially, the institutionalist theory was adopted for the theoretical frameworks, mainly drawn from Veblen's (2000) work on the leisure class. We chose this because Veblen's text provides insights into marketing, clothing, and symbols, considering them influential factors in specific contexts. The

[2] SURA (2014). Informe sectorial sistema moda. *Estrategias Comerciales*, pp. 7–12. https://www.sura.com/estrategiasComerciales/documentos/pdf/informeSectorial-sistemaModa.pdf (accessed on September 9, 2022)

adoption of institutionalist theory from Veblen is justified by its ability to confer legitimacy to the subject in an environment where the economy of symbols guides exchange intentions. It allows individuals to showcase or imitate the power bestowed upon them through social validation, demonstrating authority, power, or influence. This establishes a social structure that assign status based on one's role, thereby facilitating the integration of disciplinary studies on marketing strategies and clothing symbols.

In Veblen's framework, social dynamics operate on various levels, emphasizing the importance of market dynamics, social roles, and the representation of individuals through clothing for meaningful interactions. The consumption and choice of attire become crucial elements for individuals to achieve interaction and social mobility, symbolizing their economic status.

Specifically, institutionalist theory aids in comprehending the individual, clothing symbols, and the economic backdrop. This theory is enriched by the science of semiotics to delve into the nature of signs, their structures, and the linguistic model, drawing on Peirce's approach (Peirce, 1974). Additionally, the perspective on the market and consumer behavior is enhanced by incorporating the theory of selective attention, which posits that consumers pay heightened attention to specific products when stimuli align with context, imaginaries, and consumer desires (Broadbent, 1958). Furthermore, the project incorporates the symbolic interactionism theory, proposing using a sign system for individuals to communicate intentions within a social context (Simmel, 1950).

In addition, we approach the concept of clothing from a symbolic and communicative perspective rather than focusing on its functional aspects. Scholars suggest a reexamination of its meaning. For instance, researchers characterize clothing as an expression of social habits and traditions (Riello, 2001). Simultaneously, clothing is integral to individuals' social lives, empowering them to represent a particular social status in a given context (Goux, 2011). Moreover, within the realm of economic reasoning, clothing mirrors social values (Gómez, 2011; Jiménez Gómez, 2008) as it serves as both a product and an artefact crafted by individuals to fulfil human and symbolic needs (Baudrillard, 2009).

In economics and management, academics and practitioners study the process where consumers establish emotional bonds with brands, leading experts to create new ways to link them with new proposals or brand values (Rahman et al., 2021a). In this sense, brand equity appears as a construct that allows consumers to create relations with brands in symbolic aspects due to their perception of product features (Wood, 2000). Consequently, we present the main approaches to the brand equity concept.

Authors' approach to brand equity

Brand equity refers to the identity and value of a brand or organization that consumers perceive as attractive; spectators receive a message and build a relationship. However, it is more complex; brand equity reinforces brand attributes in client perception through symbolic meanings of brand products or services (Elliott, 1999). The symbolic perspective of brand equity presents implications for practitioners because consumers search for identity and bonds through the symbolic charge of goods (Elliott and Wattanasuwan, 1998). Therefore, signs and symbols have been considered relevant in business transactions due to their immaterial attributes and difficulty measuring a symbol (Law et al., 2012).

In this sense, we found that the brand equity concept was born in the 1980s, and the pioneer is Lance Leuthesser. This author proposes that brand equity directly influences consumers' knowledge about brands and influences their responses (Leuthesser et al., 1995), helping us comprehend their perceptions. Additionally, differentiation is essential in brand equity to affect customers' expectations (Leuthesser et al., 1995; Leuthesser and Kohli, 1997).

Leuthesser mentions other factors, such as knowledge, because consumers must know brands' attributes and features (Leuthesser, 1997). In his proposal, the consumer response reflects the desire to allow brands to generate loyalty, and one of the main tactics to attract consumers is promotion because it makes them closer to brands hoping to develop loyalty, among other attitudes (Leuthesser, 1997). The elements mentioned represent the first equity stage, particularly brand vision and identity. Additionally, Leuthesser's effort to define the pillars conducts to comprehend value exchange and communication to consolidate a brand's perception. The last element is brand performance, including brand loyalty and price premium. In Leuthesser's (1997) proposal, we recognize the intention to catch and preserve consumers and the necessity of evaluating customers willing to pay

the price to indicate quality, status, and a symbolic representation. Hence, the main recommendation by the author is to go beyond instrumental practices in the brand equity study involving the lifestyle and beliefs of consumers in brand practices.

Another relevant exponent of brand equity is Kevin Keller, who proposed that brand equity is product value, which eludes brand discourse and approach to consumption practice. In contrast to Leuthesser, Keller centers on the product, saying that brand equity generates value and reflects in consumers' feelings (Keller et al., 2015; Kotler and Keller, 2012). He approaches consumer-based brand equity and the effect of brand knowledge produced on consumer response (Kotler and Keller, 2012). The consumer perspective is essential for brands to know consumer power through time. Keller emphasizes clients' perception of brand differences and consumers' responses to brand knowledge, perception, behavior, and preferences (Kotler and Keller, 2012); this leads us to conduct our approach to the perception of fashion consumers. We can see those elements in brand promises, where experts envision what brands should become for consumers, creating brand representations (Keller et al., 2015; Kotler and Keller, 2012).

Furthermore, Kotler and Keller (2012) illustrate some practitioners' applications of brand equity. For example, the BRANDASSET model supported differentiation to measure consumer perception of diverse attributes. In addition, brand attractiveness is one of the valuable features that drew customers' attention, enhancing brand equity performance. Also, Keller mentions a second model named BRANDZ; this model presents sequential steps to achieve brand equity performance (Kotler and Keller, 2012). The first step is the presence, understood as a visualization that helps organizations get closer to consumers, allowing brands to transcend. The authors' proposal on the first stage will enable managers to develop beliefs in consumers for brands. Then, in addition to presence and faith, emotional bonds create market advantages for brands to become competitive (Kotler and Keller, 2012). Finally, the bond where consumers establish rational and emotional attachments with brands and consequences involves consumer perceptions of symbolic features. The purpose of the models is to help brands differentiate in the market. Significantly, Kotler and Keller (2012) determine that brand equity arises when customers know how to differentiate brands according to their attributes and benefits.

On the other hand, one of the most representative authors on brand equity is David Aaker (1996a). His proposal suggests the Likert scale to measure the brand equity concept. Initially, Aaker said that brand equity is a way to create value and hold it on time. He recommends considering price premiums to indicate customers' loyalty to brands. Price premiums give information about consumers' willingness to pay. Another relevant aspect is the perceived quality, which helps measure brand equity under the client's perception of the product and its attributes (Aaker, 1996b).

Aaker suggests considering leadership and popularity to measure brand equity due to consumers' perception and their effect on brand behavior. On the contrary, he determines that associations are among the most vital indicators for measuring brand equity. Consumers perceive value, brand personality, and organizational associations as appealing to symbolic imaginaries of fashion clients. Aaker's proposals are oriented to the symbolic aspects of brands and products that influence clients' responses. Awareness influences consumer perceptions and attitudes toward fashion brands. Finally, Aaker mentions that market behavior refers to market share, price, and distribution due to these elements affecting brands' performance.

Consequently, other authors worked on the brand equity concept, which refers to brand characteristics that add or subtract the value of products (Yoo et al., 2000). Initially, brand equity helps consumers know its value from the consumer's point of view, leading them to make decisions (Baker and Sinkula, 1999). J. Aaker (1997) says that brand equity refers to symbolic aspects of brands because consumers give intangible personalities and attributes to brands to create a bond with products and services. Later, Rahman et al. (2021a) suggested paying attention to consumer-based brand equity. The study shows that brand experiences and cultural intelligence influence consumers' responses to stimuli. The authors' proposals lead us to think that the social aspects of clients determine their relationship with brands. Hence, Tasci (2021) says that consumer-based brand equity focuses on perception categories such as familiarity, image, perceived quality, consumer value, and brand loyalty. Brand equity relates to consumers' symbolic, social, and cultural aspects (Moorman and Rust, 1999).

Notably, consumers establish a relationship between brand equity and fashion when they make symbolic associations with brands (Jayasuriya, 2022). Furthermore, brand equity occurs when sym-

bolic associations consolidate consumer knowledge (Sharma, 2020). Consequently, the brand image is reflected in consumers' self-image. Moreover, the products reflect consumers' identity and self-expression (Seliani and Pratomo, 2019).

In the relationship process between brand equity and fashion, we recognize in the literature that marketing incorporates signs in strategic deployment; however, positive or negative interpretation of signs depends on consumer perception (Sari et al., 2022). Hence, this work recognizes fashion consumers' perceptions and their interpretations of garment signs to make purchase decisions. Thus, brand equity dimensions of associations are essential for brands because signs allow managers and fashion brands to focus on management and marketing activities to generate memories in consumers' minds (Kewenter and Galkin, 2021).

We should remember that brand equity influences consumer perception just as consumers' behavior. Notably, this work approaches the symbolic scenario that is part of the associations' category (Keller and Brexendorf, 2019; Kewenter and Galkin, 2021). Moreover, brand equity in fashion provides competitive advantages for companies, making them respond quickly to fashion trends (Sharma, 2020). In this sense, fashion consumers bond with styles, trends, and products (Cho et al., 2018).

Consequently, brand equity mediates the relationship between brands and fashion, especially from consumers' symbolic associations; this leads brands to construct themselves to provide social signs to consumers (Pool et al., 2018). In the value and signs delivery between consumers, the brand equity must face the typology of clients such as sensorial ones, which search assert themselves through hedonic stimuli that brands offer (Venkatraman and Price, 1990). In other words, the value that brand equity gives to fashion consumers from symbolic associations is external, from product signs that enable the consumer to receive admiration, putting them in a spot of superiority. At the same time, internally, fashion products give status and exclusiveness feeling (Kuusela, 2021). Studying consumer perceptions and their symbolic associations enriches brand equity centers in consumers. Thus, managers and researchers could distinguish and classify fashion consumers more assertively.

We consider literature on brand equity to construct a measurement instrument in this context. Academic ideas lead us to question consumer perception concerning fashion brands and products: (1) do consumers perceive brand value through brand equity; (2) do consumers pay attention to products when they are aware of a fashion brand; (3) whether brand equity allows consumers to make symbolic associations with fashion brands to guarantee a bond. Moreover, we conduct a mixed-method approach to determine the relationship between brand equity and fashion mediated by consumer perceptions.

Methodology

We oriented our methodology through a literature review to obtain referents (Donthu et al., 2021), which allowed us to construct an instrument to measure fashion consumers' perceptions of brand equity. We identify the literature material and acquire and organize the texts by brand equity content to pursue our goal. Later, we filter texts and choose the relevant ones to report the information later (Paul et al., 2021).

Additionally, to organize and analyze the data, we identify the purpose; later, we review construct behavior and prepare test specifications. Furthermore, we extract statistical properties and apply reliability and validity proofs. Finally, we finish by interpreting the scores (Crocker and Algina, 2006).

We collect a peculiar sample for our research. Initially, we segmented the respondents as fashion consumers of jeans. Then, we classify them into three consumer archetypes; this word refers to a model that functions to copy as a referent of perfection related to something. Hence, the fashion industry is not an exception, so we recognize three archetypes. The neotraditional one is characterized for being a person with a classic style that includes new visions (Caldwell et al., 2010; Jung, 1970). The contemporary archetype evolves with new dynamics and proposals (Caldwell et al., 2010; Maloney, 1999). The exhibitionist archetype presents an orientation for extravagance and trends (Baker et al., 2019; Lee and Jung, 2020).

Likewise, we fit the consumers' archetypes into university students. We mainly collect the sample in private and public universities, reaching 857 answers. Moreover, we include in our instrument the primary constructs found in the literature to comprehend the observable variables and consumer perception of brand equity through the measurement instrument. Table 1 presents our methodology design next to the technical details.

Table 1

Methodology design

Criteria	Qualitative approach	Quantitative approach
Role of the theory	Inductive	Deductive
Research strategy	Case study	
Unit of analysis	Constructs	
Sample	53 Documents – 9 primary documents from Scopus database	857 university students from Medellín City[3]
Variables	Characterize the constructs and observable variables	Participants' perceptions of constructs
Data analysis	Literature review and content analysis[4]	Exploratory factor analysis (Crocker and Algina, 2006)

Source: authors

In summary, we execute our analysis in IBM SPSS software, where we interpret the numerical values to achieve the reliability and validity of our created instrument in the specific case of Medellín.

Results

Medellín City is recognized as a fashion and textile producer in Colombia, which is why we center on this industry[5] (Carbonó López, 2021). Hence, we identify the opportunity to study brand equity and settle on the context by creating a measurement instrument of brand equity. Consequently, we initiate the qualitative approach to continue with the quantitative one. In interpreting the results, we choose the KMO, a measure of adequacy that helps to know if the instrument suits well (Baah et al., 2021). Consequently, we use Cronbach Alpha, a reliability measure, to analyze whether the instrument meets the required consistency. Those indices allow us to establish the reliability and validity of the instrument (Baah et al., 2021). As we present our methodology, we start identifying the purpose we offer next.

Identify the purpose

A few studies center on a measurement instrument in brand equity, especially to know consumer perception about symbolic aspects. Furthermore, it is expected to find available literature on measure models focused on miscellaneous brand equity, such as perceived quality, price, and brand image (Aaker, 1996b). In this sense, we aim to measure variables about symbolic brand equity issues through consumer perception. Our research approaches to studying and comprehending brand equity with symbolic associations consumers perceive in a fashion context. In this sense, we explore how to measure brand equity in the jeanswear fashion industry in Medellín. Hence, we comprehend the brand equity concept and its observable variables to construct and apply the instrument in the field.

Identify the behavior of the constructs

In our path to consolidate a measuring instrument, we conducted a literature review. We contrast our findings with the authors' ideas, and they clarify that a construct is a concept product of an informed imagination, explaining human behavior (Crocker and Algina, 2006). Usually, tests help researchers to measure constructs through visible indicators. To perform brand equity measurement, we conducted a literature review and recognized the constructs' order and their associated variables. We start with the scholars' proposals around the brand equity construct, and we finish with a synthesis of the authors' proposals, the techniques they used, and the constructs they performed. In this sense Feldwick (1996) says that brand equity has three uses:

[3] For a minimum viable sample, we followed suggestions by Hair et al., 2019.
[4] Literature review and content analysis were guided by Barari et al. (2020) and Crocker and Algina (2006).
[5] Banco de la República as cited above.

- The brand value groups the total of measurable aspects of brands.
- Brand strength measures the strength of clients' attachment.
- Brand description and is associated with consumer beliefs.

Feldwick (1996) takes data from the market, relative prices, behavioral measures from purchase frequency, and product evaluations to measure these uses. In addition, Leuthesser and Kohli (1997) mention the halo effect. This effect is a distortion of the measurement scale. Applying the halo effect on brand equity helps produce a bidirectional relation between beliefs and attitudes. In other words, attitude may generate consumer beliefs about brands. Moreover, this is important because Van Osselaer and Alba (2000) mention that some consumer responses are not conditioned and are intuitive. These findings help us project a consumer response prediction.

Besides, Ailawadi et al. (2003) determined that consumer and business-based brand equity share the same goal: increasing income, cash flow, and profit. The authors propose an income premium to measure brand equity because it is flexible around context changes such as price and market. However, we found more information about consumer-based brand equity in the literature. In this sense, Buil et al. (2013), who studied brand equity and consumer response, say that brand equity depends on perceived quality. Hence, quality leads consumers to value brands. Buil et al. (2013) conclude that brand equity improves clients' relationships and positive value over brands.

Another perspective of consumer-based brand equity is the proposal by Yoo and Donthu (2001). The authors say psychometric scales are optimal for measuring brand equity and help comprehend clients' cognitive value of brands. Those scales help practitioners to evaluate brands' performance. However, Chandon (2003) mentions the pyramid knowledge, including brand awareness, associations, favorable valuations, and active loyalty. Those classifications allow measuring consumer perceptions. Moreover, those proposals enable us to validate our categories and observable variables.

In the review, we identify that brand equity presents different models; in general, brand equity models are the cost-based method, the method based on market value for organizations, the financial method, and the consumer-based method. However, above all methods, we focus on the last one, mainly interpreting (Aaker, 1996a; 1996b; Aaker, 1997) approach and focus on consumer perception of brand equity in garment signs. Moreover, as we present next, we analyze and recreate the Aaker model for our specific case, as the Figure below depicts.

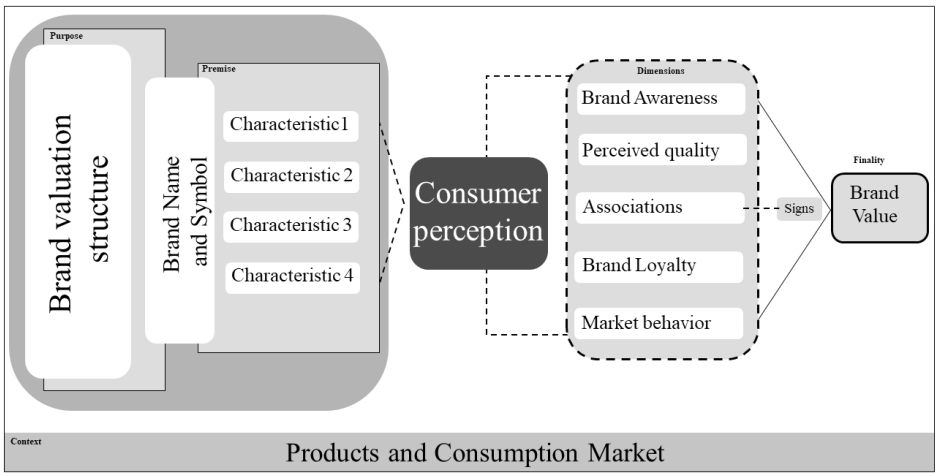

Fig. Interpretation of Aaker's model

Source: authors

Particularly in Aaker's (1996a) model, we pay special attention to the dimensions we use to delimit our instrument because we are interested in consumer perception. Furthermore, we performed a literature review, compiling primary documents extracted from Scopus that provided information about brand equity measures. In this review, we focus on the technique used by chosen authors to measure brand equity and the constructs we present in Table 2.

Table 2

Results of the literature review

Author	Technique	Constructs
Feldwick, 1996	Literature review	Brand value
		Brand strength, e.g., loyalty, awareness, quality, and other associations
Feldwick, 1996	Model review	Beliefs
		Attitudes
		Attributes
		Associations
Ailawadi et al., 2003	Brand equity correlations review	Attitude
		Awareness
		Picture
		Knowledge
Chandon, 2003	Method review	Satisfaction
		Leadership
		Perceived value
		Brand personality
		Brand associations
		Organizational associations
		Brand awareness
Van Osselaer and Alba, 2000	Experimental design	Product features description
		Instinctive attributes
Yoo and Donthu, 2001	Theory review	Consumer willingness, e.g., profit
		Sustainable competitive advantage, e.g., cash flow
		Product
Buil et al., 2013	Conceptual model	Brand awareness, e.g., recognition and familiarity
		Associations, e.g., perceived value, brand personality, and organizational associations
Valette-Florence et al., 2011	Conceptual model	Promotion intensity, e.g., perceived sales
		Brand personality, e.g., amiability, awareness, sophistication, fallacy, and introversion
		Brand equity, e.g., brand social values, brand awareness, brand loyalty, perceived quality
		Symbolic associations
Aaker, 1996a	Brand equity measures	Loyalty
		Perceived quality
		Associations
		Awareness
Tuominen, 1999	Literature review	Brand awareness, e.g., recognition and remembrance
		Brand image, e.g., associations, the strength of associations, favorability of the associations, and unique associations
Tuominen, 1999	Case study	Athletic expertise
		Competition style
		Sportsmanship
		Rivalry
		Physical attractiveness
		Symbol
		Body fitness
		Life story
		Model to follow
		Effort in relationships
Tuominen, 1999	Service case	Brand equity
		Brand awareness
		Brand image

Source: authors

This review helps us identify the constructs, the observable variables, and the most popular techniques to measure the brand equity construct. Moreover, we use that information to present the following results.

Prepare test specifications

We created test specifications for measurement instruments. In this sense, we present multi-dimensional constructs extracted from literature (Castro et al., 2006). Moreover, our model has multiple constructs: first-order, second-order, and third-order. Following the authors' proposals about brand equity constructs, our model presents multidimensional constructs and is helpful for the theory because this type of model gives more context and can perform reflective or formative correlations (Wetzels et al., 2009). Moreover, a model with multidimensional constructs related between them is more valid and reduces theoretical complexity from a functional aspect (Bagozzi et al., 2013).

Consequently, we use the brand equity (Aaker, 1996a) proposal for the test specifications and extract the first, second, and third-order constructs. For example, our first-order construct is brand equity, and from Aaker, (1996a) we took the second-order constructs such as loyalty, perceived quality, brand image, and awareness. At the same time, we take the archetype construct from Arai et al. (2013). The order of constructs of brand equity is presented in Table 3.

Table 3

Ordered constructs of brand equity

First-order construct	Second-order constructs	Third-order constructs
Brand equity	Loyalty	Loyalty
		Brand equity
	Brand image	Associations
		Symbols
		Life story
	Brand awareness	Awareness
	Archetype	Role model
		Fitness
		Physical attractiveness
		Rivalry
		Sportsmanship
		Competition style
		Experience

Source: authors

It is essential to recognize the observable variables for each construct. This recognition helps us to design a complete instrument. Below, we present the identification of the visible variables in Appendix 1. Test specifications constructs and observable variables.

The initial pool of items

Moreover, we use (Aaker, 1996a) and other authors' proposals to build the initial pool of items. However, not all the constructs suit the specific case of jeans apparel and the archetypical consumers; for that reason, we select the most concordant observable variables. Consequently, we continue the questionnaire writing to the literature review and identify the observable variables in Appendix 2, which shows the initial pool of items. In this sense, we took the most representative visible variables proposed by the authors, and we offer the following questions for each construct and variable. After we perform our questionnaire writing process, we follow the reviewing phase, where we involve some academics and practitioners to acquire their opinions and suggestions about the questions.

Review the items

Consequently, we submitted our questionnaire for linguistic verification from experts (Crocker and Algina, 2006). Moreover, we considered the order of the questions and tried to correspond to the observable variables.

Make a preliminary test

In particular, we conduct a tryout with four academic peers from Medellín University and thirty students from Pascual Bravo University and Medellín University (Crocker and Algina, 2006). In this context, we consider a preliminary test with a piece of the sample to check the questionnaire from the perspective of time to answer, verbal tome of the questions, grammar, and drive a common language for the young respondents.

Perform a field-test

In the field test, we clarified that this study collects the necessary answers using information tools due to the pandemic context we have been through; the primary tools were Google Forms, virtual classes, e-mail, and social media to share the questionnaire with our interest sample. Additionally, we followed the proposal of Hair et al. (2019) when he mentioned that every sample should have a 5:1 ratio (Hair et al., 2019). The sample ratio means that if we have 40 questions, we must collect 200 answers. Consequently, we collect 857 responses from jeanswear buyers between 20 and 30 years old. The sample characteristics of fashion consumers allow us to have a significant study. Our empirical contribution is oriented to the lack of evidence of brand equity performance in fashion, specifically with neotraditional, contemporary, and exhibitionist consumer profiles who purchase jeans garments.

Determine statistical properties

In this part, we follow an exploratory factor analysis of a statistical model representing the relationship between variables (Hair et al., 2019). This analysis typically explains the relations through latent variables named factors. The exploratory factor analysis includes statistical procedures to study new dimensions of a scientific problem (Howard, 2016). Furthermore, we implement the exploratory factor analysis to find new latent dimensions of our research problem. As we said before, we apply a questionnaire through observable variables to measure the brand equity construct.

We use the IMB SPSS® software, which helps us process data. For the use of the software, we configure factor extraction. In this part, we choose the maximum likelihood based on the eigenvalue. Next, in rotation, we put Promax. Then, in factorial punctuation, we selected the coefficient matrix. Finally, we suppressed small coefficients in the option, and our absolute value was 0.3. Once the initial configuration was ready, we applied a reliability analysis (Skvoretz et al., 1992). This analysis consists of verifying the reliability and validity of the test under Cronbach alpha parameters, which is a reliability measure, to analyze instrument consistency (Baah et al., 2021).

Design reliability and validity test

We apply some reliability and validity tests to the data in this context. First, in our configuration matrix, the variables change. As we saw before, we had the constructs of loyalty, brand image, brand awareness, and archetype. These constructs vary in the exploratory factor analysis. In our study, the software thought out four factors. In the first one, the IBM software group 14 observable variables related to brand image, awareness, quality, and archetype. In addition, we found that all the factors accomplished with the minimum significance value, the second-factor group nine observable variables related to brand image and archetype. The third factor has six visible variables: loyalty, brand image, and archetype. Finally, the fourth factor has five observable variables linked to the archetype observed in Appendix 3, configuration matrix from IBM SPSS® software.

Consequently, we performed the reliability and validity test through the KMO and Bartlett's test (Escobar-Sierra et al., 2021; Howard, 2016). The KMO relates the correlation coefficients (Baah et al.,

2021). The KMO scale means that if the number is near, one implies a high relation (Howard, 2016; W. Li et al., 2019). In our case, the KMO is 0.930. Hence, a number greater than nine represents a high correlation (Khalili-Damghani et al., 2015). Equally, we apply the Bartlett test, which contrasts the variance. In our data, zero represents a high intercorrelation degree (Hair et al., 2019).

In addition to the KMO and Bartlett test, we perform another reliability test called Cronbach Alpha. We use Cronbach's Alpha to measure the reliability of the data (Yang et al., 2019). We have high reliability because we got a scale of 0.93 (Bartlett, 1959). This number means that our instrument is significant, reliable, and valid (Zaim et al., 2010).

Interpret the scores

We verify the constructs' validity and reliability proposed for the instrument in the fashion context. We recognize that fashion consumers comprehend jeans brands' value through brand equity because the concept exalts symbolic attributes for clients to develop attachments to brands (Leuthesser, 1997). On the other hand, we consider that consumers are aware of the fashion attributes of brands; however, it is necessary to comprehend in depth the effect of the product on consumers due to our consumers' profile selection (Aaker, 1996b; Leuthesser, 1997).

Subsequently, we identify that consumers make symbolic associations with fashion brands through brand equity. Hence, it is crucial to verify the influence of jeans garment signs on brand equity (Aaker, 1996b; Kotler and Keller, 2012). Furthermore, we suggest a new factor grouping supporting the authors' review. Our first factor is performance, second is brand personality, third is satisfaction, and fourth is competitiveness. The new classification is offered in Appendix 4.

Once we consolidate the constructs and their factors, we perform a hermeneutic interpretation to obtain the new factors that IMB SPSS® software throws. In this sense, factor one is oriented to the brand performance in consumer perception. The second factor is brand personality, which refers to the feeling consumers develop for a brand or a product. The third factor is satisfaction, which is oriented to the relationship with the consumer. Furthermore, the last factor is competitiveness, which is the perception of consumers about how the brand relates to the context (Aaker, 1996a; Arai et al., 2013).

Discussion with other authors

Our discussion with other authors found that measuring brand equity involves different aspects. One of those aspects is the second-order constructs. We agree with Aaker's (1996b) proposal because he presents a panoramic view of the essential elements such as brand image, perceived quality, and brand awareness. Those concepts help the researchers and practitioners apply brand equity. Additionally, Aaker's proposal highlights ways to develop brand discourse and catch consumer attention. At this point, we know that measuring brand equity could be complex because we must measure a symbolic phenomenon. However, the process becomes easy if we follow the construct proposal by Aaker (1996b).

In contrast, we identify that some authors use brand equity only to measure clients' perceptions; this is an incorrect use of brand equity because it limits the fieldwork for brands. Brand equity implies multiple functions, such as creating brand discourse, evaluating the impact of quality on clients' purchases, and identifying a specific brand's consumer knowledge (Rahman et al., 2021a). Those elements help to improve brand performance. In addition, the proposal byVan Osselaer and Alba, 2000 needs to be revised because the brand equity measure focuses on product description and instinctive attributes, limiting the clients' relationship with brands. Another weak proposal is from Yoo and Donthu (2001), who said that consumer willingness and competitive advantage help measure brand equity. However, this proposal is just one aspect of brand equity that focuses on organizational performance and needs to cover the share market; brand behavior centers on organizational performance and needs to cover the share market, brand behavior, and context changes.

The literature review finds some essential common elements among the authors. Independent of the type of research, all the authors agree on brand value, price, and brand personality (Aaker, 1996a; 1996b; Ailawadi et al., 2003; Yoo and Donthu, 2001). Moreover, the associations are in the symbolic relation between consumers and brands or products (Leuthesser, 1997; Leuthesser et al., 1995). In

addition, literature usually shows loyalty and brand awareness (Buil et al., 2013; Chandon, 2003). We can infer that studying brand equity involves understanding the brand dimensions of consumer, organization, and context (Arai et al., 2013; Davis et al., 2009).

Conclusions

Exploring brand equity measurement under fashion consumer perception in the jeans industry, we found that symbolic aspects that consumers perceive improve economic discipline as stimuli elements related to purchases; this enables client experiences and the construction of brand awareness. We recognize that exploring brand equity measures is viable and truthful, particularly in the factor extraction process and reliability test. In this sense, we find essential consumer variables such as popularity, rebuy, and social responsibility.

Brand equity affects differentiation because consumers understand the different elements of brands. However, symbolic aspects are included in the differentiation, making consumers choose a brand. This research contributes to the understanding of fashion consumer perception under symbolic stimuli. Understanding other brand equity dimensions in fashion allows academics to chase, review, implement, and evaluate the performance of actions promoting symbolic experiences between consumers and brands. This research presents other variables and a solid symbolic dimension as an alternative to comprehending brand equity.

Our managerial contribution focuses on taking advantage of the impact of symbolic aspects on consumers. Moreover, our proposed instrument might help managers to design and create marketing strategies for the fashion industry focused on brand performance, brand personality from differentiation and taste sense, satisfaction perception, and competitiveness with social awareness. Those variables promote symbolic bonds with brands from fashion consumer perception.

Symbolic focusing that mediates between brand equity, fashion, and consumer perception implies a grade of subjectivity that does not constitute a measurable variable. Additionally, the context and the consumer typology mainly conduct inferences; the challenge consists of taking features of brand equity that scholars and managers may generalize with universal characteristics of fashion consumers to materialize strategies centered in symbolic aspects. One direction important for future research should be to track material variables and attributes of symbolism to define a measurement model and apply confirmatory analysis followed by generic strategies that help to use the construct in diverse contexts.

Furthermore, our methodology allows us to follow a pragmatical process in the humanities field that results in a valid instrument. The qualitative approach gives us the conceptual basis for understanding and measuring the multiple dimensions of the brand equity construct. Consequently, the quantitative approach helps us measure brand equity through statistical analysis that results in the applicability of fashion marketing.

Additionally, once we created and tested our measure instrument, we found that brand equity is helpful to understanding market aspects of brands and consumer perception, particularly in the fashion industry, where we select the neotraditional, contemporary, and exhibitionist archetypes. In addition, we focus on those archetypes that purchase jeanswear, and they establish symbolic associations of brand and products through the comprehension of symbolic aspects such as status, differentiation, and market acceptance. This process allowed us to put academic knowledge into practice. In the future, we expect to contribute to performing a transdisciplinary approach between fashion and marketing with our proposal. Later, we suggest developing a model of structural equations for brand equity. Future research must focus on and replicate our process in the specific field of the marketing mix. Those interested in fashion should develop our approach in the garment and sign context. Our recommendations are oriented toward establishing a conceptual relation between constructs.

References

Aaker, D. (1996a). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review* **38**(3), 102–120. DOI: 10.2307/41165845

Aaker, D. (1996b). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.

Aaker, J. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research* **34**(3), 347–356.

Ailawadi, K., Lehmann, D., Neslin, S. (2003). Revenue premium as an outcome measure of brand equity. *Journal of Marketing* **67**(4), 1–17. DOI: 10.1509/jmkg.67.4.1.18688

Arai, A., Ko, Y., Kaplanidou, K. (2013). Athlete brand image: Scale development and model test. *European Sport Management Quarterly* **13**(4), 383–403. DOI: 10.1080/16184742.2013.811609

Arnett, D., Laverie, D., Meiers, A. (2003). Developing parsimonious retailer equity indexes using partial least squares analysis: A method and applications. *Journal of Retailing* **79**(3), 161–170. DOI: 10.1016/S0022-4359(03)00036-8

Baah, C., Opoku-Agyeman, D., Acquah, I., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E. et al. (2021). Examining the correlations between stakeholder pressures, green production practices, firm reputation, environmental and financial performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Sustainable Production and Consumption* **27**, 100–114. DOI: 10.1016/j.spc.2020.10.015

Bagozzi, R., Yi, Y., Phillips, L. (2013). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly* **36**(3), 421–458. DOI: 10.2307/2393203

Baker, R., Yu, U., Gam, H., Banning, J. (2019). Identifying tween fashion consumers' profile concerning fashion innovativeness, opinion leadership, internet use for apparel shopping, interest in online co-design involvement, and brand commitment. *Fashion and Textiles* **6**, 8. DOI: 10.1186/s40691-018-0158-9

Baker, W., Sinkula, J. (1999). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the Academy of Marketing Science* **27**(4), 411–427.

Barari, M., Ross, M., Thaichon, S., Surachartkumtonkun, J. (2020). A meta-analysis of customer engagement behaviour. *International Journal of Consumer Studies May*, 1–21. DOI: 10.1111/ijcs.12609

Barthes, R. (1978). *El Sistema de la moda*. Gustavo Gili S.A.

Bartlett, F. (1958). *Thinking: An Experimental and Social Study*. London: Allen & Unwin Ltd.

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo*. Madrid: Siglo XXI.

Bridson, K., Evans, J. (2004). The secret to a fashion advantage is brand orientation. *International Journal of Retail and Distribution Management* **32**(8), 403–411.

Broadbent, D. (1958). *Perception and Communication*. Elsevier Science Ltd.

Buil, I., Martínez, E., De Chernatony, L. (2013). The influence of brand equity on consumer responses. *Journal of Consumer Marketing* **30**(1), 62–74. DOI: 10.1108/07363761311290849

Caldwell, M., Henry, P., Alman, A. (2010). Constructing audio-visual representations of consumer archetypes. *Qualitative Market Research* **13**(1), 84–96. DOI: 10.1108/13522751011013990

Carbonó López, L. (2021). The city of clothes at the dawn of modernity. A brief overview of the textile industry growth in Medellin during the second half of the 20th century. *Revista Ciencias y Humanidades* **12**(12), 35–54.

Castro, C., Luis, J., Salgueiro, R. (2006). Constructos latentes y agregados en la economía de la empresa. In *XX Congreso Nacional y XVI Congreso Hispano Frances de Aedem*. Palma de Mallorca: Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa, pp. 979–993. https://idus.us.es/handle/11441/76357

Chandon, P. (2003). Note on measuring brand awareness, brand image, brand equity and brand value. INSEAD Working Paper Series 2003/19/MKT. https://courseware.cutm.ac.in/wp-content/uploads/2020/06/2003-19.pdf

Cho, E., Fiore, A., Russell, D. (2015). Validation of a fashion brand image scale capturing cognitive, sensory, and affective associations: Testing its role in an extended brand equity model. *Psychology and Marketing* **32**, 28–48. DOI: 10.1002/mar.20762

Cho, E., Fiore, A., Yu, U. (2018). Impact of fashion innovativeness on consumer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing* **35**(3), 340–350. DOI: 10.1108/JCM-01-2017-2066

Collett, M., Cluver, B., Chen, H. (2013). Consumer perceptions the limited lifespan of fast fashion apparel. *Research Journal of Textile and Apparel* **17**(2), 61–68. DOI: 10.1108/RJTA-17-02-2013-B009

Crocker, L., Algina, J. (2006). *Introduction to Classical and Modern Test Theory*. Orlando: Cenagage Learning.

Davis, D., Golicic, S., Marquardt, A. (2009). Measuring brand equity for logistics services. *The International Journal of Logistics Management* **20**(2), 201–212. DOI: 10.1108/09574090910981297

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., Lim, W. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research* **133**, 285–296. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.04.070

Elliott, R. (1999). Symbolic meaning and postmodern consumer culture. In: Brownlie, D., Saren, M., Wensley, R., Whittington, R. (eds.) *Rethinking Marketing: Towards Critical Marketing Accountings*. SAGE Publications Ltd, pp. 112–125. DOI: 10.4135/9781446280058

Elliott, R., Wattanasuwan, K. (1998). Brands as symbolic resources for the construction of identity. *International Journal of Advertising* **17**(2), 131–144. DOI: 10.1080/02650487.1998.11104712

Escobar-Sierra, M., Lara-Valencia, L., ValenciaDeLara, P. (2021). 'Step-by-step' method to conduct applied research in organizational engineering and business management (Método 'paso a paso' para la investigación aplicada en el ámbito de la ingeniería organizacional y la gestión empresarial). *Cultura y Educacion* **33**(1), 28–77. DOI: 10.1080/11356405.2020.1859735

Feldwick, P. (1996). What is brand equity anyway, and how do you measure it? *International Journal of Market Research* **38**(2), 85–104. DOI: 10.1177/147078539603800201

Quintas-Froufe, N., Quintas-Froufe, E. (2010). La dimensión comunicativa de la moda: apuntes del caso español. *Zer – Revista de Estudios de Comunicación* **15**(28), 197–212.

Ganassali, S., Matysiewicz, J. (2021). Echoing the golden legends: Storytelling archetypes and their impact on brand perceived value. *Journal of Marketing Management* **37**(5–6), 437–463. DOI: 10.1080/0267257X.2020.1831577

Giraldo, D., and Aparicio, M. (2016). *Analysis of the influence of consumer perception on the purchase of americanino and tennis brands on young people in the city of Cali*. Thesis. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/78405

Goldsmith, R., Flynn, L., Moore, M. (1994). The self-concept of fashion leaders. *Clothing and Textiles Research Journal* **14**(4), 242–248. DOI: 10.1177/0887302X9601400403

Gómez, J. (2011). La fascinación por la moda como expresión de libertad. *RES. Revista Española de Sociología,* (16), 91–113.

Gómez, M., Pérez, W. (2018). International review of management and marketing effects of brand love and brand equity on repurchase intentions of young consumers. *International Review of Management and Marketing* **8**(4), 7–13.

Goux, J. (2011). El precio de las cosas frívolas. *DeSignis* **17**, 15–23.

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.

Horstmann, F. (2017). Measuring the shopper's attitude toward the point of sale display: Scale development and validation. *Journal of Retailing and Consumer Services* **36**, 112–123. DOI: 10.1016/j.jretconser.2017.01.011

Howard, M. (2016). A review of exploratory factor analysis decisions and overview of current practices: What we are doing and how can we improve? *International Journal of Human-Computer Interaction* **32**(1), 51–62. DOI: 10.1080/10447318.2015.1087664

Hsiao, S., Wang, Y., Wang, T., Kao, T. (2020). How social media shapes the fashion industry: The spillover effects between private labels and national brands. *Industrial Marketing Management* **86**, 40–51. DOI: 10.1016/j.indmarman.2019.02.022

Huang, H., Chang, Y., Yeh, C., Liao, C. (2014). Promote the price promotion and the effects of price promotions on customer evaluations in coffee chain stores. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* **26**(7), 1065–1082. DOI: 10.1108/IJCHM-05-2013-0204

Hunt, S. (2010). *Marketing Theory*. M.E. Sharpe, Inc.

Jiménez Gómez, J. (2008). *La moda y la clase social en la era del consumo*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Jung, C. (1970). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Paidós Ibérica.

Keller, K., Brexendorf, T. (2019). Measuring brand equity. In: Esch, F. (eds.) *Handbuch Markenführung*. Springer Reference Wirtschaft. Springer Gabler, Wiesbaden. DOI: 10.1007/978-3-658-13342-9_72

Keller, K., Prameswaran, A., Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Uttar Pradesh: Pearson.

Kewenter, C., Galkin, V. (2021). *Exploring fast fashion renting and its influence on brand equity – A comparative study between Sweden and Russia*. Student publication for Master's degree. Lund University School of Economics and Management.

Khalili-Damghani, K., Tavana, M., Najmodin, M. (2015). Reverse logistics and supply chains: A Structural equation modeling investigation. *International Journal of Industrial Engineering : Theory Applications and Practice* **22**(3), 354–368.

Kim, J., Lloyd, S., Adebeshin, K., Kang, J. (2019). Decoding fashion advertising symbolism in masstige and luxury brands. *Journal of Fashion Marketing and Management* **23**(2), 277–295. DOI: 10.1108/JFMM-04-2018-0047

Koivisto, E., Mattila, P. (2020). Extending the luxury experience to social media – User-generated content co-creation in a branded event. *Journal of Business Research* **117**, 570–578. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.10.030

Kotler, P., Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación.

Kuusela, M. (2021). *Luxury Brand Equity Building in the Digital Age*. Bachelor's thesis. https://aaltodoc.aalto.fi/items/e1f39c62-51a4-4e45-907c-d521b70fc3c8

Law, D., Wong, C., Yip, J. (2012). How does visual merchandising affect consumer affective response?: An intimate apparel experience. *European Journal of Marketing* **46**(1), 112–133. DOI: 10.1108/03090561211189266

Lee, S., Jung, S. (2020). Fashion consumers' channel-hopping profiles by psychographics and demographics. *International Journal of Market Research* **62**(5), 615–632. DOI: 10.1177/1470785318821854

Leuthesser, L. (1997). Supplier relational behavior: An empirical assessment. *Industrial Marketing Management* **26**(3), 245–254. DOI: 10.1016/S0019-8501(96)00092-2

Leuthesser, L., Kohli, C. (1997). Corporate identity: The role of mission statements. *Business Horizons* **40**(3), 59–66. DOI: 10.1016/S0007-6813(97)90053-7

Leuthesser, L., Kohli, C., Harich, K. (1995). Brand equity: the halo effect measure. *European Journal of Marketing* **29**(4), 57–66. DOI: 10.1108/03090569510086657

Li, L., Borland, R., Fong, G., Thrasher, J., Hammond, D., Cummings, K. (2013). Impact of point-of-sale tobacco display bans: Findings from the International Tobacco Control Four Country Survey. *Health Education Research* **28**(5), 898–910. DOI: 10.1093/her/cyt058

Li, W., Ho, M., Yang, C. (2019). A design thinking-based study of the prospect of the sustainable development of traditional handicrafts. *Sustainability* **11**(18), 4823. DOI: 10.3390/su11184823

Llovet Rodríguez, C. (2016). Razones para la emoción en el consumo de moda. *Vivat Academia Revista de Comunicación* **XIX**(137), 57–77. DOI: 10.15178/va.2016.137.57-77

Maloney, A. (1999). Preference ratings of images representing archetypal themes: An empirical study of the concept of archetypes. *Journal of Analytical Psychology* **44**(1), 101–116. DOI: 10.1111/1465-5922.00070

Matzler, K., Renzl, B., Faullant, R. (2007). Dimensions of price satisfaction: A replication and extension. *International Journal of Bank Marketing* **25**(6), 394–405. DOI: 10.1108/02652320710820345

Moorman, C., Rust, R. (1999). The role of marketing. *Journal of Marketing* **63**(4_suppl1), 180–197. DOI: 10.1177/00222429990634s117

Jayasuriya, N. (2022). The impact of Facebook[6] marketing on customer-based brand equity and purchase intention on fashionwear retail industry in Sri Lanka. *Asian Journal of Marketing Management AJMM* **1**(1), 89–112. DOI: https://doi.org/10.31357/ajmm.v1i02.5960

Obiegbu, C., Larsen, G., Ellis, N. (2020). Experiential brand loyalty: Towards an extended conceptualisation of consumer allegiance to brands. *Marketing Theory* **20**(3), 251–271. DOI: 10.1177/1470593119885167

[6] Продукт компании *Meta*, экстремистской организации, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации.

Paul, J., Lim, W., O'Cass, A., Hao, A., Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies* **45**(1), 1–16. DOI: 10.1111/ijcs.12695

Peirce, C. (1974). *La Ciencia de la Semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Perez, C., Bairon, S. (2013). The meta-discourse of contemporary brands and the indexing of consumption: A way to build bonds of meaning. *Social Semiotics* **23**(4), 570–586. DOI: 10.1080/10350330.2013.799011

Pool, J., Asian, S., Abareshi, A., Mahyari, H. (2018). An examination of the interplay between country-of-origin, brand equity, brand preference and purchase intention toward global fashion brands. *International Journal of Business Forecasting and Marketing Intelligence* **4**(1), 43. DOI: https://doi.org/10.1504/ijbfmi.2018.10009308

Quan, N., Chi, N., Nhung, D., Ngan, N., Phong, L. (2020). The influence of website brand equity and e-brand experience on e-loyalty: The mediating role of e-satisfaction. *Management Science Letters* **10**(1), 63–76. DOI: 10.5267/j.msl.2019.8.015

Rahman, M., Abdel Fattah, F., Hussain, B., Hossain, M. (2021a). An integrative model of consumer-based heritage destination brand equity. *Tourism Review* **76**(2), 358–373. DOI: 10.1108/TR-12-2019-0505

Rahman, R., Langner, T., Temme, D. (2021b). Brand love: Conceptual and empirical investigation of a holistic causal model. *Journal of Brand Management*, **28**, 609–642. DOI: 10.1057/s41262-021-00237-7

Raut, U., Pawar, P., Brito, P., Sisodia, G. (2019). Mediating model of brand equity and its application. *Spanish Journal of Marketing – ESIC* ***23***(2), 295–318. DOI: 10.1108/SJME-04-2019-0021

Riello, G. (2001). *Breve Historia de la Moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Rindell, A., Santos, F. (2021). What makes a corporate heritage brand authentic for consumers? A semiotic approach. *Journal of Brand Management* **28**, 545–558. DOI: 10.1057/s41262-021-00243-9

Sari, N., Chan, T., Abd-Ghani, N. (2022). The influence of brand equity and price consciousness on consumers' brand purchase intention of fashion retail apparel. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* **12**(1), 2296–2314.

Seliani, A., Pratomo, L. (2019). Antecedents of Brand Equity. *Manajemen Bisnis* **9**(2), 145–157.

Sharma, R. (2020). Building consumer-based brand equity for fast fashion apparel brands in the Indian consumer market. *Management and Labour Studies* **45**(3), 337–365. DOI: 10.1177/0258042X20922060

Shen, B., Wang, Y., Lo, C., Shum, M. (2012). The impact of ethical fashion on consumer purchase behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management* **16**(2), 234–245. DOI: 10.1108/13612021211222842

Simmel, G. (1950). *The Sociology of Georg Simmel*. New York: The Free Press.

Skvoretz, J., Smith, S., Baldwin, C. (1992). Parallel-processing applications for data analysis in the social sciences. *Concurrency: Practice and Experience* **4**(3), 207–221. DOI: 10.1002/cpe.4330040302

Tasci, A. (2021). A critical review and reconstruction of perceptual brand equity. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* **33**(1), 166–198. DOI: 10.1108/IJCHM-03-2020-0186

Tranavičiūtė, B. (2020). Dreaming of the West: The power of the brand in Soviet Lithuania, 1960s–1980s. *Business History* **62**(1), 179–195. DOI: 10.1080/00076791.2017.1379505

Tuominen, P. (1999). Managing brand equity. *LTA: Liiketaloudellinen Aikakauskirja* **257**(9), 65–100.

Valette-Florence, P., Guizani, H., Merunka, D. (2011). The impact of brand personality and sales promotions on brand equity. *Journal of Business Research* **64**(1), 24–28. DOI: 10.1016/j.jbusres.2009.09.015

Van Osselaer, S., Alba, J. (2000). Consumer learning and brand equity. *Journal of Consumer Research* **27**(1), 1–16. DOI: 10.1086/314305

Veblen, T. (2000). *Teoría de la Clase Ociosa*. Ediciones Elaleph.

Venkatraman, M., Price, L. (1990). Differentiating between cognitive and sensory innovativeness. Concepts, measurement, and implications. *Journal of Business Research* **20**(4), 293–315. DOI: 10.1016/0148-2963(90)90008-2

Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., Oppen, C. van. (2009). Assessing using PLS path modeling hierarchical and empirical construct models: Guidelines. *MIS Quarterly* **33**(1), 177–195. DOI: 10.2307/20650284

Whan Park, C., Maclnnis, D., Priester, J., Eisingerich, A., Lacobucci, D. (2010). Brand attachment and brand attitude strength: Conceptual and empirical differentiation of two critical brand equity drivers. *Journal of Marketing* **74**(6), 1–17. DOI: 10.1509/jmkg.74.6.1

Wood, L. (2000). Brands and brand equity: Definition and management. *Management Decision* **38**(9), 662–669. DOI: 10.1108/00251740010379100

Wu, C., Guaita Martínez, J., Martín Martín, J. (2020). An analysis of social media marketing strategy and performance in the context of fashion brands: The case of Taiwan. *Psychology and Marketing* **37**(9), 1185–1193. DOI: 10.1002/mar.21350

Xara-Brasil, D., Miadaira Hamza, K., Marquina, P. (2018). The meaning of a brand? An archetypal approach. *Revista de Gestao* **25**(2), 142–159. DOI: 10.1108/REGE-02-2018-0029

Yang, C., Cheng, J., Wang, X. (2019). Hybrid quality function deployment method for innovative new product design based on the theory of inventive problem solving and Kansei evaluation. *Advances in Mechanical Engineering* **11**(5), 1–17. DOI: 10.1177/1687814019848939

Yoo, B., Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research* **52**(1), 1–14. DOI: 10.1016/S0148-2963(99)00098-3

Yoo, B., Donthu, N., Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science* **28**(2), 195–211. DOI: 10.1177/0092070300282002

Zaim, S., Turkyilmaz, A., Tarim, M., Ucar, B., Akkas, O. (2010). Measuring customer satisfaction in Turk Telekom Company using structural equation modeling technique. *Journal of Global Strategic Management* **7**, 89–99.

Zarfino, K. (2010). *Moda y conciencia = Fashion and awareness*. *Datatèxtil* (23), 38–45.

Appendix 1

Test specifications constructs and observable variables

First-order construct	Second-order constructs	Third-order constructs	Observable variables
Brand equity	Loyalty	Loyalty Brand equity	Satisfaction
			Favoritism
			Recommend to other
			Buyback
	Brand image	Associations Symbols Life story	Leadership
			Popular
			Innovative
			Value for money
			Personality
			Interesting
			Clear picture
			Confidence
			Admiration
			Different
			Attractive
			Style
			Trend
			History
			Drama
			Watch out
			Performance
			High quality
	Brand awareness	Awareness	Recognition
			Remembrance
			The first
			Known
			Strong
			Leader
	Archetype	Role model Fitness Physical attractiveness Rivalry Sportsmanship Competition style Experience	Dominant
			Knowledge
			Skills
			Distinctive
			Exciting
			Charismatic
			Respect
			Rivalry
			Attractive
			Beautiful
			Good condition
			Responsible
			Social
			Model to follow
			Leader

Source: authors

Appendix 2

Pool of items

Construct	Questionnaire
Brand equity	By buying your favorite brand, you feel satisfied
	After buying your favorite brand, you would recommend it
	After buying your favorite brand, you would repurchase it
	Your favorite brand is a leader in its category
	Your favorite brand is famous
	Your favorite brand is innovative
	Your favorite brand is good value for money
	Your favorite brand has a personality
	Your favorite brand is attractive
	The image of your favorite brand is clear
	Your favorite brand builds your confidence
	You feel admiration for your favorite brand
	Your favorite brand is different
	Your favorites brand is attractive
	Your favorite brand has style
	Your favorite brand is trending
	Your favorite brand has a history
	Your favorite brand performs well
	Your favorite brand offers high quality
	Your favorite brand is recognized
	You remember the elements of your favorite brand, such as color, logo, and slogan
	Your favorite brand is the first you think of when it comes to clothing
	Your favorite brand is known
	Your favorite brand is vital
	Your favorite brand is the dominant one
	Your favorite brand is an expert at what it does
	Your favorite brand can compete with others in its class
	Your favorite brand is different
	Your favorite brand is exciting
	Your favorite brand is charismatic
	Your favorite brand is respectful
	Your favorite brand has an evident rivalry with other brands in the same category
	Your favorite brand is attractive
	Your favorite brand is excellent
	When you buy products from your favorite brand, they are in good condition
	Your favorite brand is responsible
	Your favorite brand is socially responsible
	Your favorite brand is a role model

Source: authors

Appendix 3

Configuration matrix

Question	Factor			
	1	2	3	4
When you buy your favorite brand of jeans, you feel satisfied			,809	
After buying your favorite brand of jeans, you would recommend them			,787	
After buying your favorite brand of jeans, you will repurchase it			,907	
Your favorite brand of jeans is a leader in its category	,679			
Your favorite brand of jeans is famous	,912			
Your favorite brand of jeans is innovative		,736		
Your favorite brand of jeans is good value for the money			,530	
Your favorite jeans brand has personality		,748		
Your favorite brand of jeans is attractive		,810		
The image of your favorite brand of jeans is clear				
Your favorite jeans brand builds confidence	.		,539	
You feel admiration for your favorite brand of jeans		,457		
Your favorite brand of jeans is different		,879		
Your favorite brand of jeans is attractive		,819		
Your favorite brand of jeans has style		,758		
Your favorite brand of jeans is trending	,427	,616		
Your favorite jeans brand has a history	,624			
You remember the elements of your favorite jeans brand, such as color, logo, and slogan	.	.		
Your favorite brand is the first you think of when it comes to clothing				
Your favorite brand of jeans is known	,954			
Your favorite brand of jeans is strong	,806			
Your favorite brand of jeans is a top	,661	.		
Your favorite brand of jeans is the best				
Your favorite brand of jeans is consistent	,400			
Your favorite brand of jeans is dominant	,698			
Your favorite jeans brand is an expert at what it does	,495			
Your favorite brand of jeans can compete with others of its kind	,490			
Your favorite brand of jeans is different		,631		
Your favorite jeans brand is exciting		,694		
Your favorite brand of jeans is respectful				,753
Your favorite jeans brand has an evident rivalry with other brands in the same category	,419			
Your favorite brand of jeans is friendly				,400
When buying products from your favorite jeans brand, these are in good condition			,631	
Your favorite brand of jeans is responsible				,883
Your favorite brand of jeans is socially responsible				,831
Your favorite brand of jeans is a role model				,719
Your favorite brand of jeans is charismatic		,453		,432

Source: authors

Appendix 4

A new factor classification based on the literature review

Factor 1: Performance		
Question	**Score**	**Authors**
Your favorite brand of jeans is a leader in its category	0,679	Aaker, 1996a; Arai et al., 2013
Your favorite brand of jeans is popular	0,912	
Your favorite brand of jeans is trending	0,427	
Your favorite jeans brand has a history	0,623	
Your favorite brand of jeans is known	0,954	
Your favorite brand of jeans is strong	0,806	
Your favorite brand of jeans is top	0,661	
Your favorite brand of jeans is consistent	0,400	
Your favorite brand of jeans is dominant	0,698	
Your favorite jeans brand is an expert at what it does	0,494	
Your favorite brand of jeans can compete with others of its kind	0,490	
Factor 2: Brand personality		
Question	**Score**	**Authors**
Your favorite brand of jeans is innovative	0,736	Arai et al., 2013
Your favorite jeans brand has personality	0,748	
Your favorite brand of jeans is interesting	0,809	
You feel admiration for your favorite brand of jeans	0,457	
Your favorite brand of jeans is different	0,879	
Your favorite brand of jeans is attractive	0,819	
Your favorite brand of jeans has style	0,758	
Your favorite brand of jeans is different	0,631	
Factor 3: Satisfaction		
Question	**Score**	**Authors**
When you buy your favorite brand of jeans, you feel satisfied	0,809	Aaker, 1996b
After buying your favorite brand of jeans, you would recommend them	0,787	
After buying your favorite brand of jeans, you will buy it again	0,907	
Your favorite brand of jeans is good value for money	0,529	
Your favorite jeans brand builds confidence	0,539	
When buying products from your favorite brand of jeans, these are in good condition	0,630	
Factor 4: Competitiveness		
Question	**Score**	**Authors**
Your favorite brand of jeans is respectful	0,753	Arai et al., 2013
Your favorite brand of jeans is nice	0,400	
Your favorite brand of jeans is responsible	0,883	
Your favorite brand of jeans is socially responsible	0,831	
Your favorite brand of jeans is a role model	0,719	

Source: authors

Terra Economicus, 2024, 22(1): 104–116
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-104-116

Эластичность спроса на лесную продукцию в макрорегионах России: моделирование для прогнозирования развития отрасли

Пыжев Антон Игоревич
Сибирский федеральный университет; Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН
Красноярск, Россия, e-mail: apyzhev@sfu-kras.ru

Цитирование: Пыжев А.И. (2024). Эластичность спроса на лесную продукцию в макрорегионах России: моделирование для прогнозирования развития отрасли. *Terra Economicus* **22**(1), 104–116. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-104-116

Прогнозирование развития отраслевых рынков требует наиболее полного представления о взаимосвязях между выпуском продукции и спросом на нее внутри страны, а также в рамках внешнеторговых операций. Целью работы является оценка эластичности спроса на лесную продукцию в России в разрезе крупнейших макрорегионов, сгруппированных в соответствии с действующим административно-территориальным делением в федеральные округа. С учетом выраженной экспортной направленности российской лесной промышленности и предполагая, что рынок достигнет частичного равновесия в среднесрочном периоде, спрос моделируется через объем производства. На основе квартальных данных с 2010 по 2023 г. получены статистически значимые оценки коэффициентов эластичности спроса на лесную продукцию по цене и другим факторам, определяющим экономическую динамику. Полученные оценки применены для выполнения расчетов в рамках структурных моделей экономики лесной промышленности России с учетом региональной детализации. На примере сценарного прогнозирования динамики производства пиломатериалов в регионах Сибири показано, что наиболее приемлемым вариантом развития лесной промышленности является опережающий рост внутреннего спроса на данный вид продукции за счет роста объемов индивидуального и многоквартирного домостроения. Полноценное применение таких моделей критически важно для прогнозирования развития отрасли и формирования сбалансированной лесопромышленной политики. Особую значимость это приобретает в условиях вновь возникающих внешнеторговых ограничений.

Ключевые слова: *лесной комплекс; лесная промышленность; эластичность спроса по цене; лесная продукция; эконометрическое моделирование; ретроспективный анализ*

Финансирование: *Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 19-18-00145. https://rscf.ru/project/19-18-00145/*

© А.И. Пыжев, 2024

Elasticity of demand for forestry products in macro-regions of Russia: Models to forecast sector development

Anton I. Pyzhev
Siberian Federal University; Institute of Economics and Industrial Engineering, SB RAS, Krasnoyarsk, Russia
e-mail: apyzhev@sfu-kras.ru

Citation: Pyzhev A.I. (2024). Elasticity of demand for forestry products in macro-regions of Russia: Models to forecast sector development. *Terra Economicus* **22**(1), 104–116 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-104-116

Forecasting the development of sectoral markets requires a comprehensive understanding of the relationship between product output and demand, both domestically and in foreign trade. This work aims to assess the demand elasticity for forestry products in Russia's largest macro-regions, grouped according to the current administrative-territorial division into federal districts. Given the pronounced export orientation of production in the Russian timber industry, demand is modeled through production volume assuming that the market reaches partial equilibrium in the medium term. The coefficients of elasticity of demand for forest products by price and other economic parameters are estimated using quarterly data from 2010 to 2023, yielding statistically significant results. The estimates I obtained are primarily used in structural models of the Russian forest industry, with regional peculiarities taken into account. The case of sawn timber production dynamics in Siberian regions shows that the most favorable scenario for forest industry development is the outstripping growth of domestic demand for this type of product, driven by the growth of individual and multi-apartment housing construction. The implementation of these models is crucial for predicting industry development and creating a well-balanced timber industry policy. This is particularly important given the recent trade restrictions across the world.

Keywords: *forest industry; forest economics; price elasticity of demand; forestry products; econometric modeling; retrospective analysis*

Funding: *The study was funded by the Russian Science Foundation grant № 19-18-00145. https://rscf.ru/en/project/19-18-00145/*

JEL codes: *Q23, N54, P25*

Введение

Развитие отраслевого рынка требует наиболее полного знания о его структуре и динамике, на основании чего можно с достаточной степенью достоверности предполагать, каким образом изучаемая экономическая система будет реагировать на изменение внешних условий. По этой причине в экономических исследованиях широкое распространение получили инструменты математического моделирования, позволяющие решать такие задачи более или менее успешно, в зависимости в основном от качества и полноты используемой статистической информации.

Разработка таких моделей должна не только вносить вклад в развитие академических исследований, но и служить научно-методической основой систем принятия решений в целях формирования государственной политики. Хотя на практике так бывает редко. Положительным и, возможно, единственным примером из отечественной практики можно считать опыт Банка Рос-

сии, который не только проводит широкий спектр исследований макроэкономической динамики и различных аспектов денежно-кредитной политики, но и поощряет открытое обсуждение их результатов (Korotkikh, 2020; Mayorova and Fokin, 2021; Поршаков и др., 2016). Открытость разработок, лежащих в основе применяемых для принятия решений модельных комплексов, необходима для обеспечения прозрачности логики их алгоритмов, а также для повышения качества программного продукта. Распространение данной практики на другие сферы государственного управления могло бы стать важным шагом на пути к повышению эффективности использования национальных ресурсов, что особенно важно в условиях нарастания потребности в опережающем росте российской экономики (Вольчик, 2022; Порфирьев, 2020; Широв, 2021; 2023).

Несмотря на достаточный интерес к проблемам развития лесного комплекса России в научной литературе последних лет (Антонова, 2017; Глазырина и др., 2015; Пыжев, 2022; Петров и др., 2019), лишь редкие работы касаются проблемы количественного оценивания характерных для отрасли макроэкономических зависимостей народнохозяйственного уровня (Блам, Машкина, 2018; Блам и др., 2016; Дианов и др., 2021). В то же время межрегиональные и межотраслевые модельные комплексы нуждаются в более качественном представлении узкоотраслевой информации для выявления обратных связей между пропорциями производства и потребления ресурсов в масштабах национальной экономики (Баранов и др., 2020; Крюков и др., 2020; Широв, Янтовский, 2014). Эти задачи гораздо лучше решены во многих ведущих странах, в том числе в тех, где лесной комплекс не имеет столь существенного социально-экономического значения, как в случае нашей страны (Banaś et al., 2022; Nepal et al., 2021; Riviere et al., 2020).

В настоящей статье излагаются результаты моделирования эластичности спроса на основные продукты лесной промышленности России в зависимости от ключевых макроэкономических факторов с учетом пространственного разреза размещения производства на территории страны.

Экономико-математический инструментарий

Последние исследования показывают, что сложность модельного инструментария и обширность набора используемых для расчетов данных далеко не всегда гарантируют более высокую предсказательную способность. Например, было показано, что долгосрочное предсказание экономического роста в Китае с помощью экстраполяции среднего значения по тренду показывает лучший результат, чем моделирование с помощью авторегрессионных моделей различной сложности (Heaton et al., 2020). Это не означает бессмысленности дальнейшего развития факторных моделей, а лишь уточняет цель их применения: лучшего всего они подходят не для предсказания итогового показателя (например, объема выпуска продукции), а для непосредственной оценки эластичности влияния на него различных изменений значимых параметров. Затем полученные коэффициенты могут быть использованы для расчета итоговых параметров прогнозных моделей.

Вопрос оценки эластичности спроса на лесную продукцию в странах мира изучается давно и довольно подробно. Интерес к выполнению этих работ вызван тем, что такие оценки являются ключевыми параметрами моделей экономики лесного сектора отдельных стран или мира в целом (Buongiorno, 2019; Chas-Amil and Buongiorno, 2000; Michinaka et al., 2011; Nepal et al., 2021). В России аналогичные по масштабу работы в последние годы не проводились. Близким примером исследования в этом направлении является анализ рынка российских древесных пеллет в Юго-Восточной Азии (Рязанов, 2023). Также интересная работа посвящена применению инструментария агент-ориентированного моделирования для описания зависимостей внутри лесного комплекса региона (Дианов и др., 2021).

Особенностью моделирования спроса на лесную продукцию в России является практически полное отсутствие его импортной составляющей для большинства видов изделий, поэтому в целях настоящего исследования спрос отождествлен с фактическим объемом производства соответствующего вида лесной продукции.

В работе используется широко применяемый в более ранних исследованиях подход, основанный на расчете эластичности спроса на продукцию с помощью эконометрического моде-

лирования. Расчеты проводятся с помощью оценок параметров моделей распределенного лага (ADL) вида:

$$\ln(y_t) = \beta_0 + \beta_1 \ln(p_t) + \beta_2 \ln(f_{1t}) + \cdots + \beta_m \ln\left(f_{m-1,t}\right) + \varepsilon_t,$$

где y_t – выпуск продукта в момент времени t, p_t – средняя цена продукции в момент времени t, $f_{1t}, \ldots, f_{m-1,t}$ – прочие факторные признаки, существенно влияющие на динамику выпуска продукции, ε_t обозначает случайную ошибку. Совокупность параметров $\beta_0, \beta_1, \ldots, \beta_m$ представляет собой набор эластичностей влияния для соответствующих признаков. Например, β_1 отражает эластичность изменения выпуска продукции в зависимости от изменения цены.

Анализ построен на квартальной периодичности наблюдений, что представляется оптимальным решением с точки зрения сочетания доступности и частотности исходных данных. Впоследствии полученные расчеты в квартальной периодичности без труда агрегируются в годовое выражение для целей прогнозирования.

С учетом полноты и доступности исходных данных (Pyzhev et al., 2020; Широв, 2020) предлагается использовать следующую систему показателей и прокси-переменных (табл. 1).

Таблица 1

Перечень используемых показателей

Показатель	Используемая переменная	Источник
Выпуск	Производство основных видов продукции в натуральном выражении с 2017 г. (оперативные данные в соответствии с ОКПД2)	ЕМИСС
Цена	Средние цены производителей промышленных товаров с 2017 г.	ЕМИСС
Экспорт продукции (стоимостное выражение)	Импорт продукции из России в прочие страны	UN Comtrade
Индекс промышленного производства	Индекс промышленного производства	ЕМИСС
Курс доллара	Курсы основных валют к рублю	ЕМИСС
Курс евро	Курсы основных валют к рублю	ЕМИСС

Источник: составлено автором

ЕМИСС предоставляет доступ к трем видам цен на промышленные товары: внутренние, экспортные и средние. Поскольку устойчивые ряды наблюдений есть только по средним ценам, а по экспортным ценам зачастую отсутствуют до 80% данных, используются только первые. Экспортные цены могли бы быть рассчитаны делением экспорта на количественные показатели *UN Comtrade*[1]. Однако данные по торговым потокам в натуральном выражении в указанном источнике также неполны, а зачастую противоречивы как по единицам измерения, так и по достоверности, поэтому было решено ими пренебречь. Выборочное сопоставление динамики цен на внутреннем и экспортном рынках по данным ЕМИСС для доступных наблюдений показывает, что в целом они мало отличаются между собой. Поэтому, за исключением немногочисленных периодов структурных шоков спроса, можно предположить, что отсутствие возможности отдельно наблюдать динамику экспортных цен не снижает качество анализа.

В целях обеспечения стационарности моделируемых временных рядов все показатели переведены в темпы прироста относительно предыдущего периода наблюдения. Стоимостные оценки экспорта продукции приведены в цены первого периода путем деления на темп инфляции, измеренный с помощью индекса потребительских цен на товары и услуги.

[1] *UN Comtrade Database*. https://comtradeplus.un.org (accessed on July 15 2023)

В работе рассматривается период наблюдений с первого квартала 2010 г. до второго квартала 2023 г. включительно. Таким образом, в выборку входят данные как по фазе устойчивого роста производства в 2010-х гг., так и по началу периода структурной перестройки отрасли в результате событий 2022 г., что видно, например, по динамике производства фанеры (рис. 1).

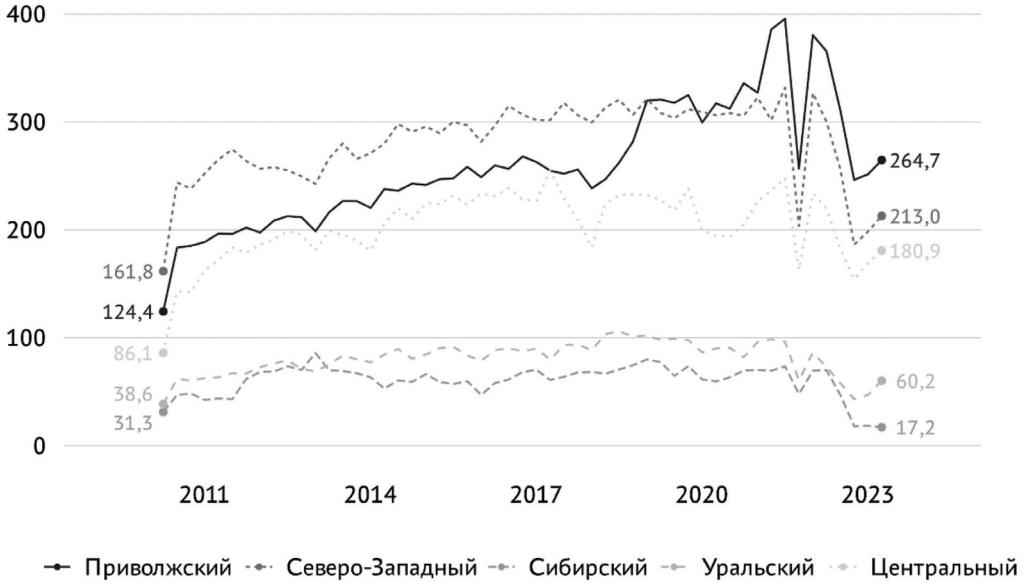

Рис. 1. Пример расчетной динамики производства фанеры в разрезе макрорегионов России в 2010 – первой половине 2023 г., тыс. т

Источник: расчеты и визуализация автора

Все расчеты и визуализации выполнены в среде *R* (R Core Team, 2023) с использованием пакетов *tidyverse* (Wickham et al., 2019), *ggplot* (Wickham, 2009) и др. В целях автоматизации обработки исходных данных и минимизации ошибок при базовых манипуляциях с ними была разработана оригинальная программа в среде *R,* позволившая выгружать статистику из баз данных ЕМИСС и *UN Comtrade* и проводить их предварительную обработку с гармонизацией частотности и расчетом дополнительных переменных (кумулятивных, лаговых, логарифмированных). Таким образом, проведенные расчеты могут быть не только свободно воспроизведены после выполнения исследования, но и обновлены с учетом статистической информации, которая станет доступной впоследствии.

Статистика по производству продукции и ценам в наблюдаемом периоде представлена двумя отдельными показателями системы государственной статистики, которая в 2017 г. перешла с классификатора ОКП на классификатор ОКПД2, что потребовало построения схемы сопоставления данных. Аналогично потребовалось соотнесение и с данными внешнеторговой статистики по кодам ТН ВЭД. Итоговый переходный ключ представлен в табл. 2.

Наибольший интерес при исследовании пространственных эффектов представлял бы анализ в разрезе отдельных субъектов федерации. Однако, поскольку такие данные недоступны для отдельных статистических показателей, разумным компромиссом является использование статистики в разрезе федеральных округов.

Отказ от публикации официальной государственной детализированной таможенной статистики с марта 2022 г. усложнил анализ внешнеторговой деятельности России. Поскольку перспектива возврата к прежнему режиму доступа к таможенным данным неопределенна и сохраняется риск, что исторические данные за непокрытый период так и не будут раскрыты, необходим альтернативный способ получения замещающих оценок. В работе использована зеркальная статистика по торговле определенных стран с Россией, которая содержится на сервисе *UN Comtrade*. Эти данные могут служить прокси для оценки соответствующих объемов внешней торговли. Качество такой информации заведомо хуже, что наблюдалось при сравнении данных по взаимному экспорту и импорту отдельных стран (Hu et al., 2022; Jiang et al., 2022). Это обстоятельство необходимо учитывать при интерпретации результатов использования данных.

Таблица 2

Переходный ключ между классификаторами ТН ВЭД, ОКПД2, ОКП, использованный для формирования базы данных сопоставимых показателей для использования в расчетах

Продуктовая группа	Код HS[2]	ОКПД2	ОКПД
Топливная древесина	4401 11, 4401 12	02.20.14	02.01.14
Щепа топливная	4401 21, 4401 22	16.10.23.112	20.10.23.130
Топливные гранулы, пеллеты, брикеты	4401 31, 4401 32, 4401 39 4401 41, 4401 49	16.29.14.192 (пеллеты), 16.29.14.193 (брикеты)	20.10.23.150
Уголь древесный	4402	20.14.72	20.10.23.150
Лесоматериалы необработанные хвойных пород	4403 21, 4403 22, 4403 23, 4403 24, 4403 25, 4403 26	02.20.11	20.10.23.150
Лесоматериалы необработанные лиственных пород	4403 91, 4403 93, 4403 94, 4403 95, 4403 96, 4403 97, 4403 98, 4403 99	02.20.12	23.150
Древесина бондарная	4404	16.10.39	16.10.39
Шерсть древесная	4405	16.10.22	16.10.22
Шпалы	4406	16.10.10, 16.10.32	16.10.10, 16.10.32
Пиломатериалы	4407, 4409	16.10.10, 16.10.21	16.10.10, 16.10.21
Листы для облицовки, шпон для фанеры	4408	16.21.21	16.21.21
Древесно-стружечные плиты (ДСП), ориентированно-стружечные плиты (OSB)	4410	16.21.13	16.21.13
Древесноволокнистые плиты (ДВП)	4411	16.21.14	16.21.14
Фанера	4412	16.21.11, 16.21.12	16.21.11, 16.21.12
Древесина, прессованная в виде блоков, плит, брусьев и профилированных форм	4413	16.21.22	16.21.22
Изделия из древесины	4414—4421	16.29.14, 16.24.13, 16.24.11, 16.24.12, 16.29.11, 16.23.11, 16.23.19, 16.23.12, 16.22.10, 16.23.19, 16.29.12, 16.29.13, 16.29.14, 32.99.59	16.29.14, 16.24.13, 16.24.11, 16.24.12, 16.29.11, 16.23.11, 16.23.19, 16.23.12, 16.22.10, 16.23.19, 16.29.12, 16.29.13, 16.29.14, 32.99.59
Древесная масса и целлюлоза	47	17.11.13, 17.11.14, 38.32.32, 38.11.52	17.11.13, 17.11.14, 38.32.32, 38.11.52
Бумага и картон	48	17.12, 17.22, 17.23.11, 17.23.12, 17.23.13, 17.23.14, 17.24.11, 17.29.11, 17.29.12, 17.29.19,	17.12.11, 17.12.12, 17.12.13, 17.12.14, 17.12.20, 17.12.31, 17.12.75, 17.12.77, 17.12.78, 17.12.79, 17.22.12, 17.22.13, 17.23.11, 17.23.12, 17.23.13, 17.23.14, 17.24.11, 17.29.11, 17.29.12, 17.29.19

Источник: разработано автором с учетом переходных ключей Минэкономразвития России[3]

[2] *Harmonized Commodity Description and Coding System.*

[3] Общероссийские классификаторы, закрепленные за Минэкономразвития России. *Министерство экономического развития Российской Федерации*. https://economy.gov.ru/material/departments/d18/obshcherossiyskie_klassifikatory_zakreplennye_za_minekonomrazvitiya_rossii/ (дата обращения: 15.07.2023)

В соответствии с рекомендацией 15-й сессии Экономического и Социального Совета (ЭКОСОС) Организации Объединенных Наций, статистические оценки импортированных товаров следует отражать по типу базиса *CIF*, а экспортируемых – по типу базиса *FOB*. Подразумевается, что цены по типу базиса *FOB* включают полную стоимость товара и услуг по его доставке до границы экспортирующей страны. Соответственно, цены по типу базиса *CIF* включают цену по типу базиса *FOB* и стоимость услуг по перемещению товара между границами экспортирующей и импортирующей стран[4]. Поскольку в работе для анализа применяется статистика импорта, то везде для целей стоимостных оценок используются цены *CIF*, отраженные в исходных данных *UN Comtrade*.

Результаты исследования

В ходе исследования были построены ансамбли регрессионных моделей, на основании которых с учетом доверительных интервалов рассчитана эластичность спроса на лесную продукцию. Наиболее важные результаты здесь получены для регионов Сибири и Дальнего Востока и Северо-Запада. Результаты по другим федеральным округам в статье не приводятся как несущественные для анализа, поскольку в остальных округах практически нет собственных производств соответствующих видов продукции или объемы их производства невелики. Для экономии места непосредственно в работе приводится только пример результатов оценивания регрессионных моделей по расчету эластичности спроса для одного вида продукции – фанеры (табл. 3).

Таблица 3

Пример результатов оценивания регрессионных моделей для эластичности спроса на фанеру

Показатель	Россия	Сибирь и Дальний Восток	Северо-Запад
Константа	−0,004 (0,012)	−0,013 (0,024)	−0,018 (0,013)
ln (Объем производства$_{-1}$)	−0,518*** (0,119)	−0,169 (0,142)	−0,641*** (0,116)
ln (Объем производства$_{-2}$)	–	–	−0,402*** (0,147)
ln (Цена)	–	−0,420** (0,207)	–
ln (Цена$_{-1}$)	0,319* (0,159)	–	0,165 (0,149)
ln (Цена$_{-2}$)	–	–	0,299* (0,157)
ln (ИПП$_{-1}$)	−0,020 (0,088)	−0,098 (0,169)	0,002 (0,074)
ln (ИПП$_{-2}$)	0,302*** (0,099)	0,225 (0,188)	0,315*** (0,064)
Курс евро	0,525*** (0,140)	1,015*** (0,264)	0,315* (0,163)
ln (Экспорт)	0,157 (0,109)	0,552*** (0,183)	0,278** (0,109)
ln (Экспорт$_{-1}$)	–	–	−0,038 (0,093)
ln (Экспорт$_{-2}$)	–	–	−0,176 (0,105)
T	51	51	50
R^2	0,479	0,330	0,662
Скорр. R^2	0,408	0,239	0,575

Источник: составлено автором на основе собственных расчетов

Примечание. В скобках слева от оценок параметров приведены стандартные ошибки. В подстрочном символе слева от названия переменных приведены порядковые номера лагов (если использованы). *p < 0,001; **p < 0,01; *** p < 0,05

Полученные модели характеризуются весьма достойным качеством объяснения вариации спроса на лесную продукцию (R^2 от 0,330 до 0,662). Сами по себе оценки эластичности в целом со-

[4] United Nations. *2022 International Trade Statistics Yearbook*, Vol. I. Trade by Country. Department of Economics and Social Affairs. Statistics Division. New York, 2023, p. ix. https://comtradeapi.un.org/files/v1/app/publicationfiles/2022/VolI2022.pdf (accessed on November 15, 2023)

ответствуют ожиданиям: их значения в основном отрицательны. Полученные оценки обладают приемлемым качеством с учетом достаточно ограниченного по длине временного ряда.

Экспортный характер лесной экономики России предопределяет положительный знак эластичности производства продукции по цене: увеличение стоимости становится стимулом для краткосрочного наращивания объемов производства. Этот результат отличается от тех, что были получены для совокупности стран мира, являющихся в основном импортерами сырьевой и конечной лесной продукции (Buongiorno, 2019; Buongiorno and Johnston, 2018; Chas-Amil and Buongiorno, 2000). По этой же причине положительно и статистически сильно влияние курса валют (прежде всего, евро) и, собственно, объема экспорта.

Неудивительно, что объясняющая способность моделей для России в целом несколько выше, чем для отдельных уравнений по регионам Сибирского и Дальневосточного федерального округов, а также Северо-Западного федерального округа. Результаты для регионов Сибири хуже, чем для Северо-Запада, поскольку более высокая концентрация производства фанерной продукции наблюдается именно в этих регионах.

Влияние изменения климата на доступность лесосырьевой базы

Наблюдающиеся в последние десятилетия климатические изменения оказывают влияние на леса, что может стать фактором доступности лесных ресурсов для хозяйственной деятельности человека. Воздействие таких изменений на лесные экосистемы многосторонне и противоречиво. Постепенное потепление будет приводить к росту продуктивности лесных экосистем, что предопределит более высокую скорость прироста запасов древесины. С другой стороны, изменение режима увлажнения и увеличение засушливости климата создает условия для распространения насекомых – вредителей лесов и приводит к увеличению частоты и площади лесных пожаров, изменениям границ экотонов, породного состава древостоев (Kharuk et al., 2021; Kirdyanov et al., 2003; Tchebakova et al., 2009; Babushkina et al., 2019). Несмотря на большой интерес к данной теме в литературе последних десятилетий, изучаемый объект настолько сложен и многообразен, что получение приемлемого по точности прогноза динамики лесов для больших макрорегионов на текущем уровне развития науки вряд ли возможно. Зачастую отмеченные изменения характеризуются медленным и не столь существенным влиянием на экономику.

Значительнее влияние климатических изменений на лесную промышленность будет проявляться в изменении условий ведения лесозаготовки в северных регионах. Применение используемой для заготовки древесины тяжелой техники на болотистых почвах и мягких грунтах в летний период технически нецелесообразно, поэтому данные работы, как правило, проводятся в период наличия устойчивого снежного покрова. Расчеты показывают, что за последние 50 лет продолжительность «окна» лесозаготовительной деятельности в отдельных районах Сибири сократится со 148 суток в год в среднем за период 1966–2018 гг. до 136 суток в год в прогнозе до 2028 г. (Chugunkova and Pyzhev, 2020).

Данные по изменению температурных режимов соответствуют сценариям изменения температуры поверхности Земли SSP1-2.6, SSP2-4.5, SSP3-7.0, SSP5-8.5 в соответствии с Шестым оценочным докладом МГЭИК и сценариям SSP1-2.6, SSP2-4.5, SSP5-8.5 в соответствии с Пятым оценочным докладом МГЭИК, полученными через интерфейс интерактивного атласа для Восточной Сибири, где расположена основная лесосырьевая база Сибирского и Дальневосточного федеральных округов[5] (рис. 2).

Результаты расчетов демонстрируют устойчивую тенденцию сокращения продолжительности сезона лесозаготовительной деятельности: в наименее благоприятном сценарии SSP5-8.5[6] она уменьшится до 88,8 дня в год, в наиболее благоприятном сценарии SSP1-2.6[7] – до 123,9 дня

[5] Iturbide, M. et al. (2021). Repository supporting the implementation of FAIR principles in the IPCC-WG1 Atlas. *Zenodo*. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.3691645

[6] Соответствует антропогенному воздействию на климатическую систему, при котором предполагаемое радиационное воздействие к 2100 г. станет 8,5 Вт/м^2, и сценарию «Развитие на базе ископаемых видов топлива (переход на магистраль)». *Третий оценочный доклад об изменениях климата и их последствиях на территории Российской Федерации. Общее резюме*. СПб.: Наукоемкие технологии, 2022, 124 с.

[7] То же, но радиационное воздействие достигнет 2,6 Вт/м^2; соответствует сценарию «Устойчивость (переход на зеленый путь)».

в год. Приведенные цифры существенны, но, по всей видимости, не критичны для развития лесной промышленности в стране. Несмотря на регулярно звучащие опасения о скором исчерпании лесных ресурсов в стране, на практике только за последние десять лет объем заготовленной древесины вырос на 14,2% со 196,9 млн куб. м в 2011 г. до 224,9 млн куб. м в 2021 г. Таким образом, нет оснований утверждать, что какие-либо внешние условия, включая климатические изменения, выступят лимитирующими факторами для лесозаготовки в России в ближайшие десятилетия. Тем не менее сокращение длительности сезона лесозаготовок может увеличивать издержки лесопромышленников, которым понадобится большее количество техники и трудовых ресурсов при сохранении прежних объемов рубок.

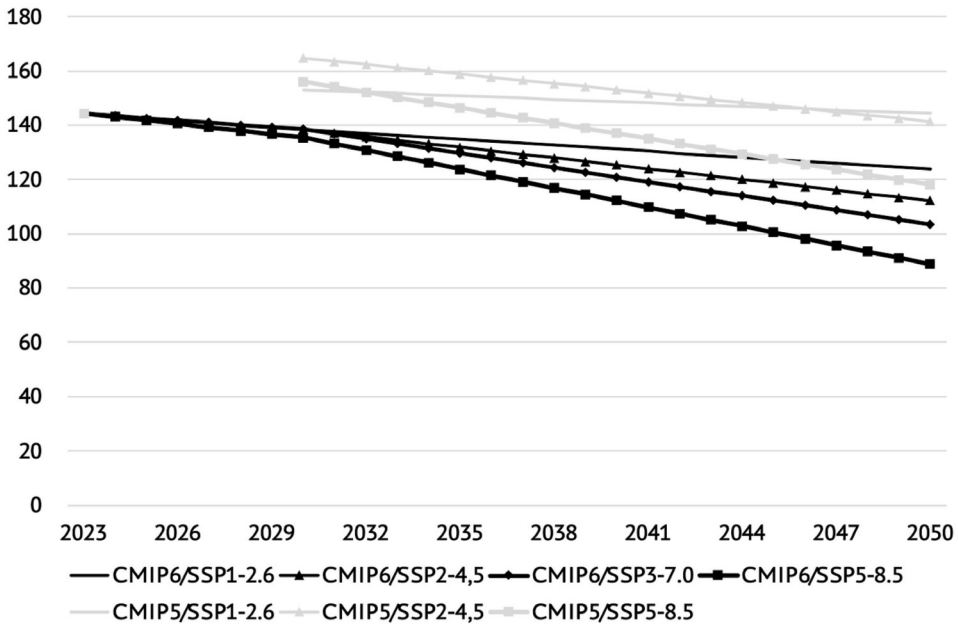

Рис. 2. Прогноз сокращения продолжительности технической возможности заготовки древесины в регионах Сибири и Дальнего Востока до 2050 г., дней в году

Источник: расчеты автора на основе данных о прогнозе температуры приземной поверхности из Пятого (CMIP5) и Шестого (CMIP6) оценочного докладов МГЭИК

Косвенно с проблемой изменения климата связан вопрос внедрения в практику организации внешнеторговых отношений механизмов трансграничного углеродного регулирования (например, системы CBAM Европейского Союза). В этом контексте лесная продукция может получить дополнительное значение, поскольку заготовленная лесопродукция является депонентом углерода. Текущая и среднесрочная конъюнктура геополитических отношений со странами Запада привела к тому, что российская экономика все меньше зависит от перспектив внедрения такой системы в Европе, однако может столкнуться с аналогичным вопросом в отношениях с КНР, где обсуждается создание таких механизмов.

Прогнозирование развития лесного комплекса Сибири на перспективу до 2050 г.

Рассчитанные оценки эластичности спроса на отдельные виды продукции позволяют строить прогнозные модели развития национальной и региональной лесной промышленности России в зависимости от динамики макроэкономических индикаторов развития экономики и наборов гипотез о динамике внутреннего и внешнего спроса на определенные виды продукции. Для примера практического применения такого подхода выполнен прогноз динамики объемов производства по важнейшему с точки зрения объемов выпуска и экспорта виду продукции лесной промышленности Сибири – пиломатериалам (40,5% общероссийского производства в 2022 г.).

Пиломатериалы представляют собой достаточно разнородную продукцию и могут выпускаться как на крупных предприятиях, так и в рамках небольших производств. Основной объем

пиломатериалов производится в регионах Сибири для собственных нужд, которые ограничены низкой численностью и плотностью населения, а также для экспорта продукции преимущественно в Китайскую Народную Республику. Объемы выпуска данного вида продукции в высокой степени чувствительны к конъюнктуре цен и курса валюты. С учетом географической локализации региона производства и основного рынка сбыта, санкционные ограничения со стороны прежде всего стран Европейского Союза мало влияют на данный сектор промышленности.

В рамках расчетов рассмотрены три сценария. «Инерционный» предполагает сохранение прежних околонулевых темпов роста продукции, которые сложились в исторической ретроспективе последнего десятилетия. В «Строительный» сценарий заложено существенное увеличение внутреннего спроса на пиломатериалы за счет опережающего роста сектора индивидуального деревянного домостроения и увеличения потребления деревянной продукции в строительстве многоквартирных домов[8]. «Девальвационный» сценарий подразумевает отсутствие дополнительного импульса роста внутреннего спроса, но прохождение российской экономики через несколько циклов ослабления рубля. В итоге в определенные периоды может довольно существенно вырастать валютная выручка от экспорта. Результаты расчетов представлены на рис. 3.

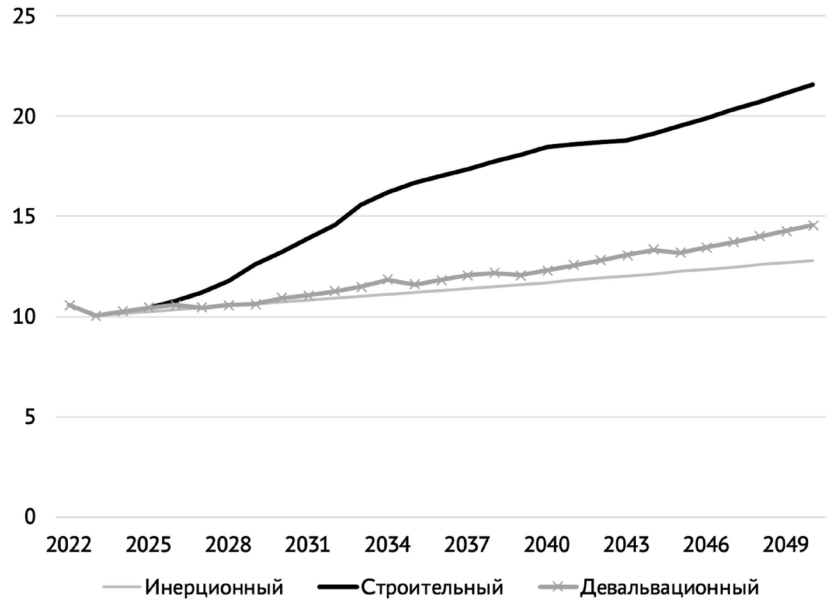

Рис. 3. Прогноз динамики производства пиломатериалов в регионах Сибири до 2050 г., млн куб. м
Источник: расчеты автора

Очевидно, что фактически единственным вариантом наращивания производства пиломатериалов является «Строительный» сценарий, в рамках которого можно добиться двукратного роста производства, что является очень существенным для старопромышленной отрасли экономики. Разумеется, реализация сценария опережающего увеличения производства пиломатериалов встретит много справедливой критики, поскольку речь пойдет об увеличении и без того значительной доли продукции высоких переделов в общем производственном балансе лесного комплекса страны. Однако если рассматривать такой сценарий не как заместительный, но как комплементарный к наращиванию глубины переработки древесины с выпуском бумаги и картона, фанеры, плитной продукции, то такой, комплексный, сценарий развития может быть не только приемлемым, но и предпочтительным.

Заключение

Полученные в результате эконометрического моделирования оценки эластичности спроса на лесную продукцию являются важным промежуточным результатом работы по построению модельного комплекса, описывающего экономическую деятельность лесной промышленности Рос-

[8] Пыжев А., Гордеев Р. (2023). В доме, где резной палисад. *Эксперт*, № 11, 13 марта, с. 44–47.

сии с учетом пространственного фактора. Рекомендуется использование наших оценок в качестве информационной основы для прогнозирования развития лесной отрасли в стране.

По прошествии нескольких лет применение предложенного в работе подхода к оценке эластичности спроса на лесную продукцию будет представлять дополнительный интерес, поскольку к этому моменту можно ожидать завершения адаптации лесного комплекса России к последствиям санкционных ограничений. Это даст не только расширение статистического горизонта наблюдений для ансамбля используемых для расчетов эконометрических моделей, но и важнейшую информацию о макроэкономической реакции на беспрецедентные изменения внешних условий ведения бизнеса.

Существенное увеличение эффективности государственной лесопромышленной политики требует продолжения таких аналитических работ и тщательного анализа возможностей реализации сценариев опережающего роста выпуска отдельных видов продукции лесного комплекса, что показано на примере прогнозирования развития сектора пиломатериалов регионов Сибири. Гармоничное развитие внутреннего спроса на продукцию лесного комплекса и рост экспорта вопреки санкционным ограничениям представляется единственно возможным императивом стратегического управления лесным делом в стране.

Литература / References

Антонова Н. (2017). Трансформация лесного комплекса за годы российских реформ: дальневосточный срез. *Пространственная экономика* **3**(51), 83–106. [Antonova, N. (2017). Transformation of the forest complex during the years of Russian reforms: a Far Eastern cross-section. *Spatial Economics* **3**(51), 83–106 (in Russian)]. DOI: 10.14530/se.2017.3.083-106

Баранов А., Павлов В., Тагаева Т., Слепенкова Ю. (2020). Опыт построения и использования межотраслевых региональных моделей эколого-экономического развития. *Мир экономики и управления* **20**(3), 27–47. [Baranov, A., Pavlov, V., Tagayeva, T., Slepenkova, Y. (2020). Experience in building and using inter-sectoral regional models of ecological and economic development. *World of Economics and Management* **20**(3), 27–47 (in Russian)].

Блам Ю., Машкина Л. (2018). Построение иерархического набора моделей: от стоимостной ОМММ к отраслевой модели в натуральных показателях. *Мир экономики и управления* **18**(4), 126–139. [Blam, Y., Mashkina, L. (2018). Building a hierarchical set of models: from a value-based OMMM to an in-kind industry model. *World of Economics and Management* **18**(4), 126–139 (in Russian)]. DOI: 10.25205/2542-0429-2018-18-4-126-139

Блам Ю., Машкина Л., Стойлова А. (2016). Об одном подходе к детализации народнохозяйственного прогноза развития отрасли (на примере лесного комплекса). *Мир экономики и управления* **16**(4), 39–47. [Blam, Y., Mashkina, L., Stoilova, A. (2016). On one approach to the detailing of the national economic forecast of the industry development (on the example of the forest complex). *World of Economics and Management* **16**(4), 39–47 (in Russian)].

Вольчик В. (2022). Фундаментальные условия инновационного развития экономики. *Journal of Economic Regulation* **13**(2), 6–21. [Volchik, V. (2022). Fundamental conditions of innovative development of the economy. *Journal of Economic Regulation* **13**(2), 6–21 (in Russian)]. DOI: 10.17835/2078-5429.2022.13.2.006-021

Глазырина И., Яковлева К., Жадина Н. (2015). Социально-экономическая эффективность лесопользования в регионах России. *Регионалистика* **2**(5-6), 18–33. [Glazyrina, I., Yakovleva, K., Zhadina, N. (2015). Socio-economic efficiency of forest use in Russian regions. *Regionalistika* **2**(5-6), 18–33 (in Russian)]. DOI: 10.14530/reg.2015.5–6

Дианов С.В., Гулин К.А., Антонов М.Б., Ригин В.А. (2021). *Агент-ориентированное моделирование регионального лесного комплекса*. Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН. [Dianov, S., Gulin, K., Antonov, M., Rigin, V. (2021). *Agent-based modeling of regional forest complex*. Vologda: Vologda Scientific Centre RAS (in Russian)].

Крюков В., Баранов А., Павлов В., Суслов В., Суслов Н. (2020). Проблемы развития единого комплекса средств макроэкономического межрегионального межотраслевого анализа и прогнозирования. *Экономика региона* **16**(4), 1072–1086. [Kryukov, V., Baranov, A., Pavlov, V., Suslov, V., Suslov, N. (2020). Problems of development of a unified complex of means of macroeconomic interregional interindustry analysis and forecasting. *Regional Economics* **16**(4), 1072–1086 (in Russian)]. DOI: 10.17059/ekon.reg.2020-4-5

Петров В.Н., Каткова Т.Е., Карвинен С. (2019). Тенденции развития лесной экономики в России и Финляндии. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз* **12**(3), 140–157. [Petrov, V., Katkova, T., Karvinen, S. (2019). Trends in the development of forest economy in Russia and Finland. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast* **12**(3), 140–157 (in Russian)]. DOI: 10.15838/esc.2019.3.63.9

Порфирьев Б.Н. (2020). Перспективы экономического роста. *Вестник Российской академии наук* **90**(3), 243–250. [Porfiriev, B. (2020). Prospects for economic growth. *Herald of the Russian Academy of Sciences* **90**(3), 243–250 (in Russian)]. DOI: 10.31857/S0869587320030159

Поршаков А.С., Пономаренко А.А., Синяков А.А. (2016). Оценка и прогнозирование ВВП России с помощью динамической факторной модели. *Журнал Новой экономической ассоциации* (2), 60–76. [Porshakov, A., Ponomarenko, A., Sinyakov, A. (2016). Estimation and forecasting of Russia's GDP using a dynamic factor model. *Journal of the New Economic Association* (2), 60–76 (in Russian)].

Пыжев А. (2022). Лесной комплекс России за годы реформ: больше законов, но меньше порядка? *Journal of Institutional Studies* **14**(3), 91–102. [Pyzhev, A. (2022). Russia's forest complex in the years of reform: More laws but less order? *Journal of Institutional Studies* **14**(3), 91–102 (in Russian)]. DOI: 10.17835/2076-6297.2022.14.3.091-102

Рязанов В.А. (2023). Япония и Южная Корея как рынки для российских экспортеров древесных гранул. *Вестник Института экономики Российской академии наук* (1), 130–142. [Ryazanov, V. (2023). Japan and South Korea as markets for Russian exporters of wood pellets. *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences* (1), 130–142 (in Russian)]. DOI: 10.52180/2073-6487_2023_1_130_142

Широв А., Янтовский А. (2014). Межотраслевая макроэкономическая модель как ядро комплексных прогнозных расчетов. *Проблемы прогнозирования* (3), 18–31. [Shirov, A., Yantovsky, A. (2014). Inter-sectoral macroeconomic model as the core of complex forecast calculations. *Problems of Forecasting* (3), 18–31 (in Russian)].

Широв А.А. (2020). Статистика в интересах экономики и общества. *Проблемы прогнозирования* (1), 5–9. [Shirov, A. (2020). Statistics in the interests of economy and society. *Problems of Forecasting* (1), 5–9 (in Russian)].

Широв А.А. (2021). Использование потенциала роста российской экономики для достижения целей развития общества. *Научные труды Вольного экономического общества России* **230**(4), 113–120. [Shirov, A. (2021). Utilization of the growth potential of the Russian economy to achieve the goals of society development. *Scientific Proceedings of the Free Economic Society of Russia* **230**(4), 113–120 (in Russian)]. DOI: 10.38197/2072-2060-2021-230-4-113-120

Широв А.А. (2023). Развитие российской экономики в среднесрочной перспективе: риски и возможности. *Проблемы прогнозирования* (2), 6–17. [Shirov, A. (2023). Development of the Russian economy in the medium term: Risks and opportunities. *Problems of Forecasting* (2), 6–17 (in Russian)]. DOI: 10.47711/0868-6351-197-6-17

Babushkina, E., Zhirnova, D., Belokopytova, L., Tychkov, I., Vaganov, E., Krutovsky, K. (2019). Response of four tree species to changing climate in a moisture-limited area of South Siberia. *Forests* **10**(11), 999. DOI: 10.3390/f10110999

Banaś, J., Šafařík, D., Utnik-Banaś, K., Hlaváčková, P. (2022). Identifying long-run and short-run relationships in the European Union softwood market. *Forest Policy and Economics* **143**, 102821. DOI: 10.1016/j.forpol.2022.102821

Buongiorno, J. (2019). Country-specific demand elasticities for forest products: Estimation method and consequences for long term projections. *Forest Policy and Economics* **106**, 101967. DOI: 10.1016/j.forpol.2019.101967

Buongiorno, J., Johnston, C. (2018). Potential effects of US protectionism and trade wars on the global forest sector. *Forest Science* **64**(2), 121–128. DOI: 10.1093/forsci/fxx001

Chas-Amil, M., Buongiorno, J. (2000). The demand for paper and paperboard: econometric models for the European Union. *Applied Economics* **32**(8), 987–999. DOI: 10.1080/000368400322048

Chugunkova, A., Pyzhev, A. (2020). Impacts of global climate change on duration of logging season in Siberian boreal forests. *Forests* **11**(7), DOI: 10.3390/f11070756

Heaton, C., Ponomareva, N., Zhang, Q. (2020). Forecasting models for the Chinese macroeconomy: the simpler the better? *Empirical Economics* **58**(1), 139–167. DOI: 10.1007/s00181-019-01788-0

Hu, L., Song, C., Ye, S., Gao, P. (2022). Spatiotemporal statistical imbalance: A long-term neglected defect in UN Comtrade dataset. *Sustainability* **14**(3): 1431. DOI: 10.3390/su14031431

Jiang, Z., Chen, C., Li, N., Wang, H., Wang, P. et al. (2022). Advancing UN Comtrade for physical trade flow analysis: Addressing the issue of outliers. *Resources, Conservation and Recycling* **186**, 106524. DOI: 10.1016/j.resconrec.2022.106524

Kharuk, V., Ponomarev, E., Ivanova, G., Dvinskaya, M., Coogan, S., Flannigan, M. (2021). Wildfires in the Siberian taiga. *Ambio* (50), 1953–1974. DOI: 10.1007/s13280

Kirdyanov, A., Hughes, M., Vaganov, E., Schweingruber, F., Silkin, P. (2003). The importance of early summer temperature and date of snow melt for tree growth in the Siberian Subarctic. *Trees – Structure and Function* **17**(1), 61–69. DOI: 10.1007/S00468-002-0209-Z

Korotkikh, O. (2020). A multi-country BVAR model for the external sector. *Russian Journal of Money and Finance* **79**(4), 98–112. DOI: 10.31477/rjmf.202004.98

Mayorova, K., Fokin, N. (2021). Nowcasting growth rates of Russia's export and import by commodity group. *Russian Journal of Money and Finance* **80**(3), 34–48. DOI: 10.31477/rjmf.202103.34

Michinaka, T., Tachibana, S., Turner, J. (2011). Estimating price and income elasticities of demand for forest products: Cluster analysis used as a tool in grouping. *Forest Policy and Economics* **13**(6), 435–445. DOI: 10.1016/j.forpol.2011.05.011

Nepal, P., Buongiorno, J., Johnston, C., Prestemon, J., Guo, J. (2021). Global forest products trade model. In: van Kooten, C., Voss, L. (eds.) *International Trade in Forest Products: Lumber Trade Disputes, Models and Examples*. CABI, 110–141. DOI: 10.1079/9781789248234.0006

Pyzhev, A., Gordeev, R., Vaganov, E. (2020). Reliability and integrity of forest sector statistics – A major constraint to effective forest policy in Russia. *Sustainability* **13**(1), 86. DOI: 10.3390/su13010086

R Core Team. (2023). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna. https://www.R-project.org (accessed on June 23, 2023)

Riviere, M., Caurla, S., Delacote, P. (2020). Evolving integrated models from narrower economic tools: The example of forest sector models. *Environmental Modeling & Assessment* **25**(4), 453–469. DOI: 10.1007/s10666-020-09706-w

Tchebakova, N., Parfenova, E., Soja, A. (2009). The effects of climate, permafrost and fire on vegetation change in Siberia in a changing climate. *Environmental Research Letters* **4**(4). DOI: 10.1088/1748-9326/4/4/045013

Wickham, H. (2009). *ggplot2. Elegant Graphics for Data Analysis*. New York: Springer.

Wickham, H., Averick, M., Bryan, J., Chang, W., McGowan, L. et al. (2019). Welcome to the Tidyverse. *Journal of Open Source Software* **4**(43), 1686. DOI: 10.21105/joss.01686

Terra Economicus, 2024, 22(1): 117–136
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-117-136

Income distribution and economic growth in Finland: Applying Bhaduri – Marglin model

Tatyana Fedoseeva
Independent researcher, Russia, e-mail: fedoseevatatyana9@gmail.com

Ivan Rozmainsky
HSE University – St.Petersburg; Saint Petersburg State University, Russia, e-mail: irozmain@yandex.ru

Citation: Fedoseeva T., Rozmainsky I. (2024). Income distribution and economic growth in Finland: Applying Bhaduri – Marglin model. *Terra Economicus* **22**(1), 117–136. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-117-136

We apply Bhaduri and Marglin model to estimate the effect of income distribution on economic growth in Finland from 1975 to 2020. The Bhaduri–Marglin model is a post-Kaleckian model with the key assumption of different propensity to consume out of wages and out of profits. ARDL model is adopted to analyze the effect of profit share increase on aggregate demand components. Findings indicate that income redistribution towards profits leads to decline in economic growth due to fall in consumption, and it positively affects investments and net export due to increased international competitiveness through costs reduction; the first effect is stronger than two other effects. These results confirm the hypothesis about wage-led regime in Finland. The approach of Scandinavian countries and Finland to the role and effect of wages, for instance, differs from classical idea about the effect of wage restraint policy for increase in investments. Rise in wages is seen as a way to increase labor productivity. Since our findings indicate wage-led accumulation regime in Finland, this approach, being consistent with Bhaduri – Marglin model, seems more appropriate.

Keywords: *economic growth; income distribution; Bhaduri – Marglin model; wage-led accumulation regime; Finland*

JEL codes: *E12, E20, E25*

© Т. Федосеева, И. Розмаинский, 2024

Распределение дохода и экономический рост в Финляндии: анализ на основе модели Бхадури – Марглина

Федосеева Татьяна
независимый исследователь, Россия, e-mail: fedoseevatatyana9@gmail.com

Розмаинский Иван
НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге; Санкт-Петербургский государственный университет, Россия
e-mail: irozmain@yandex.ru

Цитирование: Fedoseeva T., Rozmainsky I. (2024). Income distribution and economic growth in Finland: Applying Bhaduri – Marglin model. *Terra Economicus* **22**(1), 117–136. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-117-136

В статье анализируется влияние распределения доходов на экономический рост в Финляндии с 1975 по 2020 гг. Теоретической основной для проведения исследования является модель Бхадури и Марглина. Эта модель развивает калецкианскую теорию экономического роста. Ключевой является предпосылка о том, что предельная склонность к потреблению, финансируемому за счёт заработной платы, больше, чем предельная склонность к потреблению, финансируемому за счёт прибыли. Для анализа влияния увеличения доли прибыли на компоненты совокупного спроса мы использовали ARDL-модель. Полученные результаты указывают на то, что перераспределение доходов в пользу получателей прибыли приводит к снижению темпа экономического роста из-за падения потребления. В то же время, такое перераспределение влияет на инвестиции и чистый экспорт из-за повышения международной конкурентоспособности за счет снижения издержек. Первый эффект сильнее двух других. Наши результаты подтверждают гипотезу о наличии в Финляндии режима, основанного на заработной плате. Подход скандинавских стран и Финляндии в плане роли и влияния заработной платы отличается от классического представления о воздействии политики ограничения заработной платы на увеличение инвестиций. Повышение заработной платы рассматривается как способ повышения производительности труда. Такой подход представляется более правильным, как утверждается в работе Бхадури и Марглина, особенно учитывая тот факт, что результаты нашего исследования указывают на существование в Финляндии режима накопления, основанного на заработной плате.

Ключевые слова: *экономический рост; распределение дохода; модель Бхадури – Марглина; режим накопления, основанный на заработной плате; Финляндия*

Introduction

Economic growth of Finland is known for its stability during last decades. However, about a century ago, Finland was poor agrarian country which was dependent on Russia. In the twentieth century it became advanced country in line with top performers. After World War II policy aimed to increase wage share in total income was introduced in Finland. That led to strong government intervention, powerful labor unions and progressive tax system, what differ Finland from most other countries. We aim to study whether wage share increase positively affects economic growth in Finland. The question is legitimate because during periods of income policy Finland performed better, according to Uusitalo (1983). Meanwhile, this author argued that other European countries also introduced

income policies, and successful performance of Finland cannot be explained only by income policies. Other important feature Finland economy, namely, institutionalized and centralized decision-making, was highlighted. It is considered as a main source of successful economic performance in Finland (Ibid.). Although, government intervention is associated with income policy as government primary benefits poor and labor force by transfers (Lavoie and Stockhammer, 2013), therefore wage share increase with higher government intervention. Therefore, the hypothesis is that successful performance of Finland economy relates to increase in wage share due to pro-labor government policies.

Traditional macroeconomic theories do not take into account the role of income distribution for economic growth. They are mainly focused on supply-side factors, and differences in economic growth are explained by differences in productivity, the role of demand being ignored.

To study the effect of income distribution on economic growth and test the hypothesis, we use Post-Kaleckian growth model. Michal Kalecki highlighted the positive effect of income redistribution towards wages on economic growth. This effect is explained by different propensity to consume out of different sources of income – wage earners consume more than profit earners – therefore redistribution towards wages leads to increase in consumption. That boosts the demand due to higher purchasing power. These ideas are described by the paradox of costs (Lavoie, 2006): higher wages lead to increase in consumption, which, in turn implies higher demand and capacity utilization rate. The described aspects were developed in neo-Kaleckian growth models.

One of Post-Kaleckian models introduced in Bhaduri and Marglin (1990) allows to identify which factor boosts economic growth in a particular country: wages or profits, and it considers the effect of income distribution on components of aggregate demand. Wage increase affects economic growth in two directions: higher wage leads to higher prices of goods due to higher costs, and costs reduction is usually seen as a way to increase profit margin; although consumers are able to buy more goods, and rising purchases imply expansion of consumption. The model assumes different relationship between profits and investments in oppose to the original ideas of Kalecki: profit share is included in investment function as an indicator of expected profitability. While profit share increase leads to higher investment, what is also good for the economy, consumption falls due to lower propensity to consume out of profits. Also, the increase in profit share implies rising international competitiveness what is taken into account in export function. Magnitude of these effects identifies the accumulation regime in country. It mainly depends on the openness of economy. In case of open economy its trade balance which is profit-led determines overall economic regime because external demand dominates internal one.

The regime of economic growth, profit led or wage led, was investigated for a wide range of countries. It was noticed that there was little research for Nordic countries and little evidence about accumulation regime (Storm and Naastepad, 2012). At the same time, experience of these countries is relevant for the research because of policies introduced there which pay more attention to the role of income distribution. Income policies were introduced after World War II. Labor unions have real power there, also progressive tax system leads to high social benefits and equality of disposable income. Economic performance is better than in average in other countries of European Union. Also, pro-labor policy implemented in these countries is successful in income redistribution and in the reduction of income inequality. Bhaduri-Marglin model has not been applied to Finnish economy yet, although it would be helpful for better understanding of the reasons of its success. Hence, we want to find out whether economy of Finland is wage-led as most countries. If so, Finland is a good example of the implementation of pro-labor policy for wage-led country. Moreover, this research contributes to empirical literature on Bhaduri-Marglin model by broadening the range of considered countries.

Theoretical framework

The effect of income distribution on economic growth has been discussed since Michal Kalecki (1971), who considered increase in wage share as a main source of economic growth (Lavoie, 2006). In his model only positive effect of wage share increase was presented due to increase in consumption. Furthermore, a positive influence of increasing wage share on demand usually takes place when excess capacity exists. And in turn higher capacity utilization implies rise in investments.

Blecker (1989) extended the model for open economy. Furthermore, ideas of Kalecki were formalized. Dual effect of wage increase on economic growth was highlighted in Blecker (2016). This idea is based on the fact that open economy implies international competition, and wage increase in case of open economy would lead to decrease in export due to fall in international price competitiveness, and, therefore, results in economic decline. Also, increase in wage share leads to the decrease in investments. On the other hand, wage increase allows consumers to buy more goods and expands the consumption. Author argues that negative effects are more significant in short run, while positive effect is present in long run.

Post-Kaleckian growth model introduced in Bhaduri and Marglin (1990) included effect of profit share change on investments. It does not necessary imply increase in demand because of rise in wage share, in oppose to original version of Kaleckian model. Bhaduri – Marglin model defines two possible effects of redistribution on economic growth: wage-led and profit-led. Positive effect of increase in profit share on investments due to increase in profitability was included in the model. That effect confronts with the paradox of costs, which implies positive effect of wage share's increase on investments. Therefore, in this model the character of total effect of wage increase on aggregate demand depends on the wage effect on consumption and the wage effect on investment. These effects are unique for each country. Wage share also negatively affects international competitiveness, therefore its effect on trade can overweigh positive effect on consumption. Accumulation regime in the country determines what effect is more significant. Empirical evidence presented in Hein and Vogel (2008) indicates wage-led growth for larger economies and profit-led regime in smaller countries. The findings indicate wage-led regime for most of countries.

Government expenditures are excluded from consideration in all related sources because the model is focused on private demand. The effect of increase in profit share on government expenditure is beyond our study.

Other limitation is that income distribution is considered exogeneous. Lavoie and Stockhammer (2013) believe that trade unions and laws which determine wages are the main determinants of wage share. The application of instrumental variables is complicated because the strength of labor unions is hard to estimate. Furthermore, only investment equation contains profit share as a regressor. In the case of other components of demand the effect of profit share is not estimated directly.

First attempt to estimate Bhaduri – Marglin model empirically was in Bowles and Boyer (1995). The effect of profit share increase was estimated for each component of aggregate demand separately. This approach called single-equation approach allows to see the effect of income redistribution both for domestic and international markets. It also represents an analysis of how a change in the wage share makes an influence on aggregate demand in the whole and its components (Onaran and Obst, 2016). Results indicate different accumulation regimes for the countries considered in the research. Wage-led growth was revealed for France, Germany, Japan, the UK, and the USA. Meanwhile, after considering the effect of profit rate increase on net export profit-led regime was discovered for France, Germany and Japan. Although the results of single-equation approach are easier to interpret, it does not consider interaction between the components of aggregate demand. In most of the literature this simplification is accepted for better and easier interpretation.

Other approach how to apply Bhaduri-Marglin model in empirical literature is to estimate all relationships between variables in one model. For that Vector Autoregressive model is used (for example, Onaran and Stockhammer, 2005). It allows to capture interaction between variables, although it is harder to derive individual coefficients. That requires additional calculations of impulse-response functions, and that approach is less popular in the literature.

Literature which employs that method differs in approaches how to estimate the effect on net export: directly (Onaran and Galanis, 2012) or separately on import, export, domestic and export prices (Jetin and Reyes, 2020). Also, the terms of trade or exchange rate (Onaran and Galanis, 2012; Jetin and Reyes, 2020) or profit share as a proxy for the terms of trade (Dräger et al, 2009) is used. In this study we use the terms of trade because little evidence about the effect of profit share on net export is present. Furthermore, an influence of terms of trade on net export is more understandable in comparison with an influence of profit share. We estimate the effect of change in profit share on net export using chain derivative rule because profit share is not used as regressor for net export function. This allows not to deal with the endogeneity of profit share.

Besides, variables used in the model differ in the literature. Most of the research consider only variables from theoretical model, control variables are being neglected (for example, Onaran and Galanis, 2012). Different measures for capacity utilization rate are used because this variable is hard to estimate. Capacity utilization rate is approximated by gross domestic product in most of related literature because of absence of data on that indicator (Bowles and Boyer, 1995).

For Nordic countries only one research was done. Applying single-equation approach, Bengtsson and Stockhammer (2021) found a "weakly positive effect on growth" in Sweden, Denmark and Norway. Although, authors highlight that it cannot be said that wage share is the main determinant of economic growth. There are many factors which were not considered in the model, for instance policy. That work also uses historical data – more than 100 years. Most of the literature examines shorter periods, for example, Jetin and Reyes (2020) study China in 1978–2016, Dräger et al. (2009) – France and Germany in 1960–2005, Onaran and Stockhammer (2005) – Turkey in 1963–1997 and South Korea in 1970–2000.

Our research adds to the empirical literature on Finland experience, which, as we noted previously, succeeded more than other European countries on average, according to Uusitalo (1983). Although, income policies were introduced in many countries in the period after the World War II. Scharpf (1981) argues that centralized decision-making, norms and strategies are more important than economic indicators. After Finland implemented related measures, its dynamic performance improved.

Lavoie and Stockhammer (2013) described the role of pro-capital and pro-labor income distribution policies. The aim of these policies is to increase either profit share or wage share. Furthermore, these authors noted importance for the policy to coincide with accumulation regime in a particular country to improve economic performance. They also investigated the factors determining income distribution and argued that wage share is mainly affected by trade unions and laws which determines wages.

Empirical study: data, methodology and estimates

Data sources

Data was gathered from AMECO database for Finland and gross domestic product for its main trade partners for 1975–2020. The database contains annual macroeconomic indicators for European countries.

Variables are consumption (C), compensation of employees (W), gross operational surplus (OS), gross domestic product in current and constant prices (GDP_current, GDP), investments (I), the sum of gross domestic product of main trade partners (it was taken from the Worldbank data) such as China, the USA, the Netherlands, Russia, Germany (GDP_tradepartners), real exports of goods and service (EX), real imports of goods and services (IM), price deflator (GDP_price_defl), nominal (ULC) and real (RULC) unit labor costs, import price deflator (P_IM), export price deflator (P_EX), GDP at factor costs (GDP_factorcosts).

With that variables profit share (h) was calculated as a rate between gross operational surplus and gross domestic product at current prices. Wage share and profit share sum up to one, therefore wage share is calculated as 1-h. Import and export price deflators are used as import and export prices, respectively. The terms of trade or the relative price of export is calculated as a ratio of export price to import price. Relative domestic price is a ratio of domestic price deflator to import price deflator. Descriptive statistics is presented in Appendix (Tables 1A, 2A and 3A).

Estimation method: ARDL model

In order to analyze the effect of income distribution on economic growth, each component of aggregate demand was estimated separately. In oppose to earlier methods, this approach accounts for the effect of international trade. Redistribution towards wages leads to higher cost of labor, therefore it lowers international competitiveness through increase in domestic price level. It implies that rising price will make exports more expensive and decrease net exports.

ARDL model is used to analyze the relationship between variables in each component of aggregate demand. Some of variables are not stationary, therefore cointegration technics are required. The results

of ADF-test for variables in ARDL models are presented in Appendix. ARDL model is more appropriate than the use of differenced data because it saves long-run properties of data, as said in Nkoro and Uko (2016). Furthermore, authors claim error-correction model representation of ARDL is more efficient with small or finite sample. In Adebola et al. (2011) it is also claimed that ARDL model performs better on small samples. In addition, variables are allowed to have different order of integration, which is not true for other cointegration technics. In our research some variables are I (0) and others are I (1).

Other advantage of ARDL approach is that, being transformed into error-correction model, it allows to estimate both long run and short run coefficients.

Pesaran et al. (2001) claim that the absence of autocorrelation is the main assumption of the model, and maximum lag length should be chosen based on that criteria. For this purpose, Akaike Information Criteria is used. Also, the number of lags should coincide with the number of variables and observations in order to get appropriate degree of freedom, therefore maximum 5 lags were allowed based on sample size.

After the estimation of ARDL diagnostics tests are required to verify that there is no autocorrelation. Ramsey RESET test on specification is also applied in order to verify that non-linear regressors do not explain variation in dependent variable better than present model. Other requirement for the residuals is to be normally distributed and that there is no multicollinearity. Although ARDL with error-correction model deals with the multicollinearity due to differenced data, it should be tested because it may affect the standard errors of variables and lead to insignificant results.

After that the partial effects of profit share change on the components of aggregate demand are derived and total effect is calculated as a sum of individual effects, then multiplier effect is considered.

Methodology

Following empirical literature (Onaran and Galanis, 2012; Jetin and Reyes, 2020), single equation approach is adopted to conduct the research. It allows to estimate the effect of income redistribution for the components of aggregate demand separately. Empirical model is based on Bhaduri – Marglin theoretical model. Aggregate demand is a function of consumption, investment, net export and government expenditure.

$$AD = C(Y, h) + I(Y, h) + NX(Y, h, z) + G(Y, z), \tag{1}$$

where AD is aggregate demand, I is investment, Y is GDP, h is profit share, NX is net export, G is government expenditure, z is other variables.

Consumption, based on Keynes model, is a function of income. According to Kalecki, consumption also depends on income, however consumption differs across the sources of income – marginal propensity to consume out of profits, C_p is lower than out of wages, C_w. Therefore, consumption function is defined by:

$$\mathrm{C} = \mathrm{C}(W, P) = \ C_w + C_p = c_w(Y - P) + c_p P, \tag{2}$$

where C is total consumption, P is profit, W is wages.

Investment function is a function of profit share as an indicator of expected profitability and output which is a proxy for capacity utilization rate. Capacity utilization rate represents the demand because increase in demand requires more capacity.

$$I = I(Y, h). \tag{3}$$

Trade balance is other component of aggregate demand. Export is a function of relative export price and income of trade partners (this income is treated as a proxy for external demand).

$$EX = EX(\frac{p_{ex}}{P_{IM}}, Y_{tradepartners}). \tag{4}$$

Import is determined by relative domestic price to price of import and domestic income.

$$IM = IM(\frac{P}{P_{IM}}, Y). \tag{5}$$

Import and export functions depend on the prices, therefore domestic prices are determined by firms by unit labor costs and prices of imported goods and services.

$$p = p(ULC, P_{IM}), \tag{6}$$

where p is domestic price, ULC is unit labor costs, IM_{price} is import price.

Export price function is defined in the same way as domestic price function: it is determined by unit labor costs and prices of imported materials.

$$p_{EX} = p(ULC, P_{IM}). \tag{7}$$

If equation (1) is differentiated, the effect of increase in profit share on GDP is:

$$\frac{\frac{dY}{Y}}{dh} = \frac{\frac{\frac{dC}{Y}}{dh} + \frac{\frac{dI}{Y}}{dh} + \frac{\frac{dNX}{Y}}{dh}}{1 - (\frac{dC}{dY} + \frac{dI}{dY} - \frac{dIM}{dY})}. \tag{8}$$

Numerator is a sum of effects on the components of aggregate demand, which is also called private excess demand. The inverse of denominator is a multiplier which includes the effect of change in income due to income redistribution on the components of demand affected by income (consumption, investment, import). Each component of aggregate demand is estimated with ARDL with error-correction model or in first differenced if bound test indicates no cointegration between variables. R programming language is used to estimate equations (2)-(7) and to conduct postestimation tests and tests on the existence of unit root. These equations contain all necessary coefficients to calculate total effect (equation 8).

Consumption

Firstly, consumption function was estimated. Consumption is assumed to be the function of wage and profit. Wage is represented by the compensation of employees, while profit is approximated by gross operational surplus. Independent variables are in current prices, therefore in order to get their real values they are deflated by the price deflator of GDP. Furthermore, they were log transformed in order to see per cent changes. All variables used in that function are integrated of order one, that is why the existence of cointegration between them was tested. Number of lags is chosen based on AIC. Then following ADRL equation was adopted to study the relationship between variables.

$$\begin{aligned}\Delta \log C_t = \beta_0 + \alpha_1 \Delta \log W_{t-1} + \alpha_2 \Delta \log OS_{t-1} + \alpha_3 \Delta \log C_{t-1} + \alpha_4 \log W_{t-1} + \\ + \alpha_5 \log OS_{t-1} + \lambda \log C_{t-1} + u_t.\end{aligned} \tag{9}$$

The same equation is rearranged in error-correction form after the existence of cointegration is tested which has more economic interpretation:

$$\begin{aligned}\Delta \log C_t = \beta_0 + \alpha_1 \Delta \log W_t + \alpha_2 \Delta \log OS_t + \lambda(\log C_{t-1} - a_l - \beta_1 \log W_{t-1} - \\ - \beta_2 \log OS_{t-1}) + u_t,\end{aligned} \tag{10}$$

where $\beta_1 = -\frac{a4}{\lambda}, \beta_2 = -\frac{a5}{\lambda}$, and these coefficients represent long-run elasticities of wages and profits, respectively. Speed of adjustment, λ, takes values from zero to minus one.

Prior to the estimation of equation in error-correction term, the existence of cointegration between variables was verified by Wald test on joint equality of lagged variables to zero (H_0: $\alpha_4 = \alpha_5 = \alpha_6 = 0$) in

equation 9. Bounds test proposed by Pesaran et al. (2001) indicates possible existence of cointegration, therefore ARDL (1, 1, 1) model with error-correction term is appropriate for the estimation.

Table 1 depicts estimates for ARDL with error-correction term (equation 10) and diagnostic tests.

Table 1

Consumption function, ARDL model

Depvar d(l_C)	Consumption ARDL (1, 1, 1)	Std. Error	t-stat
(Intercept)	–0.03360	(0.07158)	–0.469
L(l_C, 1)	–0.142*	(0.070)	–2.022
L(W_defl_l, 1)	0.138*	(0.079)	1.746
L(OS_defl_l, 1)	0.017*	(0.008)	2.125
d(W_defl_l)	0.612***	(0.089)	6.866
d(OS_defl_l)	0.133***	(0.024)	5.487
Num.Obs.	45	DW test (prob.)	0.25489
R2	0.794	BP test (prob.)	0.928
R2 Adj.	0.768	Mean VIF	5.86
RESET test (prob.)	0.14995	Bound F–test (prob.)	0.0394

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01
Source: authors

Postestimation tests indicate model is specified correctly and do not suffer from omitted variables, autocorrelation, multicollinearity or heteroscedasticity and residuals are normally distributed.

The coefficients of first differences of variables indicate short-run relationship between variables. The increase in compensation of employees (wages) in 1 per cent leads to increase in the same variable on 0.612 per cent after 1 year, and operating surplus (profits) increases on 0.13 per cent due to increase in the same variable in previous year.

Coefficients with lagged variables represent long run coefficients. In order to interpret the coefficients, long-run elasticities are calculated as the rates of coefficients of lagged independent and dependent variables taken with negative sign. Explanation is seen from equations 9 and 10.

Long-run elasticities are

$$\frac{dC}{dW} * \frac{W}{C} = -\frac{\beta_1}{\lambda} = -\frac{0.138}{-0.142} = 0.97, \frac{dC}{dOS} * \frac{OS}{C} = -\frac{\beta_2}{\lambda} = -\frac{0.017}{-0.142} = 0.12.$$

Therefore, long run relationship between variables is represented by equation:

$$\log C_{t-1} = 0.97 \log W_{t-1} + 0.12 \log OS_{t-1} + u_t.$$

Although cointegration exists, some fluctuations from equilibrium happen, either permanent or temporary. If wage or profit change form equilibrium value, consumption out of wages decreases and out of profits it increases, elasticities are 0.612 and 0.133, respectively:

$$\Delta \log C_t = \beta_0 + 0.612\, \Delta \log W_t + 0.133\, \Delta \log OS_t,$$

and λ captures part of the disequilibrium that vanishes in next period, it is equal to 14 per cent.

Therefore, temporary shock vanishes in about 7 years. In the case of permanent shock, the equilibrium value of log of consumption increases by 14 per cent.

$$\Delta \log C_t = \beta_0 + 0.612\, \Delta \log W_t + 0.133\, \Delta \log OS_t - 0.14(\log C_{t-1} -$$

$$-0.97 \log W_{t-1} - 0.12 \log OS_{t-1}) + u_t.$$

Equation which includes both short run and long run relationship is:

In order to calculate the marginal effect of increase in profit share on consumption, consumption is divided into consumption out of wages and out of profits. Since income is a sum of profits and wages, consumption is represented with marginal propensities to consume out of wages and profits (C_w, C_p), income (Y) and profit share (h) (Dräger et al, 2009):

$$C = C_w + C_p = c_w(Y - P) + c_p P = c_w Y + (c_p - c_w)P =$$

$$= c_w Y + (c_p - c_w)Y * \frac{P}{Y} = c_w Y + (c_p - c_w)Y * h$$

$$\frac{dC}{dh} = (c_p - c_w)Y \Rightarrow \frac{\frac{dC}{Y}}{dh} = (c_p - c_w).$$

Using this equation, the partial effect of profit share increase on consumption is calculated as

$$\frac{\frac{dC}{Y}}{dh} = c_p - c_w = \left(\frac{dC}{dOS} * \frac{OS}{C}\right) * \frac{C}{OS} - \left(\frac{dC}{dW} * \frac{W}{C}\right) * \frac{C}{W} =$$

$$= 2.23 * 0.12 - 1.04 * 0.97 = 0.27 - 1.008 = -0.74.$$

It indicates that one per cent increase in profit share decreases consumption on 0.74 percent of GDP.

Marginal propensities to consume out of profits and wages are 0.27 and 1.01, respectively. Assumption about different propensities to consume out of different sources of income holds. The receivers of wages and salaries consume all their income as the theoretical model predicts.

Further, the effect of change in income on consumption calculated as a sum of effects of change in profits and wages:

$$\frac{dC}{dY} * \frac{Y}{C} = \frac{dC}{dOS} * \frac{OS}{C} + \frac{dC}{dW} * \frac{W}{C} = 0.017 + 0.138 = 0.155, \frac{dC}{dY} = 0.155 * \frac{C}{Y} = 1.09 *$$

$$0.517 = 0.56.$$

Increase in income on 1 per cent leads to increase in consumption on 0.56 per cent.

Investment

Investments are assumed to be determined by capacity utilization rate and profit share what indicates operating efficiency and expected profitability, respectively. Both variables are expected to be positively associated with investment share. All variables are in logarithms except profit share which is already in per cents. Therefore, log-linear model is estimated.

ARDL model is adopted to investigate relationship between variables. According to ADF test, variables are not stationary, therefore in order to estimate the model linear combination of the variables that is stationary must exist. Bound cointegration test indicates existence of cointegration, therefore long-run coefficients can be estimated with the following equation. The optimal number of lags was determined based on AIC.

$$\Delta \log I_t = \beta_0 + \alpha_1 \Delta \log Y_t + \alpha_2 \Delta \log Y_{t-1} + \alpha_3 \Delta h_t + \alpha_4 \Delta h_{t-1} + \\ + \alpha_5 \log Y_{t-1} + \alpha_6 h_{t-1} + \lambda \log I_{t-1} + u_t. \quad (11)$$

Following ARDL (1, 2, 2) model with error-correction term was estimated:

$$\Delta \log I_t = \beta_0 + \alpha_1 \Delta \log Y_t + \alpha_2 \Delta \log Y_{t-1} + \alpha_3 \Delta h_t + \alpha_4 \Delta h_{t-1} + \\ + \lambda \left(\log I_{t-1} - a_1 - \beta_1 \log Y_{t-1} - \beta_2 h_{t-1}\right), \quad (12)$$

where $\beta_1 = -\frac{\alpha_5}{\lambda}, \beta_2 = -\frac{\alpha_6}{\lambda} * 100$ and these coefficients represent long-run elasticity of capacity utilization rate and semi-elasticity of profit share,respectively.

Coefficients for equation 10 and postestimation tests are presented in Table 2.

Table 2

Investment function, ARDL (1, 2, 2) model

Depvar d(logI)	Coefficient	Std.Error	t-stat
(Intercept)	–0.523***	(0.064)	–8.209
L(l_I, 1)	–0.079*	(0.038)	–2.073
L(l_GDP, 1)	0.05**	(0.016)	3.499
L(h, 1)	0.039*	(0.023)	1.696
d(l_GDP)	1.957***	(0.242)	8.100
d(L(l_GDP, 1))	0.793**	(0.235)	3.375
d(h)	0.006	(0.0039)	1.646
d(L(h, 1))	0.008*	(0.004)	1.948
Num.Obs.	44	RESET test (prob.)	0.4706
R2	0.8417	DW test (prob.)	0.1393
R2 Adj.	0.8109	BP test (prob.)	0.3552
AIC	–171.8	Mean VIF	1.578382
BIC	–155.7	Bound F–test (prob.)	0.000001
Log.Lik.	94.887		

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Source: authors

The long-run elasticity of investments with respect to income is:

$$\frac{dI}{dY} * \frac{Y}{I} = -\frac{\beta_1}{\lambda} = \frac{0.056}{-0.08} = 0.7.$$

The long run coefficient of profit share is estimated as follows: $\frac{dlogI}{dh} = -\frac{\beta_2}{\lambda} = -\frac{0.039}{-0.08} = 0.4875$. It indicates that increase in profit share on one unit (on 1 per cent) leads to increase in investment on 0.4875 per cents.

Postestimation tests indicate that model is specified correctly and do not suffer from omitted variables, autocorrelation or heteroscedasticity. After that the partial effect of profit share increase on investments share in GDP is calculated using mean values of sample:

$$\frac{dlogI}{dh} = \frac{\frac{dI}{I}}{dh} = 0.4875 => \frac{\frac{dI}{Y}}{dh} = 0.4875 * \frac{I}{Y} = 0.4875 * 0.3 = 0.146.$$

The effect of increase in profit share on investments is positive as assumed in theoretical model due to increased expected profitability.

After that, the marginal effect of increase in income on investments was calculated with elasticity and mean values of income and investments:

$$\frac{dI}{dY} = \left(\frac{dI}{dY} * \frac{Y}{I}\right)\frac{\mathrm{I}}{Y} = 0.7 * 0.3 = 0.21.$$

Increase in income on 1 per cent leads to growth of investments on 0.21 per cent.

Net export

In order to estimate the effect of income redistribution on net export, import and export functions are estimated separately. These functions depend on relative domestic and export prices, therefore price functions are also estimated.

Export function

Export function is estimated as a function of relative export price in terms of import price, income of main trade partners of Finland. Real exchange rate was included if significant. ARDL model is adopted to study the relationship between variables in export function.

$$\begin{aligned}\Delta\log EX_t = {} & a_0 + \alpha_1 \Delta \log Y_t^f + \alpha_2 \Delta\log Y_{t-1}^f + \alpha_3 \Delta\log Y_{t-1}^f + \alpha_4 \Delta\log EX_{t-1} + \\ & + \alpha_5 \Delta\log Y_{t-2}^f + \alpha_6 \Delta\log PS_t + \lambda\log EX_{t-1} + \alpha_7 \log Y_{t-1}^F + \\ & + \alpha_8 \log PS_{t-1} + u_t.\end{aligned} \tag{13}$$

After that the existence of cointegration was verified by bound test which tests the hypothesis about joint equality of the coefficients of lagged variables to zero ($H_0 = \alpha_7 = \alpha_8 = \lambda = 0$). If null hypothesis holds, cointegration between variables does not exist. Bound integration test (Table 4) rejects the hypothesis, therefore cointegration possibly exists.

ARDL (2, 3, 1) model with error-correction term was employed to estimate both long-run and short-run relationship between variables in export function as follows:

$$\begin{aligned}\Delta log EX_t = {} & a_0 + \alpha_1 \Delta \log Y_t^f + \alpha_2 \Delta\log Y_{t-1}^f + \alpha_3 \Delta\log EX_{t-1} + \alpha_3 \Delta\log Y_{t-2}^f + \\ & \alpha_4 \Delta\log tot_t + \lambda(\log EX_{t-1} - a_l - \beta_1 \log Y_{t-1}^F - \beta_2 \log tot_{t-1}) + u_t,\end{aligned} \tag{14}$$

where $\beta_1 = -\frac{\alpha_7}{\lambda}, \beta_2 = -\frac{\alpha_8}{\lambda}$, long-run elasticities of GDP of trade partners and terms of trade.

Table 3 presents the estimated coefficients of equation 12.

Table 3

Export function, ARDL model

Depvar d(l_EX)	Export ARDL (2, 3, 1)	Std. Error	t-stat
(Intercept)	−2.823*	1.3	−2.172
L(l_EX, 1)	−0.070	0.045	−1.541
L(l_GDP_tp, 1)	0.106*	0.049	2.165
L(l_tot, 1)	−0.404*	0.177	−2.288
d(L(l_EX,1))	0.047	0.134	0.350
d(l_GDP_tp)	0.009	0.164	0.054
d(L(l_GDP_tp,1))	−0.281*	0.162	−1.731
d(L(l_GDP_tp,2))	−0.750***	0.169	−4.440
d(l_tot)	−0.772*	0.352	−2.194
Num.Obs.	44	RESET test (prob.)	0.3791
R2	0.472	DW test (prob.)	0.6898
R2 Adj.	0.418	BP test (prob.)	0.3871
AIC	−122.1	Mean VIF	4.242797
BIC	−111.4	Bound F–test (prob.)	0.000532
Log.Lik.	67.071		

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01
Source: authors

The long-run elasticity of export with respect to export price is calculated using coefficients presented in Table 4:

$$\frac{dEX}{dp_{EX}} * \frac{p_{EX}}{EX} = -\frac{-0.404}{-0.07} = -5.77.$$

1 per cent increase in export price decreases export on 5.77 per cent. The magnitude of this effect is very high. Its sign coincides with the law of demand.

The effect of income of main trade partners is also significant and has expected positive sign.

Import function

After that import function was estimated. This is a function of GDP of home country and domestic to import price. Following ARDL (1, 1, 1) equation is estimated:

$$\Delta IM_{\mathrm{t}} = a_0 + \alpha_1 \Delta \log Y_t^h + \alpha_2 \Delta \log tot_{IM_t} + \\ + \lambda \log IM_{t-1} + \alpha_3 \log tot_IM_{t-1} + \log GDP_{t-1} + u_t . \quad (15)$$

ARDL (1, 1, 1) model with error-correction term is used after the existence of cointegration was verified with Bound test. Equation 14 is rearranged into error-correction form to derive long-run coefficients:

$$\Delta IM_{\mathrm{t}} = a_0 + \alpha_1 \Delta \log Y_t^h + \alpha_2 \Delta \log tot_{IM\,t} + \\ + \lambda (\log IM_{t-1} - a_l - \beta_1 \log Ptot_{IM\,t-1} - \beta_2 \log Ptot_{IM\,t-1}) + u_t , \quad (16)$$

where $\beta_1 = -\frac{\alpha_3}{\lambda}, \beta_2 = -\frac{\alpha_4}{\lambda}$ – long-run elasticities of import price and GDP.

Table 4 presents estimated coefficients and postestimation tests for equation 14.

Table 4

Import function, ARDL model

Depvar d(l_IM)	Coefficient	Std.Error	t-stat
(Intercept)	0.048	(0.115)	0.422
L(l_IM, 1)	–0.147***	(0.030)	–4.945
L(l_GDP, 1)	0.111***	(0.029)	3.809
L(tot_IM, 1)	0.235**	(0.064)	3.643
d(l_GDP)	1.478***	(0.176)	8.389
d(tot_im)	–0.035	(0.120)	–0.290
Num.Obs.	45	RESET test (prob.)	0.1135
R2	0.797	DW test (prob.)	0.6479
R2 Adj.	0.759	BP test (prob.)	0.1934
AIC	–171.0	Mean VIF	8.1147
BIC	–154.8	Bound F–test (prob.)	0.000001
Log.Lik.	94.519		

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Source: authors

Postestimation tests indicate that model is specified correctly.

Short run elasticity of GDP indicates that the effect of increase in relative domestic price on import in the next year is insignificant. That is explained by the fact that demand reacts to the change in price slowly. The long-run elasticity of import with respect to domestic price is derived from the coefficients: $\frac{dIM}{dP} * \frac{P}{IM} = -\frac{\beta_1}{\lambda} = -\frac{0.235}{-0.1472} = 1.59$. Increase in domestic price on 1 per cent leads to 1.59 per cent increase in import. The sign of elasticity is in accordance with the law of demand.

The effect of increase in income on import is:

$$\frac{dIM}{dY} =$$

$$\left(\frac{dIM}{dY} * \frac{Y}{IM}\right)\frac{IM}{Y} = -\frac{0.135}{-0.139} * 0.404 = 0.392.$$

Export price equation

Export price function is estimated as a function of nominal unit labor costs and import price. ARDL (1, 2, 1) was adopted to study the relationship between variables.

$$\Delta \log P_{EX_t} = a_0 + \alpha_1 \Delta \log ULC_t + \alpha_2 \Delta \log ULC_{t-1} + \\ + \alpha_3 \Delta \log P_{IM_t} + \lambda \log P_{EX_{t-1}} + \alpha_4 \log ULC_{t-1} + \alpha_5 \log P_{IM_{t-1}} + u_t. \quad (17)$$

After the existence of cointegration was verified, previous equation is rearranged into error-correction form:

$$\Delta P_{EX_t} = a_0 + \alpha_1 \Delta \log ULC_t + \alpha_2 \Delta \log ULC_{t-1} + \\ + \alpha_3 \Delta \log P_{IM_t} + \lambda (\log P_{EX_{t-1}} - a_l - \beta_1 \log ULC_{t-1} - \beta_2 \log P_{IM_{t-1}}) + u_t, \quad (18)$$

where $\beta_1 = -\frac{\alpha_4}{\lambda}, \beta_2 = -\frac{\alpha_5}{\lambda}$ are long-run elasticities of export price with respect to ULC and import price.

Estimates for equation 16 are depicted in Table 5.

Table 5

Export price function, ARDL (1, 2, 1) model

Depvar d(l_P_EX)	Coefficient	Std. Error	t-stat
(Intercept)	–0.95569**	(0.317)	–3.013
L(l_EX_price, 1)	–0.157**	(0.055)	–2.855
L(l_ULC, 1)	0.143**	(0.053)	2.695
L(l_IM_price, 1)	0.131***	(0.048)	2.756
d(l_ULC)	–0.100	(0.137)	–0.729
d(L(l_ULC, 1))	–0.365**	(0.139)	–2.624
d(l_IM_price)	0.927***	(0.059)	15.613
Num.Obs.	44	RESET test (prob.)	0.15722
R2	0.906	DW test (prob.)	0.4267
R2 Adj.	0.891	BP test (prob.)	0.1642
AIC	–210.6	Mean VIF	4.501374
BIC	–196.3	Bound F–test (prob.)	0.03332
Log.Lik.	113.291		

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Source: authors

The elasticity of export price with respect to unit labor cost is calculated:

$$e_{P_x,ULC} = \frac{dp_{EX}}{dULC} * \frac{ULC}{p_{EX}} = -\frac{0.143}{-0.157} = 0.91.$$

It indicates increase in unit labor costs on 1 per cent increases export price on 0.91 per cent. Higher costs of production result in prices increase.

Domestic price equation

Domestic price function is a function of unit labor costs. These costs represent average cost of labor required to produce unit of output and the price of imported goods because economy of Finland depends on international trade. Intermediate goods are imported and increase in its price leads to increase in domestic prices. The growth of prices on fuel is a main reason for increase in import prices, and it affects domestic prices. Both dependent variables are expected to be positively associated with domestic price.

Bound test for cointegration was applied to domestic price equation. It indicates there is no long-run relationship between domestic price, import price and nominal unit labor costs. Therefore, only short run elasticities are estimated with the following equation in differences (similar to ARDL with ECT if long-run relationship does not exist):

$$\Delta \log P_t = \alpha_1 + \alpha_2 \Delta \log P_{IM_t} + \alpha_3 \Delta \log ULC_t + u_t . \quad (19)$$

Estimates for that model are presented in Table 6.

Table 6

Domestic price function, ARDL model

Depvar $\Delta \log P_t$	Coefficient	Std.Error	t-stat
(Intercept)	0.029***	(0.004)	6.904
Δl_ULC_diff	0.174**	(0.074)	2.365
Δl_P_IM	0.162*	(0.081)	1.984
Num.Obs.	45	RESET test (prob.)	0.1294
R2	0.783	DW test (prob.)	0.1439
R2 Adj.	0.773	BP test (prob.)	0.1795
AIC	−195.3	Mean VIF	1.7962
BIC	−188.1	F	14.174
Log.Lik.	101.652		

* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01
Source: authors

The elasticity of domestic price with respect to unit labor costs is directly taken from estimated coefficients.

$$e_{P,ULC} = \frac{dp}{dULC} * \frac{ULC}{p} = 0.174 .$$

1 per cent increase in unit labor costs increases domestic price on 0.174 per cent due to higher costs of production.

Further, elasticity of unit labor costs with respect to real unit labor costs is calculated. Real unit labor cost is equal to nominal unit labor divided by price level, therefore

$$\log P_t = \alpha_1 + \alpha_2 \log P_{IM_t} + \alpha_3 \log ULC_t + u_t <=>$$

$$\log P_t = \alpha_1 + \alpha_2 \log P_{IM_t} + \alpha_3 \log RULC_t + \alpha_3 \log P_t + u_t <=>$$

$$\log P_t = \frac{(\alpha_1 + \alpha_2 \log P_{IM_t} + \alpha_3 \log RULC_t + u_t)}{1 - \alpha_3} .$$

Taking derivative with respect to real unit labor costs give

$$\frac{dlogP}{dlogRULC} = \frac{\alpha_3}{1-\alpha_3} = \frac{dlog\frac{ULC}{RULC}}{dlogRULC} = \frac{dlogULC - dlogRULC}{dlogRULC} =$$

$$= \frac{dlogULC}{dlogRULC} - 1 <=> \frac{dlogULC}{dlogRULC} = \frac{\alpha_3}{1-\alpha_3} + 1 = \frac{1}{1-\alpha_3} = \frac{1}{1-0.174} = 1.21.$$

Results and discussion

The total effect of increase in profit share on gross domestic product is calculated with estimated coefficients. With this effect and elasticities calculated above, the effect of profit share on income is calculated as the effect of increase in wage share taken with negative sign. Chain elasticity rule is used, and mean values of import, income and real unit labor costs are used to convert elasticity into marginal effect:

$$\frac{\frac{dIM}{Y}}{dh} = -\frac{\frac{dIM}{Y}}{dh} = -\left(e_{IM,P}\, e_{P,ULC} * e_{ULC,RULC} * e_{WS,RULC}\right) * \frac{\frac{IM}{Y}}{rulc} =$$

$$= -\left(e_{IM,P}\right)\left(e_{P,ULC}\right) * \frac{1}{\left(1-e_{p,ULC}\right)}\left(\frac{Y^f}{Y}\right)^1 \frac{\frac{IM}{Y}}{rulc} = -1.59 * 0.174 * \frac{1}{1-0.174} * 0{,}964 *$$

$$* 0{,}006 = -0.00194.$$

Increase in profit share indicates increase in international competitiveness, therefore import decreases. Although, that effect is low in magnitude.

In a similar way, the effect of change in profit share on export is calculated:

$$\frac{\frac{dEX}{Y}}{dh} = -\frac{\frac{dEX}{Y}}{dh} = -\left(e_{EX,P_{EX}} * e_{P_{EX},ULC} * e_{ULC,RULC} * e_{RULC,WS}\right) * \frac{\frac{EX}{Y}}{rulc} =$$

$$= -(-5.77) * 0.91 * \frac{1}{(1-0.91)}\left(\frac{Y^f}{Y}\right)\frac{\frac{EX}{Y}}{rulc} =$$

$$= 58.34 * 0.68 * 0.004 = 0.16.$$

Then the effect of change in profit share on net export is identified:

$$\frac{\frac{dNX}{Y}}{dh} = \frac{\frac{dEX}{Y}}{dh} - \frac{\frac{dIM}{Y}}{dh} = 0.16 - (-0.00194) = 0.16194.$$

After that multiplier effect is calculated:

$$m = \frac{1}{1-(\frac{dC}{dY}+\frac{dI}{dY}-\frac{dIM}{dY})} = \frac{1}{1-(0{,}56+0.21-0.392)} = 1.61.$$

It allows to include the effect of increase in income on components of aggregate demand. Summary effect on the components of aggregate demand is private excess demand which represents change in demand due to redistribution in income.

It is equal to $\frac{\frac{dY}{Y}}{dh} = \frac{\frac{dC}{Y}}{dh} + \frac{\frac{dI}{Y}}{dh} + \frac{\frac{dNX}{Y}}{dh} = -0.74 + 0.146 + 0.161 = -0.433$. That means 1 per cent increase in profit share decreases economic growth on 0.433 per cent. If further effect of increase in income redistribution is considered, total effect is $1.61 * (-0.433) = -0.69$.

[1] $RULC = WS * \frac{Y_{factor\ \ costs}}{Y}$

This result confirms the hypothesis that economic growth of Finland is wage-led. Income redistribution towards profits leads to decline in economic growth due to fall in consumption. Purchasing power falls and lowers the demand. Positive effect on investments and net export due to increased international competitiveness because of lower costs does not overweigh the negative effect on consumption.

The estimates of total effect and its components for Finland and related literature are presented in Table 7. Wage-led accumulation regime was found in Sweden, Denmark and Norway (Bengtsson and Stockhammer, 2021). Nordic countries show strong government intervention, labor unions and laws which support the rights of workers, and findings indicate that redistribution towards wages positively affects economic performance there. Similar approach to the estimation of income redistribution effect identifies the profit-led regime of economic growth only in China (Onaran and Galanis, 2012).

Table 7

Estimates for Finland and other countries

Effects and its components	Estimates for Finland	China (Onaran and Galanis, 2012)	Sweden (Bengtsson and Stockhammer, 2021)	Denmark (Bengtsson and Stockhammer, 2021)	Norway (Bengtsson and Stockhammer, 2021)
$\frac{dC}{dY}$	0.56	0.54	–	–	–
$\frac{dI}{dY}$	0.21	2.03	–	–	–
$\frac{dIM}{dY}$	0.392	1.5	–	–	–
$\frac{dC/Y}{dh}$	–0.74	–0.41	–0.3	–0.22	–0.14
$\frac{dI/Y}{dh}$	0.146	0	0.4	0.94	0
$\frac{dNX/Y}{dh}$	0.161	1.99	–0.49	b–0.51	–0.36
Total $\left(\frac{\frac{dC}{Y}\frac{dh}{d\pi}+\frac{dI}{Y}\frac{dh}{d\pi}+\frac{dNX}{Y}\frac{dh}{d\pi}}{1-\left(\frac{dC}{dY}+\frac{dI}{dY}-\frac{dIM}{dY}\right)}\right)$	–0.69	1.95	–0.38	–0.1	–0.17

Source: authors

Conclusion

We estimated the effect of income distribution on economic growth in Finland from 1975 to 2020 using Bhaduri and Marglin (1990) model. ARDL model is applied to analyze the effect of profit share increase on aggregate demand components. Single-equation estimation approach is adopted because it is more interpretable, and it allows to differentiate between the effect on domestic sector and the effect of trade. Findings indicate that income redistribution towards profits leads to decline in economic growth due to fall in consumption, and positively affects investments and net export due to increased international competitiveness through costs reduction; the first effect is stronger than two other effects. These results confirm the hypothesis about the wage-led regime of economic growth in Finland.

Based on the findings it cannot be stated that the redistribution of income towards wages was the only or the most important source of economic growth during the considered period. Income policies also affect economic performance of Finland, as well as supply-side factors. Considering other factors is beyond the focus of our research, although their importance is not neglected.

Approach of Scandinavian countries, and Finland to the role and effects of wages, for instance, differs from classical idea about the effect of wage restraint policy for increase in investments. Rise in wages is seen as a way to increase labor productivity. This approach appears more adequate, as being consistent with Bhaduri and Marglin (1990), especially considering the fact that our findings indicate wage-led accumulation regime in Finland. The results of this study support further implementation of income policy and illustrate that if policy goes in line with the regime of economic growth in the country, it positively affects economic development. Therefore, implementation of income policy corresponding to the regime of economic growth is recommended for all countries. The model also shows that increase in profitability is not necessarily good for economic growth, and its negative effect on the demand should also be considered.

References

Adebola, S., Wan Yusoff, W., Dahalan, J. (2011). An ARDL approach to the determinants of nonperforming loans in Islamic banking system in Malaysia. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* **1** (2), 1–11.

Ali, W., Abdullah, A., Azam, M. (2017). Re-visiting the environmental Kuznets curve hypothesis for Malaysia: fresh evidence from ARDL bounds testing approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews* **77** (C), 990–1000.

Bengtsson, E., Stockhammer, E. (2021). Wages, income distribution and economic growth: Long-run perspectives in Scandinavia, 1900–2010. *Review of Political Economy* **33** (4), 725–745.

Bhaduri, A., Marglin S. (1990). Unemployment and the real wage: The economic basis for contesting political ideologies. *Cambridge Journal of Economics* **14** (4), 375–393.

Blecker, R. (1989). International competition, income distribution and economic growth. *Cambridge Journal of Economics* **13** (3), 395–412.

Blecker, R. (2016). Wage-led versus profit-led demand regimes: the long and the short of it. *Review of Keynesian Economics* **4** (4), 373–390.

Bowles, S., Boyer, R. (1995). Wages, aggregate demand, and employment in an open economy: an empirical investigation. In: Epstein, G., Gintis, H. (eds.) *Macroeconomic Policy after the Conservative Era. Studies in Investment, Saving and Finance*. Cambridge: Cambridge University Press, 143–171.

Dräger, L., Hein E., Vogel, L. (2009). Distribution and growth in France and Germany: Single equation estimations and model simulations based on the Bhaduri/Marglin model. *Review of Political Economy* **21** (2), 245–272.

Hein, E., Vogel, L. (2008). Distribution and growth reconsidered: Empirical results for six OECD countries. *Cambridge Journal of Economics* **32** (3), 479–511.

Jetin, B., Reyes, L. (2020). Wage-led demand as a rebalancing strategy for economic growth in China. *Journal of Post Keynesian Economics* **43** (3), 341–366.

Kalecki, M. (1971). *Selected Essays on the Dynamics of the Capitalist Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lavoie, M. (2006). *Introduction to Post-Keynesian Economics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lavoie, M., Stockhammer, E. (eds.) (2013). *Wage-led Growth. Advances in Labour Studies*. London: Palgrave Macmillan.

Nkoro, E., Uko, A. (2016). Autoregressive Distributed Lag (ARDL) cointegration technique: Application and interpretation. *Journal of Statistical and Econometric Methods* **5** (4), 63–91.

Onaran, Ö., Galanis, G. (2012). Is aggregate demand wage-led or profit-led? National and global effects. *ILO Conditions of Work and Employment Series No. 40*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_192121.pdf

Onaran, Ö., Obst, T. (2016). Wage-led growth in the EU15 member-states: The effects of income distribution on growth, investment, trade balance and inflation. *Cambridge Journal of Economics* **40** (6), 1517–1551.

Onaran, Ö., Stockhammer, E. (2005). Two different export-oriented growth strategies: accumulation and distribution in Turkey and South Korea. *Emerging Markets Finance and Trade* **41** (1), 65–89.

Pesaran, M., Shin, Y., Smith, R. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics* **16** (3), 289–326.

Scharpf, F. (1981). *The Political Economy of Inflation and Unemployment in Western Europe: An Outline*. Berlin: Internationales Institut für Management and Verwaltung.

Storm, S., Naastepad, S. (2012). *Macroeconomics Beyond the NAIRU*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Uusitalo, H. (1983). Incomes policy in Finland: Economic and social effects in a comparative perspective. *Scandinavian Political Studies* **6** (1), 1–26.

Appendix

Table A1

Description of variables

Symbol	Variable	Description
C	Consumption	Private consumption at constant prices, billions of euro
I	Investments, nominal	Gross fixed capital formation, nominal, billions of euro
W	Wages	Compensation of employees, nominal, billions of euro
OS	Profits	Gross operating surplus, nominal
h	Profit share (OS/GDP)	Share of profits in GDP
WS	Wage share, 1–h	Share of wages in GDP
RULC	Real unit labor costs ($\frac{ULC}{P}$)	Real compensation per employee divided by nominal GDP per person employed
ULC	Nominal ULC	Nominal compensation per employee divided by nominal GDP per person employed, affects export and import price level because of increase in production costs
Y	Real GDP	Gross domestic prices at constant prices, billions of euro
P	Price deflator	Change in price with comparison to base year (Nominal GDP / Real GDP)
IM	Import of goods and services, at constant prices (2015)	Import at constant prices, billions of euro
EX	Export of goods and services, at constant prices (2015)	Export at constant prices, billions of euro
GDP_ tradepartners	Sum of gross domestic product of Russia, China, the USA, the Netherlands, Germany	Gross domestic prices of main trade partners, billions of euro
P_EX	Export price deflator (proxy for export price)	Change in export price with comparison to base year (Nominal EX / Real EX)
P_IM	Import price deflator (proxy for import price)	Change in import price with comparison to base year (Nominal IM / Real IM)
tot_EX	Terms of trade (P_EX / P_IM)	Number of units of exports needed to purchase a unit of import
tot_IM	Terms of trade for import (P / P_IM)	The number of times domestic prices exceeds import prices

Source: authors

Table 2A

Summary statistics

Variable	Mean	SD	Min	Median	Max
C	83.5	24.8	45.8	78.9	122.3
OS	30.3	18.3	3.5	31.1	60.0
W	60.0	32.3	9.9	54.1	111.9
price_defl	69.7	24.5	20.7	74.2	106.0
I	28.8	10.0	13.3	27.8	50.8
GDP	118.2	47.4	48.3	116.7	220.3
IM	45.7	25.2	15.2	38.9	91.1
GDP_current	123.5	69.8	18.1	115.7	240.6
P_IM	87.3	16.9	41.3	91.5	108.0
EX	46.5	27.3	10.1	41.6	91.6
P_EX	94.3	15.2	52.1	99.7	111.7
GDP_tradepartners	8239.9	4986.3	2603.5	6640.4	18802.8
GDP_factorcosts	65.3	5.2	58.3	63.7	75.0
WS	65.3	5.2	58.3	63.7	75.0
ULC_nom	75.4	19.0	33.1	76.7	103.3
ULC_real	105.2	9.0	94.1	102.2	124.2

Source: authors

Table 3A

Augmented Dickey-Fuller test

Variable	ADF statistics	p-value
l_C*	−1.5456	0.7547
l_W	−2.0422	0.5572
l_OS	−1.6489	0.7136
PS	−1.8338	0.64
l_I	−2.5661	0.3489
L_EX	−1.6997	0.6933
L_GDP_tp	−2.2666	0.4679
l_tot_EX	−2.681	0.3032
L_IM	−1.2522	0.8713
L_tot_IM	−1.6341	0.7194
L_GDP	−2.5675	0.3483
L_P_IM	−5.1751	0.01
L_ULC	−1.4496	0.7928
L_P_EX	−4.6883	0.001
L_GDP_pricedeflator	−4.1358	0.01247
L_GDP_real	−2.2666	0.4679

Note: "l_..." represents log of variable, variables which are initially at current prices were deflated with price deflator. H_0: unit root is present
Source: authors

Terra Economicus, 2024, 22(1): 137–150
DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-137-150

Sustainable organizational development and human capital in the context of soft systems methodology

Wadim Strielkowski
Cambridge Institute for Advanced Studies, United Kingdom; Czech University of Life Science Prague, Czech Republic
e-mail: strielkowski@pef.czu.cz

Evgeny Kuzmin
Institute of Economics of the Ural Branch RAS, Ekaterinburg, Russia, e-mail: kuzmin.ea@uiec.ru

Arina Suvorova
Institute of Economics of the Ural Branch RAS, Ekaterinburg, Russia, e-mail: suvorova.av@uiec.ru

Olga Gorlova
Moscow Polytechnic University, Russia, e-mail: business007@bk.ru

Citation: Strielkowski W., Kuzmin E., Suvorova A., Gorlova O. (2024). Sustainable organizational development and human capital in the context of soft systems methodology. *Terra Economicus* **22**(1), 137–150. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-137-150

As the world faces major challenges related to the climate change and geopolitical hurdles, soft systems methodology (SSM) and institutional factors offer a complex approach that might be helpful in achieving the sustainable development goals (SDGs) and are therefore gaining an increasing popularity in the research literature. By embracing the principles of SSM within the realm of institutional economics, academics and decision-makers can navigate through the complexities of real-world problems and devise effective strategies for addressing them. Understanding the intricate relationship between SSM and institutional economics offers a unique lens through which organizational performance and sustainability can be enhanced. This synergy, when explored and applied judiciously, provides a comprehensive framework that addresses not only the technical aspects of an organization but also its socio-economic dimensions. In the empirical part of the paper, a bibliometric analysis is used based on the sample of 76 documents indexed in Web of Science (WoS) database between 1995 and 2023. The network cluster analysis using the text data and the bibliometric data is employed using the VOSViewer software for network analysis. The results show that as the economic and social processes are becoming more robust, SSM and institutional economics are currently returning to the spotlight of the academic research focused on topics such as organizational performance and sustainability as well as sustainable human capital efficiency.

Keywords: *soft system methodology; institutional economics; sustainable development; human capital; bibliometrics; network cluster analysis*

Funding: *This research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-28-01768.*

JEL codes: *B52, J24, O15, P50*

© В. Стрелковски, Е. Кузьмин, А. Суворова, О. Горлова, 2024

Устойчивое организационное развитие и человеческий капитал в контексте методологии мягких систем

Стрелковски Вадим
Кембриджский институт современных исследований, Великобритания;
Чешский сельскохозяйственный университет в Праге, Чешская Республика, e-mail: strielkowski@pef.czu.cz

Кузьмин Евгений
Институт экономики Уральского отделения РАН, Екатеринбург, Россия, e-mail: kuzmin.ea@uiec.ru

Суворова Арина
Институт экономики Уральского отделения РАН, Екатеринбург, Россия, e-mail: suvorova.av@uiec.ru

Горлова Ольга
Московский политехнический университет, Россия, e-mail: business007@bk.ru

Цитирование: Strielkowski W., Kuzmin E., Suvorova A., Gorlova O. (2024). Sustainable organizational development and human capital in the context of soft systems methodology. *Terra Economicus* **22**(1), 137–150. DOI: 10.18522/2073-6606-2024-22-1-137-150

В настоящее время, когда мир сталкивается с серьезными проблемами, связанными с изменением климата и геополитическими препятствиями, методология мягких систем (ММС) и учет институциональных факторов способны помочь в достижении целей устойчивого развития и поэтому приобретают все большую популярность в исследовательской литературе. Сочетая принципы ММС с положениями институциональной экономики, ученые и лица, принимающие решения, могут ориентироваться в реальных проблемах и разрабатывать эффективные стратегии для их решения. Понимание сложной взаимосвязи между ММС и институциональной экономикой содействует формированию исследовательского подхода для изучения способов повышения эффективности и устойчивости организации в плане технических и социально-экономических аспектов. В эмпирической части работы мы представляем результаты библиометрического анализа 76 источников, проиндексированных в базе данных Web of Science (WoS) в период с 1995 по 2023 гг. Кластерный анализ проведен с помощью программы VOSViewer. Результаты показывают, что по мере роста устойчивости экономических и социальных процессов фокус внимания исследователей возвращается к ММС и институциональной экономике. Основными темами являются эффективность и устойчивость организаций, а также человеческий капитал в контексте устойчивого развития.

Ключевые слова: *методология мягких систем; институциональная экономика; устойчивое развитие; человеческий капитал; библиометрия; сетевой кластерный анализ*

Финансирование: *Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда № 23-28-01768.*

Introduction

Soft systems methodology (SSM) represents a holistic approach that provides a framework for addressing problematic social and economic situations and managing real-world challenges. It was coined in the 1970s to acknowledge the entaglement and diversity of human systems and aims to understand and improve them through a participatory and iterative process (Checkland, 2010; Salavati et al., 2021). Some reseachers highlight the key principles of SSM that enable its successful application in tackling non-trivial challenges (Warren et al., 2019). The first principle of SSM involves gaining a deep understanding of the institutional arrangements by engaging with stakeholders and exploring their perspectives. This helps to identify different worldviews, assumptions, and tensions existing within the system, allowing for a comprehensive understanding of the context of a problem (Martin and O'Meara, 2020). In addition, SSM emphasizes the importance of defining relevant systems bearing multiple relationships. These systems can be social, organizational, or cultural entities that influence or are influenced by the problem situation. By defining these systems, SSM enables stakeholders to explore interrelationships and dependencies between various components (Dahesh et al., 2020; Xu, 2020). In parallel, institutional economics (IE) (and in particular the New Institutional Economics (NIE) that also emerged in the 1970s (see Ménard and Shirley (2014)) offer invaluable insights into how economic activities are shaped by social institutions - the rules, norms, beliefs that govern behaviour within organizations and societies (see Coase, 1959; Williamson, 1975; or North, 1994;). It examines how organizations and societies evolve over time and influence economic performance and sustainability (Mayhew, 2018). Unlike traditional economics, which often abstracts from rules, norms, and beliefs, Institutional Economics considers them central to understanding economic dynamics (Petracca and Gallagher, 2020; or Volchik, 2020). Within this context, it needs to be mentioned that this paper applied the approach that does not distinguish between the original IE (Hodgson, 1998) and the NIE (North, 1990; Ostrom, 1990) and its main focus and scope are the institutional factors that affect sustainable development.

A core principle of SSM is developing conceptual models to represent stakeholders' perceptions of their problem situation accurately. These models help to facilitate communication among stakeholders that come from different backgrounds and have different perspectives. Another important principle of SSM is the comparison of real-world systems with conceptual models developed during earlier stages of SSM intervention. This helps to identify discrepancies between how things are perceived by the stakeholders and how they actually function in reality (Dumitriu et al., 2019).

Additionally, SSM encourages stakeholders to envision desirable changes within their system by exploring alternative ways to effectively deal with multiple and often contradicting options. This principle fosters creativity and innovation while considering diverse stakeholder viewpoints (Wu et al., 2021). SSM uses a set of tools and techniques known as the "seven-stage model" (Strielkowski et al., 2023) (Fig. 1).

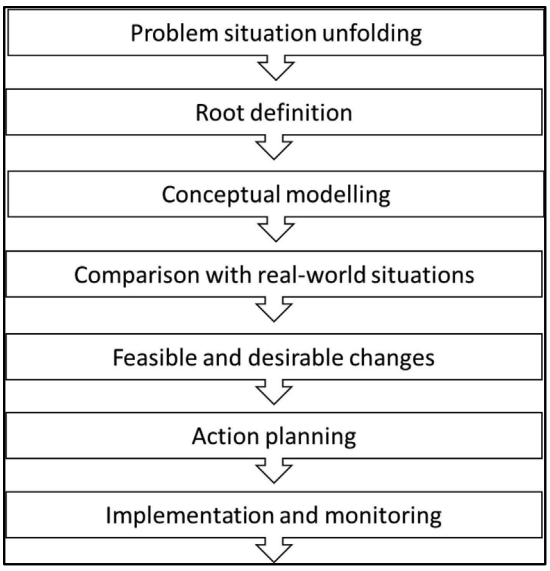

Fig. 1. SSM seven-stage model

Source: own results based on Strielkowski et al. (2023)

Once desirable changes have been identified, SSM focuses on formulating feasible actions that can be implemented within the given problem context. This principle emphasizes practicality and ensures that proposed solutions are realistic and attainable. Moreover, SSM approach recognizes the need for ongoing learning and adaptation in tackling numerous available solutions. The methodology encourages stakeholders to continuously reflect on their actions, reassess their assumptions, and adapt their strategies accordingly (Grewatsch et al., 2023).

Lastly, SSM places significant importance on collaboration and participation throughout the problem-solving process. By involving diverse stakeholders with different expertise, experiences, and perspectives, SSM seeks to create a shared understanding of the wide range of options and pathways while ensuring collective ownership of proposed solutions (Martin et al., 2020; Kutty et al., 2020).

In addition, many researchers agree that in today's complex, globalized, digitalized, and interconnected world, traditional problem-solving methods often fall short in addressing the intricacies of real-world challenges. This is where SSM can help, offering a holistic approach that recognizes the interdependencies and interconnectedness of various elements within complex economic and social systems. By unraveling these complexities, SSM enables a deeper understanding of the underlying issues and facilitates effective problem-solving (Jackson, 2021; D'Amore et al., 2022).

At its core, SSM acknowledges that problems are not isolated entities but rather part of larger systems with multiple stakeholders, diverse perspectives, and dynamic relationships. It emphasizes the importance of exploring these relationships for gaining better insights into how different components interact and influence one another. When applying a holistic approach through SSM, practitioners start by defining the problem situation in all its complicatedness (Kish et al., 2021).

All of the above involves engaging with stakeholders from various backgrounds to identify their diverse viewpoints and understanding their objectives (Singh et al., 2023). By doing so, SSM aims to capture the full spectrum of perspectives related to the problem at hand. Moreover, SSM employs vivid visual representations for depicting the entanglement of the real situations. These pictures and diagrams help illustrate how different elements within a system are interconnected and provide a platform for discussion and analysis among stakeholders (Cradock-Henry et al., 2020).

Once these interconnections are identified, SSM facilitates modeling exercises where practitioners can simulate potential changes or interventions within the system (Ormerod et al., 2023). Through iterative cycles of debate, reflection, and refinement, this process allows for testing different scenarios to assess their feasibility and impact on solving complex real-world challenges. Finally, SSM emphasizes continuous learning throughout its application by encouraging open dialogue among stakeholders (Chan, 2023). This collaborative learning environment fosters shared understanding while promoting creativity and innovative thinking necessary for tackling robust and non-trivial problems effectively.

This paper focuses on exploring how the SSM and institutional factors can be the key elements of human capital for organizational performance and sustainability. It is doing so by reviewing the relevant scientific literature as well as by implementing the bibliometric network analysis.

SSM and organizational sustainability

As mentioned above, SSM is recognized by many researchers as a problem-solving approach that focuses on understanding non-trivial arrangements and improving their effectiveness (Lohman, 2020). When applied to the field of human capital management (HCM), SSM can play a crucial role in enhancing organizational sustainability (Pham et al., 2020). It can be shown that by adopting a holistic perspective, SSM enables organizations to identify and address the underlying issues that hinder sustainable practices within their HCM processes (Vrontis et al., 2022). One of the crucia contributions of SSM to enhancing organizational sustainability is its emphasis on stakeholder involvement and participation. SMM employs the collaborative approach that enables exploring diverse perspectives related to ownership and commitment (Lin et al., 2022).

By involving stakeholders in the design and implementation of sustainable HCM practices, organizations can ensure greater acceptance and adoption of these initiatives (Otenyo et al., 2006). Furthermore, it facilitates a deeper understanding of complex social systems by encouraging reflection and learning (Grewatsch et al., 2023). The methodology encourages organizations to question

existing assumptions, challenge current norms, and explore alternative ways of thinking about HCM processes. This critical reflection helps organizations identify areas where their current practices may be contributing to unsustainability or inefficiency. By engaging in this reflective process, organizations can uncover hidden problems or conflicts that may be hindering sustainable outcomes in their HCM activities (Faller et al., 2020).

Another valuable aspect of SSM is its ability to facilitate learning from both successes and failures. Through iterative cycles of analysis, evaluation, and redesign, organizations can continuously improve their HCM processes over time (Slattery et al., 2022). By experimenting with different approaches or interventions based on feedback from stakeholders, organizations can adapt their strategies to better align with sustainability goals. This iterative learning process enables continuous improvement in HCM practices while also fostering a culture that values innovation and adaptation. Additionally, SSM provides a structured framework for addressing the complexity inherent in HCM processes. By breaking down the system into its constituent parts and analyzing their interactions, SSM helps organizations identify leverage points for intervention. This systemic approach allows organizations to target specific areas where improvements can have a cascading effect on overall sustainability. By understanding the interdependencies between various elements of the HCM system, organizations can implement changes that not only enhance sustainability but also avoid unintended consequences (Hegab et al., 2023).

All in all, it becomes quite clear that SSM plays a vital role in enhancing organizational sustainability within the context of HCM. By promoting stakeholder involvement, critical reflection, iterative learning, and systemic analysis, SSM enables organizations to address the underlying issues that hinder sustainable practices in their HCM processes. Through this holistic approach, organizations can develop comprehensive and effective strategies that contribute to long-term sustainability while also fostering a culture of continuousimprovement and innovation (Vahdat, 2022).

By adopting a SSM approach, various barriers and obstacles that hinder their efforts to enhance sustainability in sustainable human capital management can be effectively addressed. One significant challenge is the resistance to change within organizations (Kineber et al., 2023). Many employees may be resistant to new processes or practices that disrupt their established routines.

Engaging employees through open dialogue, training programs, and incentives can help alleviate resistance and foster a culture of sustainability (Ercantan and Eyupoglu, 2022). Another challenge is the lack of awareness and knowledge about sustainable practices among managers and leaders (Lamé et al., 2020).

One big challenge stemming from this is to translating the principles of sustainable development into effective HCM strategies and approaches. Quite often, organizations might face not only administrational constraints but also the financial obstacles that prevent them from implementing sustainable development principles into managing their human capital (Rana and Sharma, 2019).

Another important issue is the performance management when clear goals and expectations presented and communicated to the employees in a proper way can enhance the sustainability of organizations (Ribeiro et al., 2020). Effective performance management systems also feature training programs, feedback strategies, as well as innovative approaches to identifying potential leaders and fostering their potential for the benefit of organizations (Murphy, 2020).

SSM and institutional economics approach

Both SSM and institutional economics share the appreciation of the specific socio-economic environment for understanding complex systems and operating within these systems (Kish et al., 2021). Institutions and organizations can use methodical approach of SSM with the institutional economics' focus on institutions and their role in shaping economic actitivies for solving complex issues (Williamson, 2005; Venter, 2020). This integrated approach allows for a deeper exploration into how institutional arrangements impact organizational behavior and performance (see e.g. North, 2016). It acknowledges that changes within an organization can lead not only to alterations in its structure but also modifications in broader institutional patterns that may either facilitate or hinder sustainability efforts (Ren and Jackson, 2020).

Moreover, this synergy aids in identifying advantage points where interventions could yield significant improvements in both organizational effectiveness and sustainability practices. For in-

stance, by applying SSM's tools to map out how existing institutional norms influence organizational processes or decision-making pathways related to sustainability initiatives; organizations can uncover innovative strategies for fostering change both within their boundaries and in their wider industry or community context (Nicolini et al., 2022).

Overall, the link between SSM and institutional economics helps to enhace the organizational performance and pursue the sustainable development goals (SDGs) (Eweje et al., 2021). This integrated perspective not only enriches our theoretical knowledge base but also equips practitioners with practical tools for navigating complexity effectively - ultimately contributing towards more resilient and adaptable organizations (Strielkowski et al., 2023; Li et al., 2024).

The role of institutional economics in driving organizational performance and sustainability is both profound and multifaceted (Silalahi and Walsh, 2023). Unlike traditional economic theories that often focus on market dynamics and individual rationality, institutional economics delves into the broader spectrum of social, legal, and political frameworks within which organizations operate. It provides a lens through which we can understand how these institutions – the rules of the game – shape organizational behavior, performance, and ultimately, their sustainability (He et al., 2020).

At its core, institutional economics posits that the performance and sustainability of organizations are not merely outcomes of market forces but are significantly influenced by the institutional environment (Volchik and Maslyukova, 2021; Altman, 2023). This includes formal institutions such as laws and regulations, as well as informal norms and conventions that govern individual and collective behavior. For instance, an organization operating within a strong legal framework that enforces contracts efficiently will likely experience different performance outcomes compared to one where such a framework is weak or absent. Similarly, cultural norms around trust can significantly impact organizational practices related to collaboration and knowledge sharing – essential components for innovation and long-term sustainability (Wang et al., 2021).

Furthermore, institutional economics also emphasizes path dependence – the idea that historical trajectories can lock institutions into certain patterns that are difficult to change. This has critical implications for organizational change efforts towards sustainability (Rai et al., 2022). Within this framework, organizations may find themselves constrained by existing institutional arrangements that favor unsustainable practices. Recognizing these constraints is crucial for designing effective strategies that not only enhance performance but also align with broader sustainability goals (Reddy et al., 2020).

Moreover, institutional economics offers valuable insights into how organizations can influence their institutional environments in favor of more sustainable practices (Banerjee et al., 2021; Volchik and Maslyukova, 2021). Through strategic actions such as advocacy for policy changes or through pioneering new business models that challenge existing norms (e.g., circular economy models), organizations can become agents of change within their institutions (Bocken and Konietzko, 2022). This proactive stance not only contributes to organizational performance through innovation but also drives systemic changes conducive to sustainability.

Thence, it become apparent that understanding the role of institutions also aids in navigating uncertainties associated with external shocks such as financial crises or environmental disasters. Institutions provide a stabilizing force amid turbulence by maintaining order and predictability, which is vital for long-term planning and investment in sustainable initiatives.

Data and methods

The empirical approach described in this section is based on analyzing how SSM and IE might constitute the comprehensive framework for optimizing HCM processes in organizations and enterprises with a focus on sustainable economic development (Strielkowski and Popov, 2017). In order to conduct this analyzis, the bibliometric study has been carried out. Web of Science (WoS) database has been selected as the source of data with major and most relevant scope and history. Figure 2 below provides the description of the algorithm used for the data selection, retrieval, processing, as well as the network analysis in this paper.

Furthermore, a Google Trends analysis has been conducted to yield the popularity of specific terms all over the world measured by the online searches[1].

[1] Google Trends (2024). Improving search results. https://trends.google.com (accessed on December 3, 2024).

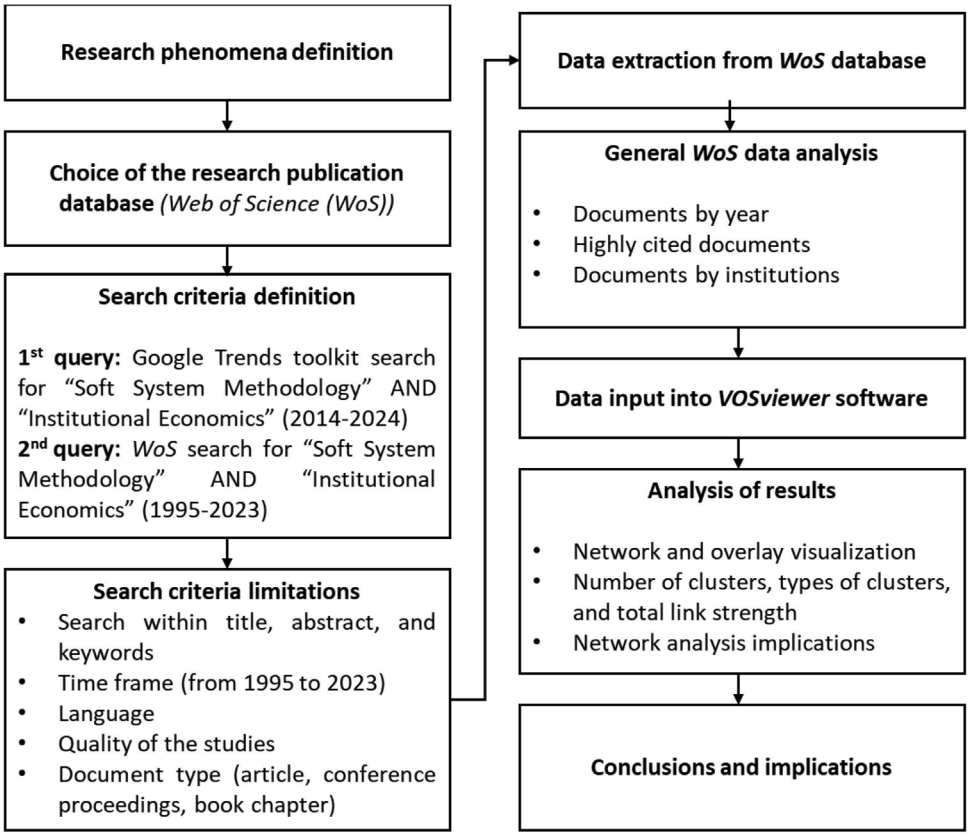

Fig. 2. Diagram of the data selection and network analysis algorithm

Source: own results

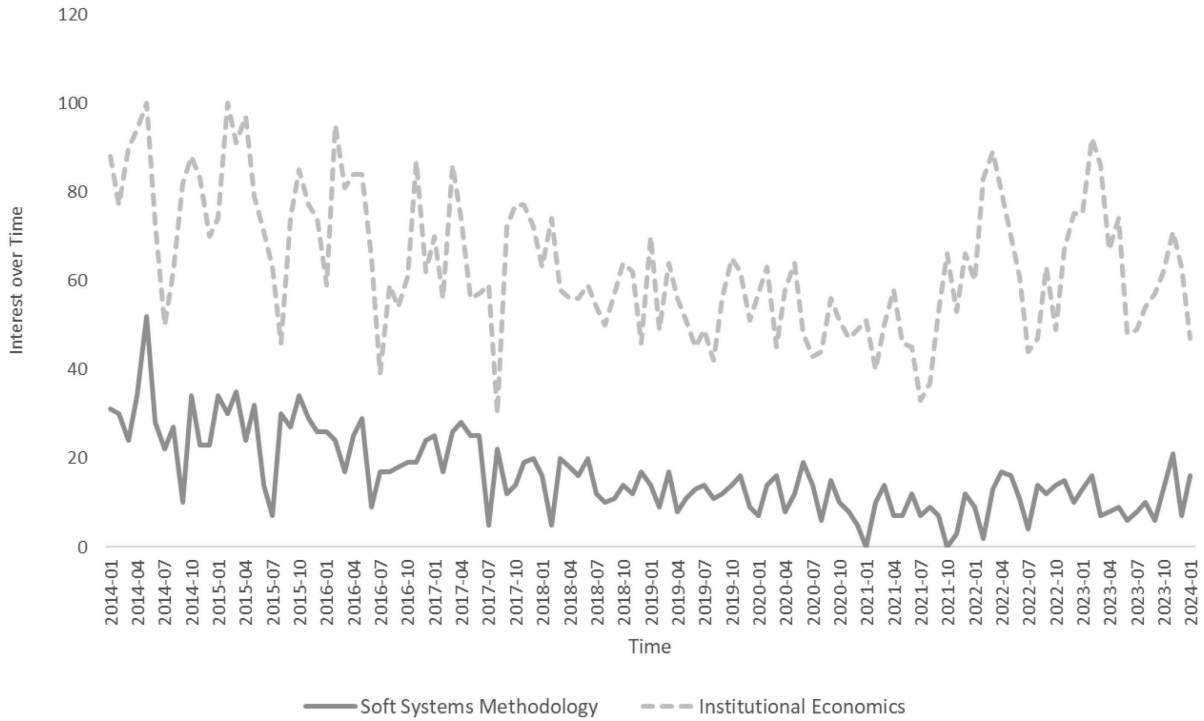

Fig. 3. Google Trends of the publications on "soft systems methodology" and "Institutional Economics" (2014–2024)

Source: own results based on Google Trends

Figure 3 depicts the dynamics of worldwide search with the search items "soft systems methodology" and "Institutional Economics" (Figure 2). From the Figure, it is apparent that the search frequency for both terms was quite different before 2019-2021 with the prevailance of interest in IE.

In addition, in the empirical part of the paper, the statistical analyses on the publications indexed in WoS featuring such information as countries, authors, abtracts, and keywords with the help of assessing the co-occurrences and keywords' cluster analyses has been performed. The Web of Science (WoS) database has been searched using the terms "soft systems methodology" and "Institutional Economics" which produced a total number of 76 results from Web of Science Core Collection (61 articles and 13 proceeding papers among them).

Empirical model: network cluster analysis

The empirical model presented in this paper is based on the bibliometric network cluster analyzis that employs the VOSviewer software often used for analysing bibliometric data (Strielkowski et al., 2022). The analysis yields the results in a form of a visual map that shows main clusters, connections, and relationships. In this very study, a bibliometric network cluster analysis was conducted on a sample of 76 publications indexed in the Web of Science database from 1995 to 2023. By employing keywords and phrases associated with "soft systems methodology" and "Institutional Economics", the analysis revealed 4 main clusters.

Figure 4 presents the visualization of the network cluster analysis with a map based on the text data from the sample of 76 publications indexed in WoS database from 1995 until 2023. The results of the bibliometric network analysis identified 4 main clusters that are described below in greater detail.

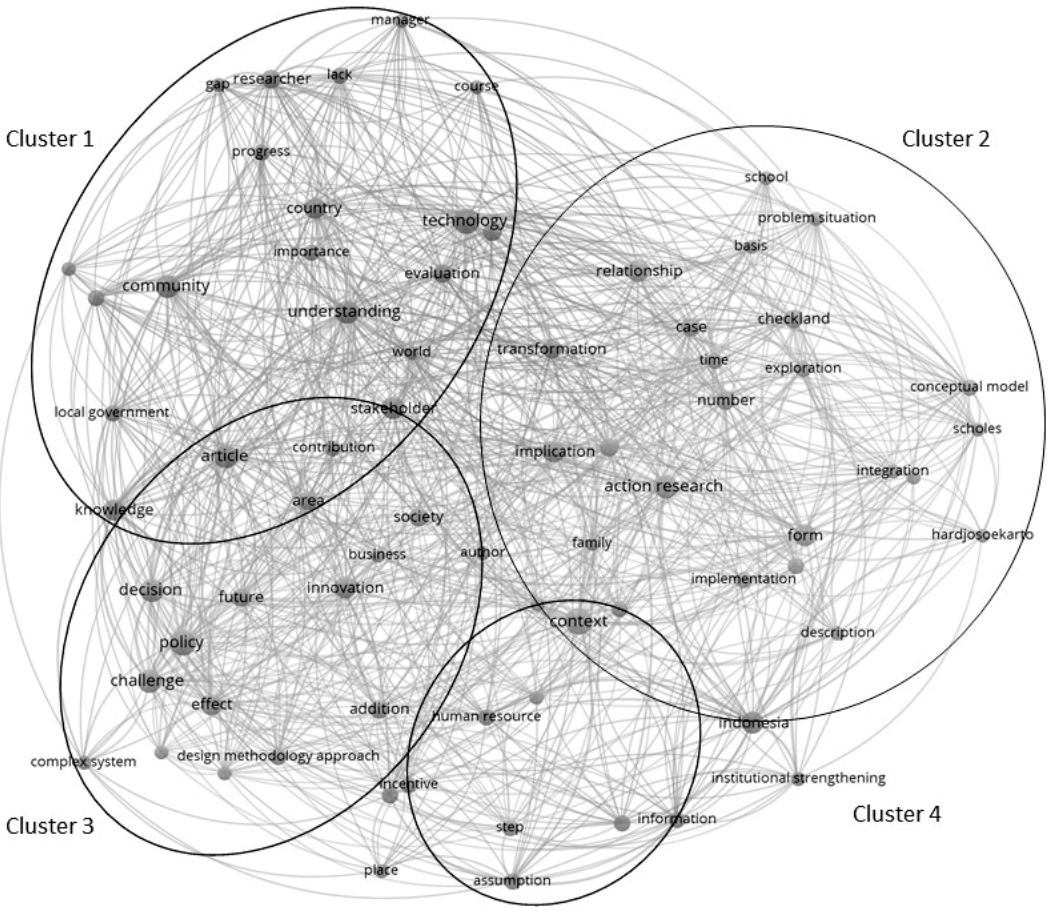

Fig. 4. The dominant clusters of cross-sector research on SSM and IE retrieved from the sample of 76 publications indexed in WoS

Source: own results based on VOSViewer v. 1.6.18 software

VOSviewer results provide a visualizations that helps in understanding the relationships and co-occurrence of terms within a set of scientific publications. In this case, the network cluster analysis is based on the text

data from a sample of 76 publications indexed in the Web of Science (WoS) database, published from 1995 until 2023, using the keywords "soft systems methodology" and "Institutional Economics". In general, four distinct clusters can be identified with each of htem likely representing a thematic focus within the body of literature:

Cluster 1: this cluster appears to focus on community-related aspects, with terms like "community," "local government," "knowledge," "policy," and "complex system." It suggests an emphasis on the application of soft systems methodology to community governance and policy-making, possibly exploring complex social systems within the institutional economics framework.

Cluster 2: this cluster includes terms like "school," "conceptual model," "action research," and "implementation." This indicates a focus on educational settings, conceptual modeling within educational research, and the practical application of theories in institutional economics and system methodologies in schools and educational institutions.

Cluster 3: in this cluster, there are apparent terms such as "transformation," "innovation," "business," and "human resource." This cluster might represent the application of soft systems methodology to organizational transformation and innovation, particularly within the context of business and human resources, likely exploring how institutional economics can inform these processes.

Cluster 4: the terms "information," "assumption," "institutional strengthening," and "Indonesia" suggest a focus on the information assumptions underlying institutional strengthening, possibly with a regional focus on Indonesia. This may reflect a subset of the literature that applies both soft systems methodology and institutional economics to the strengthening of institutions in developing countries, with a case study or focus on Indonesia.

Overall, the network analysis provides a visualization of how different concepts and themes are interconnected within the literature on soft systems methodology and institutional economics. The map indicates the main thematic areas of focus and how they may relate to each other. Each cluster reveals a distinct area of research concentration, showing the multidisciplinary nature of the research that crosses over into community governance, education, business innovation, and institutional development.

Furthermore, Figure 5 that follows reveals the results of the network map based on the bibliographic data (keyword co-occurrences, citation, and bibliographic coupling). In general, five main clusters have been identified.

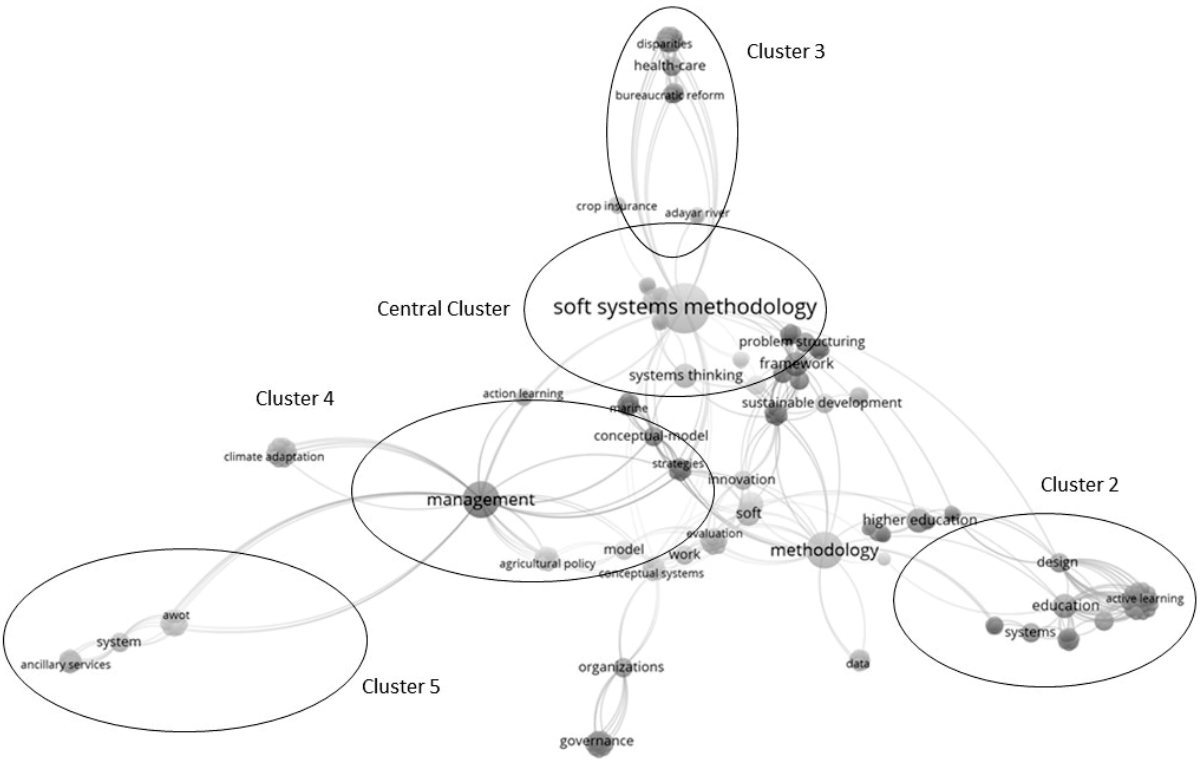

Fig. 5. Network map based on the bibliographic data of the sample of papers containing the keywords "SSM" retrieved from the sample of 5171 publications indexed in WoS

Source: own results based on VOSViewer v. 1.6.18 software

The analysis of the main patterns and results based on the visualization reveals the following trends. The main and the key cluster is Central Cluster (soft systems methodology). The term "soft systems methodology" is at the center of the network, indicating it is a core concept with many connections to other keywords. This suggests that soft systems methodology is a central theme in the literature and frequently appears alongside other key concepts.

Then, there is Cluster 2 (Education and Learning) features such keywords as "higher education," "design," "education," and "active learning." These keywords demonstrate an interest in the educational applications of soft systems methodology that includes instructional design and learning processes in such various socio-economic domains.

Furthermore, Cluster 3 (Health and Governance) containts such terms as "disparities," "healthcare," "bureaucratic reform," and "crop insurance" which indicates an interest in public health and administrative aspects. These outcomes might indicate a line of research where soft systems methodology is applied to understanding and addressing healthcare disparities and to reform bureaucratic processes in healthcare and social care.

In addition, Cluster 4 (Management and Policy) features terms such as "management," "agricultural policy," "model," and "governance" that offers the connection with management and policy-making. The results highlight the importance of using the soft systems methodology in managing resources and formulating policies.

Finally, Cluster 5 (Systems and Innovation) features keywords such as "systems thinking," "conceptual-model," or "innovation" which indicates the use of soft systems methodology in conceptual modeling for innovation, and a general emphasis on systems approach in various contexts, similar to other related works (e.g. Strielkowski and Popov, 2017; or Checkland and Poulter, 2020).

The results from the network analysis demonstrate that soft systems methodology is studued and used across different fields such as education, healthcare, governance, management, and innovation. Furthremore, the results confirm the emphasis of both terms as well as their linkages on problem structuring, conceptual models, as well as sustainable development. In addition, the interdisciplinary nature of the research is also apparent indicating special relevancy across different applications of soft systems methodology.

Conclusion and implications

To sum up, the results of this paper demonstrate that in today's complex world, traditional and old-fashioned approaches to addressing complex modern problems of institutions and organizations might not be sufficient which indicates the need for some novel tools and methods. SSM offers viable solutions for the organizational economic sustainability using the process optimization and human capital by providing a structured framework for understanding and tackling complex issues using institutional approaches.

At its core, SSM acknowledges that the real world is uncertain, biased, and full of diverse and often contradicting perspectives. It recognizes that there is no one-size-fits-all solution to every problem but rather emphasizes the importance of understanding the social context within which problems arise. By taking into account the various stakeholders involved in a particular issue, SSM allows for a more inclusive decision-making process that considers multiple viewpoints and interests.

This research demonstrated that SSM offers an approach that can contribute significantly to achieving sustainable development goals. By embracing the principles of SSM, decision-makers can navigate through the complexities of real-world problems and devise effective strategies for addressing them. One key aspect of SSM is its emphasis on systems thinking. It recognizes that real-world challenges are often interconnected and involve multiple stakeholders with diverse perspectives and interests. SSM encourages the exploration of these complex systems, enabling a comprehensive understanding of their dynamics and interdependencies. By considering various perspectives, SSM helps identify unintended consequences or overlooked factors that might hinder sustainable development efforts. In addition, SSM promotes collaboration among stakeholders by facilitating their active participation in problem-solving processes.

Through techniques such as rich pictures, root definitions, and conceptual models, SSM fosters communication and shared understanding among diverse groups. This collaborative approach ensures that decisions are not imposed from above but emerge through meaningful dialogue and consensus-building. Additionally, SSM offers continuous learning and adaptation over time which ensures flexibility in implementing sustainable economic development.

The bibliometric analysis carried out in this paper using the data from Web of Science (WoS) database that focused on the terms "soft systems methodology" and "Institutional Economics" confirmed that SSM, human capital, and institutional economics appear at the forefront of the academic research focused on revealing the pathways of sustainable organizational development. Soft systems methodology serves as a nexus connecting diverse fields such as community governance, education, business innovation, health care, and management. In the realm of policy-making, the methodology appears instrumental in addressing complex issues like healthcare disparities, bureaucratic reform, and agricultural policy, suggesting its utility in formulating and implementing effective policies (Strelkowski and Popov, 2017). The educational cluster indicates a focus on integrating soft systems methodology into higher education, highlighting its role in enhancing learning processes and instructional design. The frequent association with terms like "sustainable development" and "innovation" underscores its relevance in driving forward-thinking strategies in various sectors. When it comes to the pathways for further research, there is potential in exploring the cross-disciplinary applications of soft systems methodology, particularly in emerging areas like climate adaptation and organizational transformation (similar to Checkland and Poulter, 2020). The analysis underscores the adaptability of soft systems methodology and suggests that it could be a valuable tool in addressing contemporary global challenges. These results that might be of special interest for relevant stakeholders, academic researchers, as well as policymakers.

References

Altman, M. (2023). Mental models, decision-making, bargaining power, and institutional change. *Journal of Economic Issues* **57**(4), 1241–1259. DOI: 10.1080/00213624.2023.2273149

Banerjee, S., Jermier, J., Peredo, A., Perey, R., Reichel, A. (2021). Theoretical perspectives on organizations and organizing in a post-growth era. *Organization* **28**(3), 337–357. DOI: 10.1177/1350508420973629

Bocken, N., & Konietzko, J. (2022). Circular business model innovation in consumer-facing corporations. *Technological Forecasting and Social Change* **185**, 122076. DOI: 10.1016/j.techfore.2022.122076

Chan, C. (2023). A comprehensive AI policy education framework for university teaching and learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education* **20**(1), 1–25. DOI: 10.1186/s41239-023-00408-3

Checkland, P. (2010). Researching real-life: Reflections on 30 years of action research. *Systems Research and Behavioral Science* **27**(2), 129–133. DOI: 10.1002/sres.1019

Checkland, P., Poulter, J. (2020). Soft systems methodology. In: Reynolds, M., Holwell, S. (eds.) *Systems Approaches to Making Change: A Practical Guide*. London: Springer. DOI: 10.1007/978-1-4471-7472-1_5

Coase, R. (1959). The federal communications commission. *The Journal of Law and Economics* **2**, 1–40. DOI: 10.1086/466549

Coase, R. (2013). The problem of social cost. *The Journal of Law and Economics* **56**(4), 837–877. DOI: 10.1086/674872

Cradock-Henry, N., Connolly, J., Blackett, P., Lawrence, J. (2020). Elaborating a systems methodology for cascading climate change impacts and implications. *MethodsX* 7, 100893. DOI: 10.1016/j.mex.2020.100893

Dahesh, M., Tabarsa, G., Zandieh, M., Hamidizadeh, M. (2020). Reviewing the intellectual structure and evolution of the innovation systems approach: A social network analysis. *Technology in Society* **63**, 101399. DOI: 10.1016/j.techsoc.2020.101399

D'Amore, G., Di Vaio, A., Balsalobre-Lorente, D., Boccia, F. (2022). Artificial intelligence in the water-energy-food model: a holistic approach towards sustainable development goals. *Sustainability* **14**(2), 867. DOI: 10.3390/su14020867

Dumitriu, D., Militaru, G., Deselnicu, D., Niculescu, A., Popescu, M. (2019). A perspective over modern SMEs: Managing brand equity, growth and sustainability through digital marketing tools and techniques. *Sustainability* **11**(7), 2111. DOI: 10.3390/su11072111

Ercantan, O., Eyupoglu, S. (2022). How do green human resource management practices encourage employees to engage in green behavior? Perceptions of university students as prospective employees. *Sustainability*, **14**(3), 1718. DOI: 10.3390/su14031718

Eweje, G., Sajjad, A., Nath, S., Kobayashi, K. (2021). Multi-stakeholder partnerships: A catalyst to achieve sustainable development goals. *Marketing Intelligence & Planning*, **39**(2), 186-212. DOI: 10.1108/MIP-04-2020-0135

Faller, P., Lundgren, H., Marsick, V. (2020). Overview: why and how does reflection matter in workplace learning? *Advances in Developing Human Resources* **22**(3), 248–263. DOI: 10.1177/1523422320927295

Garg, S., Sinha, S., Kar, A., Mani, M. (2022). A review of machine learning applications in human resource management. International *Journal of Productivity and Performance Management* **71**(5), 1590–1610. DOI: 10.1108/IJPPM-08-2020-0427

Grewatsch, S., Kennedy, S., Bansal, P. (2023). Tackling wicked problems in strategic management with systems thinking. *Strategic Organization* **21**(3), 721–732. DOI: 10.1177/14761270211038635

He, Q., Wang, Z., Wang, G., Zuo, J., Wu, G., Liu, B. (2020). To be green or not to be: How environmental regulations shape contractor greenwashing behaviors in construction projects. *Sustainable Cities and Society* **63**, 102462. DOI: 10.1016/j.scs.2020.102462

Hegab, H., Khanna, N., Monib, N., Salem, A. (2023). Design for sustainable additive manufacturing: A review. *Sustainable Materials and Technologies* e00576. DOI: 10.1016/j.susmat.2023.e00576

Hodgson, G. (1998). The approach of institutional economics. *Journal of Economic Literature* **36**(1), 166–192

Jackson, M. (2023). Critical systems practice 4: Check-Evaluating and reflecting on a multimethodological intervention. *Systems Research and Behavioral Science* **40**(4), 617–632. DOI: 10.1002/sres.2912

Kineber, A., Antwi-Afari, M., Elghaish, F., Zamil, A., Alhusban, M., Qaralleh, T. (2023). Benefits of implementing occupational health and safety management systems for the sustainable construction industry: a systematic literature review. *Sustainability* **15**(17), 12697. DOI: 10.3390/su151712697

Kish, K., Mallery, D., Haage, G., Melgar-Melgar, R., Burke, M., Orr, C., Larson, J. (2021). Fostering critical pluralism with systems theory, methods, and heuristics. *Ecological Economics* **189**, 107171. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2021.107171

Lamé, G., Jouini, O., Stal-Le Cardinal, J. (2020). Combining soft systems methodology, ethnographic observation, and discrete-event simulation: A case study in cancer care. *Journal of the Operational Research Society* **71**(10), 1545–1562. DOI: 10.1080/01605682.2019.1610339

Li, Z., She, J., Guo, Z., Du, J., Zhou, Y. (2024). An evaluation of factors influencing the community emergency management under compounding risks perspective. *International Journal of Disaster Risk Reduction* **100**, 104179. DOI: 10.1016/j.ijdrr.2023.104179

Lin, C., Wittmer, J., Luo, X. (2022). Cultivating proactive information security behavior and individual creativity: The role of human relations culture and IT use governance. *Information & Management* **59**(6), 103650. DOI: 10.1016/j.im.2022.103650

Lohman, L. (2020). Using soft systems thinking to craft instructional design and technology interventions. *TechTrends* **64**(5), 720–729. DOI: 10.1007/s11528-020-00536-x

Martin, A., O'Meara, P. (2020). Community paramedicine through multiple stakeholder lenses using a modified soft systems methodology. *Australasian Journal of Paramedicine* **17**, 1–11. DOI: 10.33151/ajp.17.793

Martín, E., Giordano, R., Pagano, A., Van Der Keur, P., Costa, M. (2020). Using a system thinking approach to assess the contribution of nature based solutions to sustainable development goals. *Science of the Total Environment* **738**, 139693. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2020.139693

Mayhew, A. (2018). An introduction to institutional economics: Tools for understanding evolving economies. *The American Economist* **63**(1), 3–17. DOI: 10.1177/0569434517749157

Ménard, C., Shirley, M. (2014). The future of new institutional economics: from early intuitions to a new paradigm? *Journal of Institutional Economics* **10**(4), 541–565. DOI: 10.1017/S174413741400006X

Murphy, K. (2020). Performance evaluation will not die, but it should. *Human Resource Management Journal* **30**(1), 13–31. DOI: 10.1111/1748-8583.12259

Nicolini, D., Pyrko, I., Omidvar, O., Spanellis, A. (2022). Understanding communities of practice: Taking stock and moving forward. *Academy of Management Annals* **16**(2), 680–718. DOI: 10.5465/annals.2020.0330

North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press

North, D. (1994). Economic performance through time. *The American Economic Review* **84**(3), 359–368.

North, D. (2016). Institutions and economic theory. *The American Economist* **61**(1), 72–76. DOI: 10.1177/0569434516630194

Ormerod, R., Yearworth, M., White, L. (2023). Understanding participant actions in OR interventions using practice theories: A research agenda. *European Journal of Operational Research* **306**(2), 810–827. DOI: 10.1016/j.ejor.2022.08.030

Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Otenyo, E., Lind, N., Jones, L. (eds.) (2006). *Comparative Public Administration: The Essential Readings*. London: Emerald Group Publishing.

Petracca, E., Gallagher, S. (2020). Economic cognitive institutions. *Journal of Institutional Economics* **16**(6), 747–765. DOI: 10.1017/S1744137420000144

Pham, N., Hoang, H., Phan, Q. (2020). Green human resource management: a comprehensive review and future research agenda. *International Journal of Manpower* **41**(7), 845–878. DOI: 10.1108/IJM-07-2019-0350

Rai, S., Rai, S., Singh, N. (2021). Organizational resilience and social-economic sustainability: COVID-19 perspective. *Environment, Development and Sustainability* **23**, 12006–12023. DOI: 10.1007/s10668-020-01154-6

Rana, G., Sharma, R. (2019). Emerging human resource management practices in Industry 4.0. *Strategic HR Review* **18**(4), 176–181. DOI: 10.1108/SHR-01-2019-0003

Reddy, V., Chiranjeevi, T., Syme, G. (2020). Inclusive sustainable intensification of agriculture in West Bengal, India: Policy and institutional approaches. *International Journal of Agricultural Sustainability* **18**(1), 70–83. DOI: 10.1080/14735903.2019.1698489

Ren, S., Jackson, S. (2020). HRM institutional entrepreneurship for sustainable business organizations. *Human Resource Management Review* **30**(3), 100691. DOI: 10.1016/j.hrmr.2019.100691

Ribeiro, N., Nguyen, T., Duarte, A., de Oliveira, R., Faustino, C. (2020). How managerial coaching promotes employees' affective commitment and individual performance. *International Journal of Productivity and Performance Management* **70**(8), 2163–2181. DOI: 10.1108/IJPPM-10-2018-0373

Salavati, S., Mirijamdotter, A., Elm, P., Perez, M. (2021). Coordinated SSM: An adaptation of the SSM learning cycle. *Systems* **9**(3), 49. DOI: 10.3390/systems9030049

Silalahi, M., Walsh, S. (2023). Analyzing government policies in addressing unemployment and empowering workers: Implications for economic stability and social welfare. *Law and Economics* **17**(2), 92–110. DOI: 10.35335/laweco.v17i2.3

Singh, S., Singh, S., Koohang, A., Sharma, A., Dhir, S. (2023). Soft computing in business: exploring current research and outlining future research directions. *Industrial Management & Data Systems* **123**(8), 2079–2127. DOI: 10.1108/IMDS-02-2023-0126

Slattery, O., Trubetskaya, A., Moore, S., McDermott, O. (2022). A review of lean methodology application and its integration in medical device new product introduction processes. *Processes* **10**(10), 2005. DOI: 10.3390/pr10102005

Strielkowski, W., Popov, E. (2017). Economic modelling in institutional economic theory. *Journal of Institutional Studies* **9**(2), 18–28. DOI: 10.17835/2076-6297.2017.9.2.018-028

Strielkowski, W., Kuzmin, E., Suvorova, A., Nikitina, N., Gorlova, O. (2023). *Organizational economic sustainability via process optimization and human capital: A soft systems methodology (SSM) approach*. arXiv preprint, 2311.17882. DOI: 10.48550/arXiv.2311.17882

Strielkowski, W., Samoilikova, A., Smutka, L., Civín, L., Lieonov, S. (2022). Dominant trends in intersectoral research on funding innovation in business companies: A bibliometric analysis approach. *Journal of Innovation & Knowledge* **7**(4), 100271. DOI: 10.1016/j.jik.2022.100271

Vahdat, S. (2022). The role of IT-based technologies on the management of human resources in the COVID-19 era. *Kybernetes* **51**(6), 2065–2088. DOI: 10.1108/K-04-2021-0333

Venter, C. (2020). A reflection on SSM as a critical social action research method: Towards improvement of project governance. *Electronic Journal of Business Research Methods* **18**(2), 142–152. DOI: 10.34190/JBRM.18.2.006

Volchik, V. (2020). Narratives and understanding of economic institutions. *Terra Economicus* **18**(2), 49–69. DOI: 10.18522/2073-6606-2020-18-2-49-69

Volchik, V., Maslyukova, E. (2021). Narrative Economics perspective on modeling national innovation system. *Terra Economicus* **19**(4), 36–50. DOI: 10.18522/2073-6606-2021-19-4-36-50

Vrontis, D., Christofi, M., Pereira, V., Tarba, S., Makrides, A., Trichina, E. (2022). Artificial intelligence, robotics, advanced technologies and human resource management: A systematic review. *The International Journal of Human Resource Management* **33**(6), 1237–1266. DOI: 10.1080/09585192.2020.1871398

Wang, S., Abbas, J., Sial, M., Álvarez-Otero, S., Cioca, L. (2022). Achieving green innovation and sustainable development goals through green knowledge management: Moderating role of organizational green culture. *Journal of innovation & knowledge* **7**(4), 100272. DOI: 10.1016/j.jik.2022.100272

Warren, S., Sauser, B., Nowicki, D. (2019). A bibliographic and visual exploration of the historic impact of soft systems methodology on academic research and theory. *Systems* **7**(1), 10. DOI: 10.3390/systems7010010

Williamson, O. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organization*. New York: Free Press.

Williamson, O. (2005). The economics of governance. *American Economic Review* **95**(2), 1–18. DOI: 10.1257/000282805774669880

Wu, C., Tang, Y., Tsang, Y., Chau, K. (2021). Immersive learning design for technology education: A soft systems methodology. *Frontiers in Psychology* **12**, 745295. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.745295

Xu, L. (2020). The contribution of systems science to Industry 4.0. *Systems Research and Behavioral Science* **37**(4), 618–631. DOI: 10.1002/sres.2705

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

TERRA ECONOMICUS
(ПРОСТРАНСТВО ЭКОНОМИКИ)

2024

Том 22

Номер 1

Учредитель и издатель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет»

Адрес издателя: 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42
Тел.: +7 (863) 218-40-00, 219-97-49 **e-mail:** info@sfedu.ru **сайт:** http://sfedu.ru/

Адрес редакции: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. М. Горького, 88, к. 211
Тел.: +7 (863) 250-59-57 **e-mail:** terraeconomicus@mail.ru **сайт журнала:** http://te.sfedu.ru/

Сдано в набор: 15.03.2024. Подписано в печать: 20.03.2024
Выход в свет: 25.03.2024
Формат 60x84 1/8. Бумага офсетная. Гарнитура Officina Serif.
Печать офсетная. Усл. п. л. 17.55. Уч.-изд. л. 24,50.
Тираж 28 экз. Заказ № 235. С. 151.
Свободная цена

Оригинал-макет подготовлен ООО «Наука-Спектр»
Адрес типографии: 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 140
Тел.: +7 (863) 269-09-71

Отпечатано с готовых диапозитивов в типографии.