

Раздел 1

МОДЕЛИ, СИСТЕМЫ, СЕТИ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ

Section 1

MODELS, SYSTEMS, NETWORKS IN ECONOMICS AND MANAGEMENT

УДК 33
doi:10.21685/2227-8486-2021-4-1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ТРЕНДОВ В ОТРАСЛЕВОМ СТРАТЕГИРОВАНИИ

Н. И. Сасаев

Московская школа экономики Московского государственного
университета имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия
msemsu@mail.ru

Аннотация. *Актуальность и цели.* В периоды нестационарности экономики неоднократно подчеркивается необходимость поиска долгосрочных ориентиров и будущих перспектив роста как для экономики государства в целом, так и отдельно ее составляющих элементов на каждом из уровней функционирования (государственном, региональном, отраслевом, корпоративном). Одним из таких элементов являются отрасли экономики. Опираясь на методологию отраслевого стратегирования, они способны выступать драйверами роста как смежных отраслей, так и социально-экономического развития всего государства. Отраслевое стратегирование – много-сложный процесс, предусматривающий четко обозначенную последовательность этапов разработки и реализации отраслевой стратегии, также регламентирующий процесс обоснования долгосрочных ориентиров, который необходимо начинать со стратегического анализа трендов. Так как общая теория стратегии и методология стратегирования является относительно молодой наукой, а разработка и реализация отраслевых стратегий – одно из ее направлений, требуется уточнение и расширение его отдельных методологических положений, учитывающих отраслевые аспекты. В этой связи целью настоящего исследования является формулирование теоретико-методологических основ стратегического анализа трендов в контексте отраслевого стратегирования. *Материалы и методы.* Методологическим базисом публикации послужили исследования отечественной школы стратегирования, академика, иностранного члена РАН В. Л. Квинта. Также использовалась авторская методика отраслевого стратегирования и практический опыт разработки и реализации отраслевых стратегий. *Результаты.* В исследовании определены место и сущность стратегического

© Сасаев Н. И., 2021. Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License / This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

анализа трендов в отраслевом стратегировании, уточнены виды и проведена типологизация трендов, структурирующие данный процесс. Описаны количественный и качественный подходы стратегического анализа трендов. Разработана и предложена авторская методика проведения стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании. Сформулированы стратегические принципы, обуславливающие эффективность методологии. *Выводы.* Сформулированные теоретико-методологические основы стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании и авторская методика проведения анализа позволяют расширить методологию поиска и обоснования долгосрочных ориентиров, повышая эффективность процесса разработки отраслевых стратегий.

Ключевые слова: отраслевое стратегирование, стратегический анализ трендов, стратегия, методологические основы, стратегические принципы

Благодарности: исследование выполнено при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Математические методы анализа сложных систем».

Для цитирования: Сасаев Н. И. Теоретико-методологические основы стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2021. № 4. С. 5–15. doi:10.21685/2227-8486-2021-4-1

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF STRATEGIC TREND ANALYSIS IN INDUSTRIAL STRATEGIZING

N.I. Sasaev

Lomonosov Moscow State University' Moscow School of Economics, Moscow, Russia
msemsu@mail.ru

Abstract. *Background.* During periods of non-stationary economy, researchers repeatedly emphasize the necessity of searching for long-term benchmarks and future growth prospects for both the state economy as a whole and its constituent elements separately at each of the levels of functioning (state, regional, industrial and corporate). Industries are one of these elements. Based on the methodology of industrial strategizing, they are able to act as growth drivers for both related industries and the socio-economic development of the state. Industrial strategizing is a multi-complex process that provides provides a clearly defined sequence of stages in the development and implementation of an industry strategy, as well as regulating the process of justifying long-term benchmarks, which must begin with a strategic analysis of trends. Since the general theory of strategy and the methodology of strategizing is a relatively young science, and the development and implementation of industrial strategizing is one of its directions, it is necessary to clarify and expand its individual methodological provisions, taking into account industrial aspects. In this regard, the presented study aims to formulate the theoretical and methodological foundations of strategic trend analysis in the context of industrial strategizing. *Material and methods.* The methodological basis of the study was the research of the Russian Strategizing School of Foreign Member of the Russian Academy of Sciences, Dr.Sc. (Econ.), professor Vladimir L. Kvint. In addition, the study used the author's methodology of industrial strategizing, as well as practical experience in the development and implementation of industrial strategies. *Results.* The study defines the place and essence of strategic trend analysis in industrial strategizing, clarifies the types and typologizes the trends structuring this process. The author describes quantitative and qualitative approaches to strategic trend analysis. The author's method for conducting strategic analysis of trends in industrial strategizing has been developed and

proposed. The author also formulated strategic principles that determine the effectiveness of the methodology. *Conclusions.* The formulated theoretical and methodological foundations of strategic trend analysis in industrial strategizing and the proposed author's method of analysis allow expanding the methodology of searching and substantiating long-term benchmarks, increasing the efficiency of the process of developing the industry strategies.

Keywords: industrial strategizing, strategic trend analysis, strategy, methodological foundations, strategic principles

Acknowledgment: this research has been supported by the Interdisciplinary Scientific and Educational School of Moscow University «Mathematical Methods for the Analysis of Complex Systems».

For citation: Sasaev N.I. Theoretical and methodological foundations of strategic trend analysis in industrial strategizing. *Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve* = *Models, systems, networks in economics, technology, nature and society*. 2021;(4):5–15. (In Russ.). doi:10.21685/2227-8486-2021-4-1

Введение

Мировые, национальные, региональные экономические системы все чаще подвержены множеству разнообразных тенденций, структурных преобразований и трансформаций [1]. Все это обуславливает растущую нестационарность экономики, порождающую неопределенность будущих условий ее функционирования и создающую существенные ограничения для принятия оперативных и, что крайне важно, стратегических решений [2].

В такие периоды вопросам социально-экономического развития уделяется особое внимание [3]. В ряде научных исследований неоднократно подчеркивается необходимость поиска долгосрочных ориентиров и будущих перспектив роста как для экономики государства в целом, так и отдельно ее составляющих элементов на каждом из уровней функционирования [4–6] (государственном, региональном, отраслевом, корпоративном).

Одним из таких элементов являются отрасли экономики. Опираясь на теоретические положения и методологию отраслевого стратегирования, они способны выступать драйверами роста как смежных отраслей, так и социально-экономического развития всего государства [7, 8].

При всем при том отраслевое стратегирование – многосложный процесс, предусматривающий четко обозначенную последовательность этапов разработки и реализации отраслевой стратегии, в том числе регламентирующий методологию поиска и обоснования долгосрочных ориентиров [9, 10]. Методологически обоснованно начинать сканирование и их обоснование со *стратегического анализа трендов* [11, 12], непосредственно коррелирующих с объектом стратегирования [13].

Тем не менее, так как общая теория стратегии и методология стратегирования является относительно молодой наукой [14], а разработка и реализация отраслевых стратегий – одно из ее направлений, требуется уточнение и расширение его отдельных методологических положений, учитывающих отраслевые аспекты.

В связи с этим целью настоящего исследования является формулирование теоретико-методологических основ стратегического анализа трендов в контексте отраслевого стратегирования. Для достижения поставленной цели будут решены следующие задачи: уточнено место стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании и раскрыта его сущность, определены

виды трендов и проведена их типологизация, разработана методика проведения стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании, а также сформулированы основные методологические положения и принципы, повышающие эффективность анализа.

Место и сущность стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании

Отраслевая стратегия – комплексный документ, вбирающий в себя целую систему взаимосвязанных и взаимодополняющих компонентов, направленную на достижение долгосрочного успеха. Практичность и гибкость системы зависят от степени изученности как самого объекта стратегирования, так и будущих перспектив его развития. Все это декларирует необходимость сканирования больших массивов данных на начальном этапе разработки отраслевой стратегии, результаты которого и должны обеспечить весь дальнейший процесс формирования ее элементов необходимой и качественной информацией.

Между тем, опираясь на философские корни [15], а также накопленный практический опыт¹, в отраслевом стратегировании принято разделять информацию, содержащую анализ накопленной ранее статистики, описывающей прошлое, а также текущую характеристику, потенциал и факты, и информацию, позволяющую выявить будущие перспективы. Соответственно, на начальной стадии отраслевого стратегирования проводится *стратегическая диагностика* исследуемого объекта [16], затем следует *стратегический анализ*, который и включает процесс *мониторинга и изучения трендов* [10] (рис. 1).



Рис. 1. Место стратегического анализа трендов в структуре отраслевого стратегирования (составлено автором)

¹ Методология нашла успешное применение при разработке ряда стратегий в ЦСИ ИМИСС МГУ, среди них можно отметить: «Стратегию развития водоснабжения и водоотведения Санкт-Петербурга до 2035 года и на более длительную перспективу», «Стратегию водоснабжения, водоотведения и водного баланса Республики Узбекистан на период до 2035 года и более длительную перспективу», «Стратегию социально-экономического развития Кемеровской области – Кузбасса на период до 2035 года и более длительную перспективу».

Основной функцией стратегического анализа трендов является их анализ с позиции выявления стратегических факторов (как положительных, так и негативных), закономерностей и тенденций, влияющих или способных повлиять на объект стратегирования в будущем [9]. Кроме того, результаты глубокого изучения трендов призваны обеспечить последующий *OTSW-анализ* информацией о существующих либо зарождающихся стратегических возможностях, а также стратегических угрозах. В большинстве случаев выявленные закономерности и стратегические факторы позволяют более полно оценить устойчивость конкурентных преимуществ исследуемого объекта и сделать вывод относительно критичности его слабых сторон в пределах горизонта стратегирования. В этом и заключается сущность стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании.

Виды и типы трендов в отраслевом стратегировании

Выбирая в качестве объекта стратегирования отрасль, совокупность отраслей или межотраслевые связи, разработчик стратегии не должен сужать поле для анализа, ограничивая его только мониторингом отраслевых трендов. Напротив, он обязан последовательно изучить разные группы трендов, которые с точки зрения *стратегического подхода* удобно разделять по следующим основным видам [9, 17, 18]: *глобальные, региональные, национальные, отраслевые, корпоративные*.

К трендам *глобального* уровня относятся, как правило, уже сложившиеся устойчивые тренды, ведущие к глобальной трансформации или структурным преобразованиям, затрагивающие мировые системы (экономические, политические, социальные и т.п.) и оказывающие непосредственное и повсеместное влияние на процессы их развития. Такие тренды могут открывать новые глобальные стратегические факторы и закономерности, менять правила и принципы функционирования различных систем и их элементов в мировом масштабе. К наиболее ярким трендам данного вида можно отнести глобализацию, цифровизацию, урбанизацию, рост мирового дефицита питьевой воды [19–21].

Тренды *регионального* уровня воздействуют на системы, функционирование и развитие их элементов в контурах одного региона. При этом это может быть макрорегион, объединяющий целые государства-субъекты по определенному признаку (к примеру, страны Азиатско-Тихоокеанского региона) [22], либо под регионом может подразумеваться отдельно взятая территориальная единица государства (субъект государства) [23].

Тренды, действующие в пределах границ определенного государства и влияющие или способные оказывать влияние на детерминированные элементы различных систем государства или национальную систему в целом, принято относить к *национальному* виду [24].

Под *отраслевыми* трендами следует понимать тренды, оказывающие влияние на отрасль, совокупность отраслей либо межотраслевые связи. При этом стоит разделять *отраслевые тренды национального уровня*, влияющие на отраслевой объект в пределах всего государства, и *регионально-отраслевые тренды*, проявление которых ограничено региональными границами [9].

Корпоративные тренды непосредственно связаны с функционированием и развитием отдельных предприятий, корпоративных связей и отношений [7].

Между тем любой из трендов имеет свой жизненный цикл, он зарождается, достигает устойчивого состояния и угасает. Тренд, изначально возникающий на локальном уровне, например, региональном, может со временем распространяться на последующие уровни, т.е. быть масштабирован вплоть до глобального уровня, где обретает устойчивый характер (например, пандемия COVID-19 [25]).

Напротив, влияние когда-то устойчивого глобального тренда может быть постепенно локализовано в пределах отдельно взятого региона до тех пор, пока его влияние совсем не угаснет на локальном уровне (к примеру, национальный демографический тренд постепенно снижался до уровня регионального, что обозначало своеобразные демографические волны [26]).

Вышеперечисленные виды трендов могут быть разделены на следующие типы [9, 17]: технологические, экологические, демографические, климатические, энергетические, промышленные и др.

Методологические положения и принципы стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании

Целесообразность анализа разных групп трендов по указанным видам и типам при разработке отраслевой стратегии обосновывается тем, что стратегизируемый объект не может быть абстрагирован от других объектов, так как в той или иной степени все они интегрированы в одну общую систему (экономическую, политическую, общественную и т.п.).

Например, влияние регионального политического тренда на нефтегазовую отрасль России, заключающееся в введении и расширении санкционных мер, прежде всего, в технологической и технической сфере, выступает стратегическим фактором сдерживания отраслевого развития [9].

Наоборот, корпоративный технологический тренд использования малотоннажных технологий по сжижению природного газа может оказать влияние на развитие всей национальной газовой отрасли в результате масштабирования и распространения данной технологии на уровне всего государства [27].

Переходя к процедуре стратегического анализа трендов, необходимо отметить, исходя из того, что каждый тренд имеет жизненный цикл и на момент изучения он может быть в устойчивом состоянии либо угасающем или, наоборот, только зарождаться, это определяет разные подходы к стратегическому анализу данного тренда, среди которых можно выделить: качественный или количественный.

Качественный анализ соответствует только зарождающимся трендам, когда отсутствует достаточная количественная информация и статистика за длительный период времени, а существующие статистические данные не дают возможности предоставить однозначную информацию для разработчика отраслевой стратегии. В таком случае качественными индикаторами данного подхода служат информационные сигналы, получаемые в результате сканирования новостных сюжетов, отчетов и прочей публичной информации.

Количественный анализ применим для анализа трендов устойчивого и угасающего характера. Как правило, по таким трендам уже есть накопленные большие массивы расширенной информации за длительный временной пери-

од, что позволяет по соответствующим статистическим индикаторам подтвердить тренд и выявить сопряженные с ним стратегические факторы и закономерности. В данном случае при необходимости могут применяться экономико-математические и эконометрические методы для глубокого анализа выявленных закономерностей, что позволяет получать более полную количественную информацию о влиянии отдельно взятого стратегического фактора на объект стратегирования.

В целом стратегический анализ трендов в процессе разработке отраслевой стратегии предлагается проводить в соответствии с авторской методикой, содержащей следующие этапы:

- *этап 1.* Обозначить объект стратегирования (отрасль, совокупность отраслей или межотраслевые связи);
- *этап 2.* Посредством сканирования информационной среды обнаружить тренды, сгруппировать их в соответствии с видом (глобальные, региональные, национальные, отраслевые, корпоративные) и типом (технологические, экологические, демографические, климатические, энергетические, промышленные);
- *этап 3.* Осуществить сбор доступной статистической информации по каждому из трендов и определить подход для его стратегического анализа (количественный или качественный);
- *этап 4.* Интерпретировать каждый тренд, подкрепляя описание статистической информацией, охватывающей максимально возможный временной период; визуализировать результаты исследования графиками, диаграммами, таблицами и т.п.;
- *этап 5.* Указать существующее и потенциальное влияние на стратегизируемый объект, определив стратегические факторы и закономерности; обозначить существующие либо зарождающиеся стратегические возможности, а также стратегические угрозы, в случае их обнаружения;
- *этап 6.* Определить «жизненный» цикл каждого из трендов соответствующей группы (зарождающийся, устойчивый или угасающий);
- *этап 7.* Оценить траекторию развития каждого из трендов в соответствии с предполагаемыми сценариями и горизонтом отраслевого стратегирования;
- *этап 8.* Систематизировать результаты проведенного стратегического анализа трендов.

Как и в любой другой методике, стратегический анализ трендов в отраслевом стратегировании должен соответствовать ряду *стратегических принципов*, обуславливающих его эффективность:

- при разработке и реализации отраслевой стратегии необходимо изучение групп трендов разного вида и типа;
- в условиях больших массивов информации и множественности ее источников представляется целесообразным изучать только те тренды, которые в большей степени отвечают целям анализа, а также соответствуют гипотезе о существующей или потенциальной корреляции с объектом стратегирования;
- интерпретация каждого тренда разного уровня должна нести в себе оценку существующего или потенциального влияния на объект отраслевого стратегирования, а также описывать стратегические факторы и закономерности;

– при количественном подходе стратегического анализа трендов необходимо сканировать длинные временные ряды статистической информации, как правило выходящие за десятилетний период времени;

– стратегический анализ только зарождающегося тренда должен заканчиваться качественной прогностической оценкой развития данного тренда; при количественном подходе анализа устойчивого либо угасающего тренда предполагается выстраивание его траектории развития с целью подкрепления видения будущих перспектив и условий разработки отраслевой стратегии.

Стоит также подчеркнуть, что *стратегический мониторинг и анализ трендов* в отраслевом стратегировании необходим не только в процессе разработки, но и реализации уже разработанной и принятой к исполнению стратегии. В данном случае результаты анализа позволяют своевременно обнаружить новые стратегические факторы и закономерности, принять во внимание возникающие стратегические возможности, а также подготовить объект отраслевого стратегирования к потенциальным угрозам [28].

Заключение

Сформулированные теоретико-методологические основы стратегического анализа трендов в отраслевом стратегировании и предложенная авторская методика проведения анализа позволяют расширить методологию поиска и обоснования долгосрочных ориентиров, повышая эффективность процесса разработки отраслевых стратегий.

Список литературы

1. Квинт В. Л., Бодрунов С. Д. Стратегирование трансформации общества: знание, технологии, ноономика. СПб. : Институт нового индустриального развития им. С. Ю. Витте, 2021. 351 с.
2. Квинт В. Л., Сасаев Н. И., Хворостяная А. С. Стратегирование Российской индустрии бутилированной воды: тренды, приоритеты и принципы // Экономическое возрождение России. 2021. № 2. С. 20–33. doi:10.37930/1990-9780-2021-2-68-20-3
3. Мирзиева С. Ш. Методологические основы стратегирования социально-экономического развития Узбекистана. СПб. : ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2020. 184 с.
4. Карасев О. И., Муканина Е. И., Тростянский С. С., Белошицкий А. В. Форсайт как инструмент определения стратегических приоритетов развития нефтегазовой отрасли в России // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2019. № 4. С. 44–49.
5. Череповицын А. Е., Ларичкин Ф. Д., Новосельцева В. Д. [и др.]. Методические подходы к сценарному планированию в минерально-сырьевом комплексе // Проблемы развития территории. 2017. № 6. С. 53–67.
6. Быстров А. В. Форсайт как инструмент промышленного стратегического развития // Экономика промышленности. 2019. № 12. С. 248–255. doi:10.17073/2072-1633-2019-3-248-255
7. Стратегирование экономического и инвестиционного развития Кузбасса : монография / под науч. ред. В. Л. Квинта. Кемерово : КемГУ, 2021. 364 с. doi:10.21603/978-5-8353-2724-9
8. Леонидова Е. Г., Сидоров М. А. Структурные изменения экономики: поиск отраслевых драйверов роста // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12, № 6.

9. Сасаев Н. И. Теоретические основы и методология разработки стратегии развития газовой отрасли России. СПб. : СЗИУ РАНХиГС, 2019. 176 с.
10. Сасаев Н. И. Фундаментальная основа для формирования новой культуры стратегирования // Экономика промышленности. 2021. Т. 14, № 2. С. 153–163. doi:10.17073/2072-1633-2021-2-153-163
11. Kvint V. L. Strategy for The Global Market: Theory and Practical Applications. New York : Routledge, 2016. 519 p.
12. Квинт В. Л. Глобальные экономические тенденции: анализ и перспективы // Экономика и управление. 2012. № 3. С. 4–6.
13. Квинт В. Л. Разработка стратегии: мониторинг и прогнозирование внутренней и внешней среды // Управленческое консультирование. 2015. № 7. С. 6–11.
14. Козырев А. А. Исследуя методологические основы стратегирования социально-экономического развития // Экономика промышленности. 2020. № 13. С. 434–447. doi:10.17073/2072-1634-2020-4-434-447
15. Квинт В. Л. Поиск и исследование философских корней теории стратегии. Взаимосвязь философского и стратегического мышления // Управленческое консультирование. 2016. № 1. С. 15–21.
16. Сасаев Н. И. Стратегическая диагностика отрасли как объекта стратегирования // Управленческое консультирование. 2021. № 9. С. 58–68. doi:10.22394/1726-1139-2021-9-58-68
17. Новикова И. В. Стратегирование развития трудовых ресурсов: основные элементы и этапы // Стратегирование: теория и практика. 2021. Т. 1, № 1. С. 57–65. doi:10.21603/2782-2435-2021-1-1-57-65
18. Квинт В. Л. Концепция стратегирования. Т. 1 (Серия «Библиотека стратега»). СПб. : СЗИУ РАНХиГС, 2019. 132 с.
19. Kvint V. L. Konzepte der Strategie: Impulse für Führungskräfte. Munchen : UVK Verlag, 2021. 128 p.
20. Стратегирование водных ресурсов Кузбасса : монография / под науч. ред. В. Л. Квинта. Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2021. 388 с. doi:10.21603/978-5-8353-2725-6
21. Стратегирование цифрового Кузбасса : монография / под науч. ред. В. Л. Квинта. Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2021. 434 с. doi:10.21603/978-5-8353-2796-6
22. Арапова Е. Я., Хохлова Н. И. Модели регионализации в АТР // Полис. Политические исследования. 2020. № 5. С. 60–74. doi:10.17976/jpps/2020.05.05
23. Мидов А. З. Внешние условия, внутренняя экономическая и социальная среда дотационного региона: стратегический анализ // Экономика и управление. 2021. № 27. С. 281–295. doi:10.35854/1998-1627-2021-4-281-295
24. Мирзиева С. Ш. Учет глобальных и национальных тенденций и особенностей социально-экономического развития при разработке государственных стратегий // Экономическое возрождение России. 2020. № 1. С. 69–78.
25. Четвериков В. М. Особенности и интенсивность распространения COVID-19 в странах большой экономики // Вопросы статистики. 2020. Т. 27, № 6. С. 86–104. doi:10.34023/2313-6383-2020-27-6-86-104
26. Рыбаковский О. Л., Таюнова О. А. Рождаемость населения России и демографические волны // Народонаселение. 2017. № 4. С. 56–66. doi:10.26653/1561-7785-2017-4-4
27. Сасаев Н. И. Стратегические возможности развития малотоннажного производства сжиженного природного газа в России // Экономика промышленности. 2019. Т. 12, № 2. С. 136–146. doi:10.17073/2072-1633-2019-2-136-146
28. Квинт В. Л., Хворостяная А. С., Сасаев Н. И. Авангардные технологии в процессе стратегирования // Экономика и управление. 2020. Т. 26, № 11. С. 1170–1179. doi:10.35854/1998-1627-2020-11-1170-1179

References

1. Kvint V.L., Bodrunov S.D. *Strategirovanie transformatsii obshchestva: znanie, tekhnologii, noonomika = Strategizing the transformation of society: knowledge, technology, noonomics*. Saint Petersburg: Institut novogo industrial'nogo razvitiya im. S. Yu. Vitte, 2021:351. (In Russ.)
2. Kvint V.L., Sasaev N.I., Khvorostyanaya A.S. Strategizing the Russian bottled water industry: trends, priorities and principles. *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii = Economic Revival of Russia*. 2021;(2):20–33. (In Russ.). doi:10.37930/1990-9780-2021-2-68-20-3
3. Mirzieeva S.Sh. *Metodologicheskie osnovy strategirovaniya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Uzbekistana = Methodological foundations of strategizing socio-economic development of Uzbekistan*. Saint Petersburg: IPTs SZIU RANKhiGS, 2020:184. (In Russ.)
4. Karasev O.I., Mukanina E.I., Trost'yanskiy S.S., Beloshitskiy A.V. Foresight as a tool for determining strategic priorities for the development of the oil and gas industry in Russia. *Vestnik VGU. Seriya: Ekonomika i upravlenie = Vestnik VSU. Series: Economics and Management*. 2019;(4):44–49. (In Russ.)
5. Cherepovitsyn A.E., Larichkin F.D., Novosel'tseva V.D. [et al.]. Methodological approaches to scenario planning in the mineral resource complex. *Problemy razvitiya territorii = Problems of territory development*. 2017;(6):53–67. (In Russ.)
6. Bystrov A.B. Foresight as an instrument of industrial strategic development. *Ekonomika promyshlennosti = Industrial economics*. 2019;(12):248–255. (In Russ.). doi:10.17073/2072-1633-2019-3-248-255
7. Kvint V.L. [et al.]. *Strategirovanie ekonomicheskogo i investitsionnogo razvitiya Kuzbassa: monografiya = Strategizing the economic and investment development of Kuzbass: a monograph*. Kemerovo: KemGU, 2021:364. (In Russ.). doi:10.21603/978-5-8353-2724-9
8. Leonidova E.G., Sidorov M.A. Structural changes in the economy: the search for sectoral growth drivers. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and social changes: facts, trends, forecast*. 2019;12(6). (In Russ.)
9. Sasaev N.I. *Teoreticheskie osnovy i metodologiya razrabotki strategii razvitiya gazovoy otrasli Rossii = Theoretical foundations and methodology for the development of a strategy for the development of the Russian gas industry*. Saint Petersburg: SZIU RANKhiGS, 2019:176. (In Russ.)
10. Sasaev N.I. The fundamental basis for the formation of a new culture of strategy. *Ekonomika promyshlennosti = Industrial economics*. 2021;14(2):153–163. (In Russ.). doi:10.17073/2072-1633-2021-2-153-163
11. Kvint V.L. *Strategy for The Global Market: Theory and Practical Applications*. New York: Routledge, 2016:519.
12. Kvint V.L. Global economic trends: analysis and prospects. *Ekonomika i upravlenie = Economics and management*. 2012;(3):4–6. (In Russ.)
13. Kvint V.L. Strategy development: monitoring and forecasting of the internal and external environment. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Managerial consulting*. 2015;(7):6–11. (In Russ.)
14. Kozyrev A.A. Exploring the methodological foundations of strategizing socio-economic development. *Ekonomika promyshlennosti = Industrial economics*. 2020;(13):434–447. (In Russ.). doi:10.17073/2072-1634-2020-4-434-447
15. Kvint V.L. Search and research of the philosophical roots of the theory of strategy. The connection of philosophical and strategic thinking. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Managerial consulting*. 2016;(1):15–21. (In Russ.)
16. Sasaev N.I. Strategic diagnostics of the industry as an object of strategizing. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie = Managerial consulting*. 2021;(9):58–68. (In Russ.). doi:10.22394/1726-1139-2021-9-58-68

17. Novikova I.V. Strategizing the development of labor resources: the main elements and stages. *Strategirovanie: teoriya i praktika = Strategizing: theory and practice*. 2021;1(1):57–65. (In Russ.). doi:10.21603/2782-2435-2021-1-1-57-65
18. Kvint V.L. *Kontseptsiya strategirovaniya. T. 1 (Seriya «Biblioteka stratega») = The concept of strategizing. Vol. 1 (Series "Strategist's Library")*. Saint Petersburg: SZIU RANKhiGS, 2019:132. (In Russ.)
19. Kvint V.L. *Konzepte der Strategie: Impulse für Führungskräfte*. Munchen: UVK Verlag, 2021:128.
20. Kvint V.L. [et al.]. *Strategirovanie vodnykh resursov Kuzbassa: monografiya = Strategizing of Kuzbass water resources: monograph*. Kemerovo: Kemerovskiy gosudarstvennyy universitet, 2021:388. (In Russ.). doi:10.21603/978-5-8353-2725-6
21. Kvint V.L. [et al.]. *Strategirovanie tsifrovogo Kuzbassa: monografiya = Strategizing digital Kuzbass : monograph*. Kemerovo: Kemerovskiy gosudarstvennyy universitet, 2021:434. (In Russ.). doi:10.21603/978-5-8353-2796-6
22. Arapova E.Ya., Khokhlova N.I. Models of regionalization in the Asia-Pacific region. *Polis. Politicheskie issledovaniya = Polis. Political studies*. 2020;(5):60–74. (In Russ.). doi:10.17976/jpps/2020.05.05
23. Midov A.Z. External conditions, internal economic and social environment of the subsidized region: strategic analysis. *Ekonomika i upravlenie = Economics and management*. 2021;(27):281–295. (In Russ.). doi:10.35854/1998-1627-2021-4-281-295
24. Mirzieeva S.Sh. Taking into account global and national trends and peculiarities of socio-economic development in the development of state strategies. *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii = The economic revival of Russia*. 2020;(1):69–78. (In Russ.)
25. Chetverikov V.M. Features and intensity of the spread of COVID-19 in large economies. *Voprosy statistiki = Questions of statistics*. 2020;27(6):86–104. (In Russ.). doi:10.34023/2313-6383-2020-27-6-86-104
26. Rybakovskiy O.L., Tayunova O.A. The birth rate of the population of Russia and demographic waves. *Narodonaselenie = Population*. 2017;(4):56–66. (In Russ.). doi:10.26653/1561-7785-2017-4-4
27. Sasaev N.I. Strategic opportunities for the development of low-tonnage production of liquefied natural gas in Russia. *Ekonomika promyshlennosti = Industrial economics*. 2019;12(2):136–146. (In Russ.). doi:10.17073/2072-1633-2019-2-136-146
28. Kvint V.L., Khvorostyanaya A.S., Sasaev N.I. Avant-garde technologies in the process of strategizing. *Ekonomika i upravlenie = Economics and management*. 2020;26(11):1170–1179. (In Russ.). doi:10.35854/1998-1627-2020-11-1170-1179

Информация об авторах / Information about the authors

Никита Игоревич Сасаев

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической
и финансовой стратегии,
Московская школа экономики
Московского государственного
университета имени М. В. Ломоносова
(Россия, г. Москва,
Ленинские Горы, 1, стр. 61)
E-mail: msemu@mail.ru

Nikita I. Sasaev

Candidate of economical sciences,
associate professor of the sub-department
of economic and financial strategy,
Lomonosov Moscow State University' Mos-
cow School of Economics
(buil. 61, 1 Leninskie Gory, Moscow, Russia)

**Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов /
The authors declare no conflicts of interests.**

Поступила в редакцию/Received 17.11.2021

Поступила после рецензирования/Revised 23.12.2021

Принята к публикации/Accepted 12.01.2022