

Доклад
«Ценностные императивы населения в контексте управления
социально-экономическим развитием регионов»
на заседании НЭС ИЭ РАН
Ильичева Л.Е., Лапин А.В.

03.03.2026

Аннотация

В докладе представлен авторский концептуальный подход к исследованию взаимосвязи ценностных установок личности и общества с показателями социально-экономического развития страны и регионов. Данный подход разработан на основе гипотезы о том, что усиление коллективистской ориентации граждан в сочетании с повышением уровня их самостоятельности и степени их мотивации к новаторской деятельности приводит к росту показателей социально-экономического развития страны.

В этой связи авторы считают, что формирование стратегического целеполагания регионов страны может осуществляться путем моделирования образа будущего, представленного в формате ценностных смыслов жизни личности и общества в соответствующем количественном измерении. Установливая тот или иной количественно измеряемый образ будущего, общество сможет задавать параметры будущего экономического роста.

Предлагается метод измерения ценностных установок граждан посредством оценки универсальных базовых ценностей граждан с поправкой на их традиционные духовно-нравственные ценности, воспринимаемые как идентификационные признаки принадлежности этих людей к той или иной социальной группе и территории проживания. В докладе представлены результаты социологического исследования, в ходе которого в 2023-2025 годах было опрошено более 10 тыс. человек в 10 регионах страны. Авторами выявлены корреляционные связи между базовыми ценностями, традиционными духовно-нравственными ценностями, а также уровнем удовлетворенности людей теми или иными экономическими, социальными сферами жизнедеятельности.

На основе полученных результатов исследования авторами предложены пути совершенствования модели государственного и муниципального управления, связанные с включением бизнеса и гражданского общества в процесс управления социально-экономическим развитием регионов с учетом ценностных установок граждан.