


СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ



УДК 316.334.56

DOI 10.5281/zenodo.11064880

Кучеренко И.А., Рогачев М.Д., Серова Д.Д.

Кучеренко Игорь Андреевич, Дальневосточный федеральный университет, Россия, 690922, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10. E-mail: igorkucherenkoo@gmail.com.

Рогачев Максим Дмитриевич, Дальневосточный федеральный университет, Россия, 690922, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10. E-mail: rogachev.md@yandex.ru.

Серова Дарья Денисовна, Дальневосточный федеральный университет, Россия, 690922, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10. E-mail: darias2003@mail.ru.

Агенты формирования социальной привлекательности города (на примере г. Владивостока)

Аннотация. В статье рассматриваются агенты формирования социальной привлекательности города на примере г. Владивостока. В логике текста основными агентами такого рода являются городская администрация и муниципалитет, образовательные и культурные учреждения (преимущественно учреждения высшего образования), бизнес-сообщество, а также сами граждане – жители города. Субъекты формирования привлекательности города работают совместно, взаимодействуя друг с другом и с муниципалитетом, чтобы создать гармоничное и устойчивое городское пространство, которое было бы привлекательным для всех его жителей и гостей. Их совместные усилия способствуют развитию экономики, культуры, социальной сферы и общественной жизни города, делая его местом привлекательным для жизни, работы и отдыха.

Ключевые слова: агент, привлекательность города, администрация, муниципалитет, предприниматели, высшее образование, культурные учреждения, горожане, СМИ.

Kucherenko I.A., Rogachev M.D., Serova D.D.

Kucherenko Igor Andreevich, Far Eastern Federal University, Russia, 690922, Vladivostok, Ayaks Island, 10. E-mail: igorkucherenkoo@gmail.com.

Rogachev Maxim Dmitrievich, Far Eastern Federal University, Russia, 690922, Vladivostok, Russky Island, Ayaks settlement, 10. E-mail: rogachev.md@yandex.ru.

Serova Daria Denisovna, Far Eastern Federal University, Russia, 690922, Vladivostok, Russky Island, Ayaks settlement, 10. E-mail: darias2003@mail.ru.

Agents of forming the social attractiveness of a city (using the example of Vladivostok)

Abstract. The article discusses the agents of formation of the social attractiveness of the city using the example of Vladivostok. The main agents in shaping the attractiveness of a city are the city administration and municipality, educational and cultural institutions (mainly higher education institutions), the business community, as well as the citizens themselves - city residents. City attractiveness actors work together, interacting with each other and with the municipality, to create a harmonious and sustainable urban space that would be attractive to all its residents and visitors. Their joint efforts contribute to the development of the economy, culture, social sphere and public life of the city, making it an attractive place to live, work and relax.

Key words: agent, attractiveness of the city, administration, municipality, entrepreneurs, higher education, cultural institutions, citizens, media.

Город представляет собой искусственную среду обитания, созданную человеком. Российская наука и градостроительная практика накопили огромный опыт создания благоприятного городского пространства. Однако раньше внимание уделялось санитарно-гигиеническим особенностям и психологическому комфорту, создававшим условия для трудовой деятельности населения. В настоящее время актуализируются вопросы создания комфортной инфраструктуры и экономической системы города. Это связано с тем, что крупные города участвуют в глобальной конкуренции за человеческие ресурсы. Привлечение молодых, перспективных, высококвалифицированных специалистов может стать залогом дальнейшего поступательного развития территории.

Важно отметить, что привлекательность города рассматривается учеными и практиками в области социологии.

Так, с точки зрения В. В. и Т. В. Гаврилюк, Л. Л. Мехришвили, Н. И. Скок и В. В. Маленкова, привлекательность того или иного города складывается из его эмоционального (вплоть до гедонистического) восприятия и логически-рационального оценивания. Образ города как пространства жизнедеятельности встраивается у молодых людей в целостный образ «завтра», которое предстает в виде «совокупности черт конструируемого рассудочно и аффективно феномена "будущего" в сознании» [5]. Заметим, то не только в трудах данных ученых привлекательность города рассматривается относительно молодежи, таким образом

складываются рассуждения и в исследованиях других авторов.

Рассмотрение агентов формирования привлекательности города очень важно с точки зрения моделирования и прогнозирования социально-экономического развития территорий, в социологии даже есть отдельное направление, посвященное исследованию агентов различных институтов - агент-ориентированное моделирование. Чаще всего он применяется при анализе и оценке социально-экономического развития городов. Данный подход заключается в создании искусственного общества, которое состоит из взаимодействующих между собой самостоятельных агентов, что позволяет смоделировать систему, максимально приближенную к реальности [12].

Не ставя себе задачей подробно рассматривать содержание данного подхода, отметим, тем не менее, что его основу – определение развития города через взаимодействие агентов, - считаем целесообразным применить в данной работе.

Для начала необходимо определить, что в социологии понимается под агентом. Как известно, данный термин наиболее часто употребляется в контексте исследования процессов социализации. Если говорить в общем, то под агентом понимается институциональная единица, измеряемая в качестве таковой в приложении к социальному институту, структурным элементом которого она является. К примеру, родитель - агент, изучаемый в данном качестве в рамках семьи как социального института. Вне се-

мы его положение и значение окажутся иными [26, с. 14].

Анализ литературных источников позволяет установить, что основными агентами формирования привлекательности города являются городская администрация и муниципалитет, образовательные и культурные учреждения (преимущественно учреждения высшего образования), бизнес-сообщество, а также сами граждане – жители города [1, 2, 22, 24].

Рассмотрим влияние данных агентов на формирование привлекательности города на примере города Владивостока. Данный город был выбран в качестве объекта исследования в связи с тем, что он признан столицей Дальнего Востока (далее – ДВ), он аккумулирует в себе потенциал всего макрорегиона. Также, учитывая направленность нашего исследования преимущественно на молодежь как на социальную группу сосредоточения человеческого капитала общества, важно отметить, что недавно Владивосток получил звание Молодежной столицы России [16]. Владивосток обладает высоким потенциалом привлечения молодежи, перенаправления будущих квалифицированных кадров государства с центральной России на периферию государства для более равномерного социально-экономического и культурного развития.

Можно выделить два основных пути формирования привлекательности города: путь «сверху» и путь «снизу». В первом случае концептуальный фундамент и основные направления реализации базовых идей принадлежат административным органам (администрации города). Это, как правило, целерациональный вид социальных действий и взаимодействий субъектов, когда разрабатывается «идеальный» имидж, соответствующий современным требованиям. Так, сегодня в маркетинговых исследованиях территория, город рассматриваются как геотовар, а его стоимость зависит, например, от уникальных благоприятных географических условий [13, с. 27]. Отсюда задача субъектов заключается в разработке такого имиджа, который бы свидетельство-

вал об инвестиционной привлекательности города.

Во втором случае субъектами формирования имиджа города становятся горожане, коммерческие организации, СМИ и данный процесс может протекать стихийно.

Уже сегодня *администрации города* как агенту, иницирующему, внедряющему и регулирующему комплексные стратегии повышения привлекательности территории, необходимо учитывать не только территориальный капитал, которым располагает мегаполис, но и типичные нужды и интересы целевых для развития города социальных групп, особенно относящихся к креативному классу [1, с. 101].

Одним из важнейших функциональных субъектов обозначенного направления работы являются муниципальные власти. Они отвечают за разработку городского планирования, инфраструктурных проектов, организацию благоустройства и обеспечение безопасности горожан. Муниципалитеты также могут создавать программы поддержки культурных и спортивных мероприятий, развития туризма и предпринимательства. При условии их актуальности, современности, должного творческого подхода такие мероприятия также могут и должны «работать» на внутренний и внешний социальный имидж города.

Рассмотрим основные программы города Владивостока, направленные на повышение привлекательности города и макрорегиона, в целом. По мнению авторов, отдельного внимания заслуживает также то, как городская администрация учитывает нужды и интересы целевых групп. Для этого целесообразно рассмотреть ряд статистических данных экономического и демографического плана.

С 2015 года как в регионе, так и в стране, в целом, действует Программа трудовой мобильности. В соответствии с данной программой компания, принимающая на работу сотрудника из другого региона, может компенсировать по условиям заключенного трудового договора

стоимость переезда работника и членов его семьи; стоимость провоза багажа; проживание (предоставление жилья / компенсация аренды); обучение / переобучение и другие нужды, связанные с переездом и адаптацией на новом месте. Для того, чтобы воспользоваться программой соискателю необходимо выбрать вакансию на портале «Работа России»; откликнуться на вакансию в рамках программы; заключить трудовой договор не менее, чем на 2 года (с указанием мер поддержки при переезде); переехать и получить компенсацию от работодателя [19].

Все 11 регионов Дальнего Востока являются территорией приоритетного заселения по Госпрограмме содействия добровольному переселению соотечественников, проживающих за рубежом. Приезжающие получают жилищные субсидии, подъемные выплаты, пособия при отсутствии дохода [23].

Отметим, что по данным портала hh.ru, стабильно прирост вакансий превышает прирост резюме, однако при этом количество резюме более чем в 2 раза больше, чем количество вакансий. Так, в 2022 году было зафиксировано 11 972 вакансии и 30510 резюме [18].

Наибольшая потребность в работах заявлена в сферах: строительства (19,5 % вакансий), обрабатывающих производств (20 % вакансий), сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства (10,6 % вакансий), транспортировки и хранения (8,2 % вакансий), государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное обеспечение (8 % вакансий). На долю вакансий, предназначенных для рабочих профессий (специальностей), приходится 71 % от общего количества заявленных вакансий [9]. По программе повышения трудовой мобильности Дальний Восток ждет специалистов в горнодобывающем деле, добыче и переработке нефти и газа, рыбной отрасли, транспорте, туризме, медицине и образовании.

Инновационным программным инструментом привлечения людей на дальневосточные территории считается программа «Дальневосточный гектар». Участники могут бесплатно получить участок земли и взять льготный жилищный кредит под самый низкий процент в стране по «Дальневосточной ипотеке» - до 2 % годовых. С начала реализации Госпрограммы на Дальний Восток переехало более 60 тыс. человек. На ноябрь 2023 года Дальневосточный гектар получили уже более 122 тыс. чел. [6].

Из анализа *муниципальных программ*, размещенных на портале Администрации г. Владивостока, можно сделать вывод о том, что в городе реализуются программы, нацеленные на потребности различных социальных и экономических групп и субъектов отдельных сфер. Так, в их «орбиту» входят такие целевые группы, как лица с ОВЗ и инвалиды, молодежные сообщества, НКО, предприниматели. Содержание и направленность программ чаще всего связаны с сферой культуры, в том числе физической, спортом, здравоохранением, патриотическим воспитанием, энергосбережением, ЖКХ, градостроительством и архитектурой.

Важным субъектом, от деятельности и активности которого зависит положительное восприятие города, являются *частные компании и предприниматели*. Они создают рабочие места, развивают бизнес-инфраструктуру, строят коммерческие объекты и, предлагая разнообразные услуги, стимулируют точки экономического роста, социально-трудовые отношения.

По данным 2024 г., в Приморском крае в сфере предпринимательства работает 208 956 работников, что составляет третью часть от населения Владивостокского муниципального округа [11]. При этом важно учитывать количество работников, работающих без договора, что составляет сферу нелегальной (серой) занятости. По оценкам экспертов, данный процент варьируется от 18 % до 20 % от числа всей рабочей силы страны [20].

Очевидно, что предпринимательский сектор играет важную роль в экономике города и региона.

Отметим, что Приморский край лидирует по количеству субъектов малого и среднего предпринимательства [11]. В том числе в связи с этим, Владивосток вошёл в рейтинг перспективных городов для ведения бизнеса в России. Несмотря на удалённость от центра, аналитики Forbes дали ему почётное шестое место [27].

Укажем также и на социальные инициативы представителей бизнес-сообщества. К примеру, «Ассоциация приёмных семей» уже успешно реализовала президентский грантовый проект «Наставник». В нем волонтёры, граждане и представители бизнес-кругов становились для детей из центров содействия семейному устройству настоящими наставниками. Пилотный проект «Наставник» оказался успешным, и можно говорить о возникшей потребности масштабировать его на всё Приморье» [7].

Важным событием стало принятие приморскими депутатами по предложению главы региона в декабре 2023 г. краевого Закона «О государственной поддержке социально ответственного предпринимательства в Приморском крае» [8]. В числе преференций - получение льготы по налогу на имущество организаций и инвестиционного налогового вычета по налогу на прибыль. Предпринимателям также может возмещаться часть затрат и оказываться правовое, информационное, консультационное и организационное содействие в реализации проектов.

В качестве примера, подтверждающего полезность этих инициатив, можно привести успешный опыт организации представителем предпринимательства школы ораторского мастерства для детей «Харизма». Как отмечает ее директор, большой вклад в развитие ее дела внесло обучение, которое она прошла в центре «Мой бизнес» [10].

Большое значение имеет также вклад в экономику частного сектора; об этом

свидетельствуют следующие цифры. По последним данным, доля малого и среднего предпринимательства в экономике составляет около 30 %, на протяжении последних 5 лет она варьируется в диапазоне 30-32 % [4].

Таким образом, можно отметить, что бизнес-сообщество играет важную роль в формировании привлекательности города Владивостока, создавая значительную долю рабочих мест в городе, реализуя социальные инициативы, направленные на повышение уровня жизни и комфорта населения и совершая вклад в экономику (составляя треть от ВРП).

Образовательные и культурные учреждения играют ключевую роль в формировании привлекательности города как для жителей, так и для туристов. Они не только обеспечивают доступ к знаниям и искусству, но и создают уникальную атмосферу, которая делает город привлекательным для посещения и проживания.

Образовательные учреждения, такие, как школы, колледжи и университеты, реализуют не только образовательные услуги, но стимулируют профессиональную и трудовую мобильность, привлекая студентов и преподавателей из других регионов РФ и из других стран мира. Так, учреждения высшего образования Приморского края сосредоточены преимущественно в городе Владивостоке (ДВФУ, ВВГУ, Дальрыбвтуз, МГУ им. адм. Г.И. Невельского, ТГМУ и др.). В г. Уссурийске располагается Приморский институт железнодорожного транспорта и филиал ДВФУ.

Профессиональные требования к преподавателям достаточно высоки: так, в Дальневосточном федеральном университете численность сотрудников из числа профессорско-преподавательского состава (приведенных к доле ставки), имеющих ученые степени кандидата или доктора наук, в расчете на 100 студентов составляет 5,96, что выше показателя 2020 года на 16,9 %. Это выше, чем в среднем по РФ и по региону [15].

Образовательные учреждения также привлекают потенциальных жителей и

работников в город. Так, один из самых сильных в этом плане образовательных агентов региона, расположенный во Владивостоке – ДВФУ - удельный вес иностранных студентов в общей численности студентов ДВФУ составляет 8,3 %, в то время как в РФ, в целом, этот показатель равен (5,92 %) [14]. В целом, высока роль этого университета в системе подготовки кадров для региона; так, в ДВФУ обучается почти 40 % студенческой молодежи Приморского края.

Культурные учреждения - музеи, театры, концертные залы и художественные галереи - также играют важную функционально-имиджевую роль. Помимо своих традиционных «продуктов», они реализуют и социально ориентированные проекты. К примеру, Инклюзивная театральная студия «Особенные люди» получила поддержку Фонда президентских грантов. В 2019 г. состоялся отчетный спектакль «С.О.Л.Б.» инклюзивной театральной студии «Особенные люди» на малой сцене Театра молодежи. Тогда же была открыта театральная студия «Смотри» с незрячими актерами совместно с библиотекой для слепых и театром «ТАН» под руководством Андрея Нартова [21].

Благодаря образовательным и культурным учреждениям, город приобретает уникальный характер, который отличает его от других мест. Эти учреждения становятся центрами культурной жизни и притягивают как местных жителей, так и приезжающих, способствуя развитию туристических городских маршрутов.

Горожане как социальная общность в своих повседневных практиках как воспроизводят заданную модель имиджа, так и иницируют собственные проекты в виде инноваций. Например, практически в каждом городе имеются места, которым жители присвоили собственные названия (топонимы). Топонимы играют важную роль в формировании привлекательности города. Так, во Владивостоке есть районы, которые происходят от названий рек, протекающих в них – Первая Речка и

Вторая Речка, сокращенно их называют Первак и Вторяк. Они являются своеобразным отражением истории, культуры и традиций данного населенного пункта. Они помогают создать особую атмосферу и характер городского пространства, отражая его историю, культуру и особенности.

Особого внимания заслуживают *средства массовой информации* (далее – СМИ), усилиями которых во многом конструируются социальный (и не только) имидж города. СМИ способствуют популяризации достопримечательностей, культурных событий, развлекательных мероприятий и других интересных объектов города. Благодаря телевизионным передачам, радиопрограммам, статьям в газетах и журналах, а также публикациям в интернете, жители и гости города могут быть в курсе всех актуальных событий и возможностей для отдыха и развлечений. Также они помогают распространять положительные и негативные отзывы о городе. Отзывы жителей и туристов о местах отдыха, ресторанах, магазинах, услугах и других объектах города могут существенно повлиять на общее восприятие его привлекательности. Поэтому медиа имеют важное значение в формировании репутации города. Помимо этого, СМИ способствуют привлечению инвестиций, туристов и новых жителей в город. Публикации о развитии инфраструктуры, экономическом потенциале, культурной жизни и других аспектах городской деятельности могут привлечь внимание потенциальных инвесторов, туристов и переселенцев.

Можно констатировать, что ключевое значение в вопросах взаимодействия рассмотренных агентов имеют факторы кооперации и синергии. Только их слаженная, скоординированная, целевая работа способна дать качественный результат, и он не может быть сведен к усилиям какой-то одной стороны. В вопросе создания гармоничного и устойчивого городского пространства важны их совместные действия, популяризация градо-

устроительных проектов, привлечение гражданских инициатив, развитие их как социального института. Только сообща можно добиваться выполнения современных и действительно конструктивных

задач – повышению безопасности пространства, развитию трудового сектора и малого предпринимательства, туристической отрасли, социальных и некоммерческих инициатив и пр.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова С. Б., Антонова Н. Л., Пименова О. И. Привлекательность города как фактор территориальной мобильности в оценках студентов (на примере города Екатеринбурга) // Образование и наука. 2019. № 21(1). С. 97-123.
2. Антонова Н. Л., Ракевич Е. В. Горожане как субъект формирования имиджа города // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2016. Вып. 2(26). С. 160–166.
3. Большинство приезжающих на Дальний Восток по программе трудовой мобильности россиян остается в регионе // Интерфакс Россия. URL: <https://www.interfax-russia.ru/far-east/biznes-investicii-razvitie/bolshinstvo-priezzhayushchih-na-dalniy-vostok-po-programme-trudovoy-mobilnosti-rossiyan-ostaetsya-v-regione> (дата обращения: 20.02.2024).
4. Валовой региональный продукт // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/137147> (дата обращения: 20.02.2024).
5. Гаврилюк В. В., Мехришвили Л. Л., Скок Н. И., Гаврилюк Т. В., Маленков В. В. Особенности социальной мобильности молодежи XXI века. Тюмень: ТИУ, 2016. 131 с.
6. Дальневосточный гектар получили уже более 122 тыс. человек // Спроси.дом.рф. URL: <https://xn--h1alcedd.xn--d1aqf.xn--p1ai/news/dalnevostochnyy-gektar-poluchili-uzhe-bolee-122-tys-chelovek/> (дата обращения: 20.02.2024).
7. Добрые проекты бизнеса на благо жителей Приморья // Законодательное собрание Приморского края. URL: <https://www.zspk.gov.ru/press-service/press-relizy/598692/> (дата обращения: 18.02.2024).
8. Закон Приморского края от 25.12.2023 № 509-КЗ "О государственной поддержке социально ответственного предпринимательства в Приморском крае" // Официальное опубликование правовых актов. URL: <https://publication.pravo.gov.ru/document/2500202312270002> (дата обращения: 18.02.2024).
9. Информация о положении на рынке труда в Приморском крае (по состоянию на 1 февраля 2024 года) // Работа России. URL: https://profzan.primorsky.ru/content/рынок_труда_приморского_края (дата обращения: 20.02.2024).
10. Как при поддержке Центра инноваций социальной сферы можно расширить свое доброе дело рассказала Лана Крамаренко // Мой бизнес. URL: https://xn--25-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/success_stories/kak-pri-podderzhke-tsentra-innovatsiy-sotsialnoy-sfery-mozhno-rasshirit-svoe-dobroe-delo-rasskazala-/ (дата обращения: 20.02.2024).
11. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства. Приморский край // Федеральная налоговая служба. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=-10.02.2023&level=0&fo=8&ssrf=25&t=1708951133965&t=1708951133965> (дата обращения: 18.02.2024).
12. Маковеев В. Н. Применение агент-ориентированных моделей в анализе и прогнозировании социально-экономического развития территорий // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. №5 (47). С. 272-289.
13. Мещеряков Т.В. Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории // Проблемы современной экономики. 2009. № 2(30). С. 26-33.
14. Мониторинг деятельности организаций высшего образования // Главный информационно-вычислительный центр. URL: <https://monitoring.miccedu.ru/?m=vpo> (дата обращения: 10.02.2024).
15. Мониторинг качества подготовки кадров // Главный информационно-вычислительный центр. URL: https://monitoring.miccedu.ru/iam/2021/_spo/material.php?type=2&id=11101 (дата обращения: 10.02.2024).

16. Нам нужно показать, что Владивосток – это крутое место: мэр – о звании Молодежной столицы // PrimaMedia.ru. URL: <https://primamedia.ru/news/1653706/> (дата обращения: 15.02.2024).
17. Примамедиа // НИУ ВШЭ. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11439/> (дата обращения: 24.02.2024).
18. Приморский край // hh статистика. URL: https://stats.hh.ru/primorsky_krai?vacanciesProfArea=sar_business (дата обращения: 20.02.2024).
19. Программа повышения трудовой мобильности // Работа. URL: <https://rabota.ercd.ru/meripodderzhki/trud-mobilnost> (дата обращения: 16.02.2024).
20. Серым-серо: Минтруд обнаружил 663 тыс. неформально работающих россиян // Известия. URL: <https://iz.ru/1589128/mariia-stroiteleva/serym-sero-mintrud-obnaruzhil-663-tys-neformalno-rabotaiushchikh-rossiiian> (дата обращения: 17.02.2024).
21. Социальный инклюзивный творческий центр «Благое дело». URL: <https://blagoedelo.com/%d0%bd%d0%b0%d1%88%d0%b8-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b5%d0%ba%d1%82%d1%8b/> (дата обращения: 22.02.2024).
22. Стыцюк Р. Ю., Позанова Т. П. Особенности формирования привлекательности территории города для туриста // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2019. Т. 10, № 3. С. 147-164.
23. Указ Президента РФ от 14.09.2012 N 1289 (ред. от 22.11.2023) "О реализации Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом" // СПС КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_135348/9cf95e1cef34d74eca9a5792671e8c9e40db0c88/ (дата обращения: 20.02.2024).
24. Фролова Е. В., Рогач О. В., Рябова Т. М. Деятельность муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма: проблемы, ресурсы и новые возможности // Вопросы государственного и муниципального управления. 2020. №3. С. 210-228.
25. Характеристика системы среднего профессионального образования // Главный информационно-вычислительный центр. URL: https://monitoring.miccedu.ru/iam/2021/_spo/material.php?tyre=2&id=11101 (дата обращения: 10.02.2024).
26. Щеглов И. А. Социализация: агенты, институты, факторы // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. №4. С. 14-17.
27. Forbes: Владивосток вошёл в топ-10 лучших городов для бизнеса в России // Золотой Рог. URL: <https://zr.media/news/2023-09-30/forbes-vladivostok-voshyol-v-top-10-luchshih-gorodov-dlya-biznesa-v-rossii-3055412> (дата обращения: 18.02.2024).

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Abramova S. B., Antonova N. L., Pimenova O. I. Privlekatel'nost' goroda kak faktor territorial'noj mobil'nosti v ocenках studentov (na primere goroda Ekaterinburga) // *Образование и наука*. 2019. № 21(1). С. 97-123.
2. Antonova N. L., Rakevich E. V. Gorozhane kak sub#ekt formirovaniya imidzha goroda // *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofija. Psihologija. Sociologija*. 2016. Vyp. 2(26). С. 160–166.
3. Bol'shinstvo priezzhajushhh na Dal'nij Vostok po programme trudovoj mobil'nosti rossijan ostaetsja v regione // *Interfaks Rossija*. URL: <https://www.interfax-russia.ru/far-east/biznes-investicii-razvitie/bolshinstvo-priezzhayushchih-na-dalnij-vostok-po-programme-trudovoy-mobilnosti-rossiyan-ostaetsya-v-regione> (дата obrashhenija: 20.02.2024).
4. Valovoj regional'nyj produkt // *Territorial'nyj organ Federal'noj sluzhby gosudar-stvennoj statistiki*. URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/137147> (дата obrashhenija: 20.02.2024).
5. Gavriljuk V. V., Mehrishvili L. L., Skok N. I., Gavriljuk T. V., Malenkov V. V. Osobennosti social'noj mobil'nosti molodezhi XXI veka. Tjumen': TIU, 2016. 131 s.
6. Dal'nevostochnyj gektar poluchili uzhe bolee 122 tys. chelovek // *Sprosi.dom.rf*. URL: <https://xn--hlalcedd.xn--dlaqf.xn--plai/news/dalnevostochnyy-gektar-poluchili-uzhe-bolee-122-tys-chelovek/> (дата obrashhenija: 20.02.2024).
7. Dobrye proekty biznesa na blago zhitelej Primor'ja // *Zakonodatel'noe sobranie Primorskogo kraja*. URL: <https://www.zspk.gov.ru/press-service/press-relizy/598692/> (дата obrashhenija: 18.02.2024).

8. Zakon Primorskogo kraja ot 25.12.2023 № 509-KZ "O gosudarstvennoj podderzhke social'no otvetstvennogo predprinimatel'stva v Primorskom krae" // Oficial'noe opublikovanie pravovyh aktov. URL: <https://publication.pravo.gov.ru/document/2500202312270002> (data obrashhenija: 18.02.2024).
9. Informacija o polozhenii na rynke truda v Primorskom krae (po sostojaniju na 1 fevralja 2024 goda) // Rabota Rossii. URL: https://profzan.primorsky.ru/content/rynok_truda_primorskogo_kraja (data obrashhenija: 20.02.2024).
10. Kak pri podderzhke Centra innovacij social'noj sfery mozžno rasshirit' svoe dobroe delo rasskazala Lana Kramarenko // Moj biznes. URL: https://xn--25-9kcqjffxf3b.xn--p1ai/success_stories/kak-pri-podderzhke-tsentra-innovatsiy-sotsialnoj-sfery-mozhno-rasshirit-svoe-dobroe-delo-rasskazala/ (data obrashhenija: 20.02.2024).
11. Kolichestvo juridicheskikh lic i individual'nyh predprinimatelej, svedenija o kotoryh sodержatsja v Edinom reestre sub#ektov malogo i srednego predprinimatel'stva. Primorskij kraj // Federal'naja nalogovaja sluzhba. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=-10.02.2023&level=0&fo=8&ssrf=25&t=1708951133965&t=1708951133965> (data obrashhenija: 18.02.2024).
12. Makoveev V. N. Primenenie agent-orientirovannyh modelej v analize i progno-zirovanii social'no-jekonomicheskogo razvitija territorij // Jekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz. 2016. №5 (47). S. 272-289.
13. Meshherjakov T.V. Imidzh goroda kak strategicheskij faktor jeffektivnogo marketinga territorii // Problemy sovremennoj jekonomiki. 2009. № 2(30). S. 26-33.
14. Monitoring dejatel'nosti organizacij vysshego obrazovanija // Glavnyj informacionno-vychislitel'nyj centr. URL: <https://monitoring.miccedu.ru/?m=vpo> (data obrashhenija: 10.02.2024).
15. Monitoring kachestva podgotovki kadrov // Glavnyj informacionno-vychislitel'nyj centr. URL: https://monitoring.miccedu.ru/iam/2021/_spo/material.php?type=2&id=11101 (data obrashhenija: 10.02.2024).
16. Nam nuzhno pokazat', chto Vladivostok – jeto krutoe mesto: mjer – o zvanii Molodezhnoj stolicy // PrimaMedia.ru. URL: <https://primamedia.ru/news/1653706/> (data obrashhenija: 15.02.2024).
17. Primamedia // NIU VShJe. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/11439/> (data obrashhenija: 24.02.2024).
18. Primorskij kraj // hh statistika. URL: https://stats.hh.ru/primorsky_krai?vacanciesProfArea=car_business (data obrashhenija: 20.02.2024).
19. Programma povyshenija trudovoj mobil'nosti // Rabota. URL: <https://rabota.ercd.ru/meripodderzhki/trud-mobilnost> (data obrashhenija: 16.02.2024).
20. Serym-sero: Mintrud obnaruzhil 663 tys. neformal'no rabotajushhih rossijan // Izvestija. URL: <https://iz.ru/1589128/mariia-stroiteleva/serym-sero-mintrud-obnaruzhil-663-tys-neformalno-rabotaiushchikh-rossiian> (data obrashhenija: 17.02.2024).
21. Social'nyj inkljuzivnyj tvorcheskij centr «Blagoe delo». URL: <https://blagoedelo.com/%d0%bd%d0%b0%d1%88%d0%b8-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b5%d0%ba%d1%82%d1%8b/> (data obrashhenija: 22.02.2024).
22. Stycjuk R. Ju., Pozanova T. P. Osobennosti formirovanija privlekatel'nosti territorii goroda dlja turista // Marketing MBA. Marketingovoe upravlenie predprijatij. 2019. T. 10, № 3. S. 147-164.
23. Ukaz Prezidenta RF ot 14.09.2012 N 1289 (red. ot 22.11.2023) "O realizacii Gosudarstvennoj programmy po okazaniju sodejstvija dobrovol'nomu pereseleniju v Rossijskuju Federaciju sootchestvennikov, prozhivajushhih za rubezhom" // SPS Konsul'tantPljus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_135348/9cf95e1cef34d74eca9a5792671e8c9e40db0c88/ (data obrashhenija: 20.02.2024).
24. Frolova E. V., Rogach O. V., Rjabova T. M. Dejatel'nost' municipal'nyh organov vlasti po razvitiju kul'turno-poznavatel'nogo turizma: problemy, resursy i novye vozmozhnosti // Voprosy gosudarstvennogo i municipal'nogo upravlenija. 2020. №3. S. 210-228.
25. Charakteristika sistemy srednego professional'nogo obrazovanija // Glavnyj informacionno-vychislitel'nyj centr. URL: https://monitoring.miccedu.ru/iam/2021/_spo/material.php?type=2&id=11101 (data obrashhenija: 10.02.2024).
26. Shheglov I. A. Socializacija: agenty, instituty, faktory // Obshhestvo: sociologija, psihologija, pedagogika. 2016. №4. S. 14-17.

27. Forbes: Vladivostok voshjol v top-10 luchshih gorodov dlja biznesa v Rossii // Zolotoj Rog. URL: <https://zr.media/news/2023-09-30/forbes-vladivostok-voshjol-v-top-10-luchshih-gorodov-dlya-biznesa-v-rossii-3055412> (data obrashhenija: 18.02.2024).