

Методология комплексной оценки репутационного капитала российских регионов

Романченко Маргарита Константиновна

Аспирант, SPIN-код РИНЦ: [5538-3924](https://eindex.ru/spin/5538-3924), margeta@bk.ru

Факультет государственного управления, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

Аннотация

В статье представлена методология комплексной оценки репутационного капитала российских регионов: предлагается системный подход к оценке репутационного капитала, объединяющий как количественные, так и качественные методы. Цель — обобщить и дополнить существующие подходы к оценке репутационного капитала, учитывающие ключевые аспекты регионального развития. Задачи исследования — определить сущность и структуру репутационного капитала региона; выявить факторы, формирующие репутационный капитал региона. В статье проведен сравнительный анализ сходств и различий качественных исследований репутационного капитала территорий для сопоставления репутационного капитала территорий (мезоуровень) и компаний (микроуровень) на основе контент-анализа и систематизации материалов по соответствующей тематике; осуществлен факторный анализ для определения и структурирования ключевых факторов, влияющих на оценку репутационного капитала региона на основе метода систематизации и классификации для обобщения и структурирования полученных данных в целях формирования концептуального подхода к исследуемой проблеме. Выявлены и систематизированы ключевые аспекты формирования репутационного капитала территорий (например, экономическое развитие, социальная сфера, экология, инвестиционный климат, культурное наследие, качество управления и т. д.) и компаний с выявлением их общих и отличительных черт. В результате определены ключевые факторы оценки репутационного капитала региона, которые могут быть использованы для разработки эффективных стратегий управления. В дальнейшем необходимо также проанализировать состояние систем управления репутационным капиталом субъектов Российской Федерации и разработать практические модели управления регионами с учетом динамики и показателей репутационного капитала.

Ключевые слова

Региональное развитие, репутационный капитал, методы оценки репутационного капитала региона, управление репутацией региона, модели управления репутацией региона.

Для цитирования

Романченко М.К. Методология комплексной оценки репутационного капитала российских регионов // Государственное управление. Электронный вестник. 2025. № 111. С. 123–137. DOI: 10.55959/MSU2070-1381-111-2025-123-137

Methodology of Complex Assessment of Russian Regions' Reputational Capital

Margarita K. Romanchenko

Postgraduate student, margeta@bk.ru

School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

Abstract

The article presents the methodology of comprehensive assessment of reputational capital of Russian regions. A systematic approach to the assessment of reputational capital, combining both quantitative and qualitative methods is proposed. The aim of the research is to summarise and supplement the existing approaches to the assessment of reputational capital, taking into account the key aspects of regional development. The objectives of the study are to define the essence and structure of the region's reputational capital, to identify the factors that form the region's reputational capital. The article uses a comparative analysis of similarities and differences to the qualitative study of the reputational capital of territories to compare the reputational capital of territories (meso-level) and companies (micro-level) on the basis of content analysis and systematisation of materials on the relevant subject; a factor analysis to identify and structure the key factors affecting the assessment of the reputational capital of the region on the basis of the method of systematisation and classification to summarise and structure the obtained data in order to form the basis for assessing the reputational capital of the region. Key aspects of formation of reputational capital of territories (e.g., economic development, social sphere, ecology, investment climate, cultural heritage, quality of management, etc.) and companies were identified and systematised, revealing their common and distinctive features. As a result, key factors for assessing the region's reputational capital are identified, which can be used to develop effective management strategies. In the future it is necessary as well to analyse the state of reputation capital management systems of the subjects of the Russian Federation and to develop practical models of regional management taking into account the dynamics and indicators of reputation capital.

Keywords

Regional development, reputational capital, methods of assessing the region's reputational capital, regional reputation management, models of regional reputation management.

For citation

Romanchenko M.K. (2025) Methodology of Complex Assessment of Russian Regions' Reputational Capital. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik*. No. 111. P. 123–137. DOI: 10.55959/MSU2070-1381-111-2025-123-137

Дата поступления/Received: 01.03.2025

Введение

Актуальность исследования методологии комплексной оценки репутационного капитала российских регионов, которая характеризуется необходимостью интеграции экономических, социальных, культурных, экологических, управленческих и других факторов, влияющих на формирование репутационного капитала региона, обусловлена потребностью в разработке комплексного инструмента, позволяющего учитывать многомерность и взаимозависимость этих факторов для достижения целей устойчивого развития территорий. В условиях усиления межрегиональной конкуренции, глобализации и возрастающей роли нематериальных активов репутационный капитал становится ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность и устойчивое развитие российских регионов. Существующие исследования в области оценки репутационного капитала территорий демонстрируют значительное разнообразие подходов, однако характеризуются отсутствием единых стандартов и ограниченным применением современных экономико-математических методов. Это обуславливает необходимость проведения комплексного анализа существующих методологий, выявления их преимуществ и недостатков, а также обоснования перспектив их совершенствования.

В то же время понятие репутационного капитала региона как нематериального актива территории к настоящему моменту не было исследовано в достаточной мере, что проявляется в отсутствии единых теоретико-методологических основ, недостаточной разработанности методик его оценки и управления, отсутствии правовой базы и практического поля применения.

Цель работы заключается в анализе и систематизации существующих подходов к оценке репутационного капитала территорий, выявлении их сильных и слабых сторон, определении ключевых факторов оценки для дальнейшей разработки комплексной и объективной оценки репутационного капитала.

Теоретические подходы к понятию «репутационный капитал региона»

Для формирования общей платформы исследования теоретических и методологических аспектов развития и использования репутационного капитала в территориальном пространстве необходимо определить его сущность как социально-экономического явления.

Репутация — это устойчивое общественное мнение о качествах, способностях и достоинствах некоего субъекта. Г. Даулинг конкретизировал понятие «репутационный капитал» в контексте хозяйственных субъектов, определив его как сумму нематериальных активов, внутренних и внешних характеристик субъекта, которые увеличивают акционерную стоимость, а также являются частью его рыночной стоимости [Даулинг 2003]. Однако данная трактовка подходит не только предприятиям, но и территориальным субъектам: репутационный капитал является нематериальным ресурсом, состоящим из оценки, основанной на социально-экономических показателях территории, человеческом капитале, эффективности системы регионального управления, инвестиционном климате, положительной региональной идентичности и т. д. Важным динамическим аспектом здесь выступает экономико-географическое положение города — исторически сложившаяся, но изменяющаяся совокупность пространственных отношений между городом как социально-экономической системой и внешними факторами, потенциально влияющими на городское развитие. Города способны изменять свое местоположение, стремясь достичь наиболее выгодного расположения в пространстве [Бабурин и др. 2016]. В совокупности данные факторы выступают в качестве катализатора конкурентных преимуществ региона, учитывающих индивидуальные особенности субъекта: территориальное развитие, географическое расположение, социально-экономические особенности, информационную открытость региона со стороны государства и

власти, социально ориентированную политику региона, инвестиционную привлекательность, качество жизни в регионе, финансово-экономический потенциал региона, степень вовлеченности в национальные проекты, программы, государственно-частное партнерство и др. (Таблица 1).

Таблица 1. Ключевые факторы оценки репутационного капитала региона¹

Экономические факторы	Социальные факторы	Экологические факторы	Организационно-управленческие факторы	Бренд и имидж
Валовый региональный продукт (ВРП) на душу населения	Уровень жизни населения (среднедушевые денежные доходы, размер прожиточного минимума)	Состояние окружающей среды (загрязнение воздуха, почвы, воды, природные ресурсы)	Эффективность системы государственного управления	Узнаваемость бренда региона
Объем инвестиций в основной капитал	Доступность и качество социальной инфраструктуры (здравоохранение, образование, культура)	Уровень развития зеленой экономики	Открытость и доступность региональных органов власти	Информационная активность и продвижение региона
Уровень интонационной активности предприятий	Демографические показатели (рождаемость, смертность, миграция и др.)	Реализация экологических проектов и программ	Антикоррупционная политика	Вовлечение граждан (проведение фестивалей, мероприятий)
Объем внешнеторгового оборота	Занятость и уровень безработицы	Отношение населения к экологическим проблемам	Развитие цифровизации и электронного правительства	Туристическая привлекательность, развитие туризма
Уровень развития малого и среднего бизнеса	Развитие человеческого капитала		Реализация приоритетных региональных программ и проектов	Культурно-историческое наследие региона
Динамика развития ключевых отраслей экономики	Уровень социальной защищенности			
Прозрачность экономических показателей				

Для успешного решения регионом задач социально-экономического развития требуется активное использование организационного фактора для привлечения инвестиций со стороны государства и частных инвесторов, повышение качества инфраструктуры, прогрессивность менеджмента в региональном управлении, разработка и осуществление стратегий регионального развития и определение перспектив развития территорий. Показатели этих факторов регионального развития используются при прогнозировании и оценке социально-экономической ситуации в том или ином субъекте. Эти компоненты взаимосвязаны и должны рассматриваться в комплексе при оценке и развитии репутационного капитала территории. В сфере репутационного капитала функционируют такие близкие термины, как репутация, социальный капитал региона, человеческий, культурный, институциональный, экономический капитал региона, деловая репутация, имидж, бренд, территориальный маркетинг, геобрендинг. Некоторые авторы определяют понятия «имидж» и «бренд» как репутационный капитал региона [Гавра и др. 2011]. Имидж региона и бренд региона — это две важные концепции, которые помогают привлечь внимание общества, бизнес-сообщества и инвесторов к определенному региону.

Таким образом, комплексная система факторов регионального развития является основой для понимания, анализа социально-экономических процессов и управления ими на территориальном

¹ Составлено автором на основе [Михалкина, Косолапова 2018; Матвеев, Резвякова 2020; Сафиуллин и др. 2020; Романченко 2024].

уровне. Постоянное совершенствование и оптимизация данной системы факторов позволяют обеспечивать устойчивое и сбалансированное развитие региона. В исследовании Е.В. Михалкиной и Н.А. Косолаповой приводится теоретическое обоснование структуры нематериальных ресурсов и активов, региональная кластеризация использования потенциала нематериальных ресурсов. В состав концепции нематериальных ресурсов региона входят человеческий, информационный, интеллектуальный, организационный, социальный ресурсы [Михалкина, Косолапова 2018].

Методология формирования репутационного капитала территорий — комплексный подход к оценке

Репутационный капитал как нематериальный актив является системообразующей характеристикой на разных уровнях систем: субъекты Российской Федерации, муниципалитеты, муниципальные образования, хозяйствующие субъекты. При этом существуют как общие, так и отличительные аспекты в формировании методологии репутационного капитала на региональном и корпоративном уровнях, которые могут создавать синергетический эффект для придания импульса развитию регионов (Таблица 2).

Таблица 2. Сравнение аспектов формирования репутационного капитала территорий и компаний²

	Территория	Компания
Цели оценки	Направлена на привлечение инвестиций, улучшение социально-экономического положения, качества жизни населения, развитие экономики/инфраструктуры, выполнение государственного плана и проектов, корректировка стратегий	Используется для понимания места на рынке, повышения лояльности клиентов, определения бренда. Нематериальные ресурсы — разность в возможностях предприятий, которая ведет к формированию и последующему поддержанию конкурентных преимуществ предприятия [Армстронг 2007]
Методы оценки	Используются статистические методы, индикативные и рейтинговые подходы (например, индексы качества жизни, рейтинги инвестиционной привлекательности), социологические исследования и опросы населения о качестве жизни и восприятии региона, анализ публичной информации и отчетов местных администраций и др.	Применяются как количественные, так и качественные методы (например, опросы клиентов, анализ финансовых показателей), используются репутационные индексы (например, Fortune's World's Most Admired Companies), анализ конкурентов и позиционирование на рынке и др.
Периодичность и динамика	Оценка может проводиться на основе долгосрочных индикаторов и периодических исследований (раз в несколько лет или ежегодно), чтобы показать устойчивые изменения	Оценка репутации может быть более гибкой и частой, проводимой на регулярной основе (например, кварталы или ежегодно) в зависимости от изменений в рыночной ситуации

Методология оценки репутационных капиталов регионов и компаний имеет как особенности, так и общие черты, к которым относится необходимость использования данных и аналитических инструментов, внимание к отношению различных групп заинтересованных сторон, проявление качественных характеристик во внешней среде. М.Р. Сафиуллин и соавторы предложили следующее определение репутационного капитала: «это нематериальный институциональный ресурс (актив) экономического агента, обеспечивающий его конкурентные преимущества на рынке посредством генерации разнообразных сигналов для потребителей, характеризующих его качественно-количественные параметры развития и обеспечивающая производительность фирмы» [Сафиуллин и др. 2020, 71]. Можно предположить, что подобная модель определения репутационного

² Составлено автором на основе [Армстронг 2007; Алексеева 2012; Якимова 2021; Морозова, Кулагин 2023].

капитала применима к социальному, политическому, институциональному, экономическому актору как к субъекту государства.

В рамках экономики региона репутационный капитал утверждается как стратегический нематериальный актив, оказывающий системное воздействие на его экономическую траекторию. Как обоснованно отмечается, территориальная репутация действует как фильтр, через который принимаются все экономические решения [Gertner, Kotler 2004]. Данный тезис подчеркивает фундаментальную роль репутации как институционального механизма, снижающего транзакционные издержки и формирующего ожидания агентов. Трансформация управления репутационным капиталом в условиях цифровизации принципиально меняет подходы к его мониторингу и защите. Цифровые следы из медиа и соцплатформ предоставляют диагностику репутационных уязвимостей в реальном времени [Boukherouaa et al. 2021]. Агрегированные данные онлайн-дискурса (упоминаемость, сентимент, сетевой анализ) создают динамическую модель репутационного капитала, отражающую его текущее состояние с высокой частотой обновления. Оптимизация коммуникационной политики также важна: реальная диагностика обеспечивает основу для эффективной аллокации ресурсов для защиты репутации, продвижения позитивных нарративов, коррекции информационных потоков и адресного взаимодействия со стейкхолдерами. Мониторинг цифровых следов снижает информационную асимметрию и позволяет региональным администрациям оперативно реагировать на искажения восприятия, что минимизирует последствия несовершенства информации на рынках капитала, труда и туристических услуг.

Эффективные методы оценки помогают как регионам, так и компаниям диагностировать негативные характеристики своих позиций, определять векторы динамики их изменения, встраивать использование репутационного капитала для реализации стратегий роста. Однако, по мнению ряда авторов, существующие методы оценки репутационного капитала и построения на их основе рейтингов регионов и компаний имеют недостатки, основными из которых являются:

- субъективизм построения рейтингов деловой репутации;
- низкий уровень транспарентности формирования такого рода рейтингов (структуры, занимающиеся их публикацией, как правило, не раскрывают методологию рейтингового оценивания);
- высокие риски манипулирования общественным мнением на основании не вполне репрезентативных рейтингов деловой репутации компаний [Сафина и др. 2023].

Методология и методы исследования репутационного капитала региона являются важными инструментами для формирования устойчивой стратегии местного развития. Существующие методики представляют собой оценочные индексы различных структурных составляющих нематериальных ресурсов, однако комплексного индекса оценки потенциала нематериальных ресурсов региона в отечественной литературе не существует [Леонтьева, Смирнова 2020]. Комплексный подход к оценке, включение как количественных, так и качественных методов позволяют выявить полноценную картину репутационного состояния региона. Для разработки оценки или индекса репутационного капитала региона необходим комплексный подход, включающий в себя несколько ключевых методов исследования. Сравнительный анализ является одним из ключевых элементов для определения конкурентных преимуществ и перспективных направлений развития территории. Он включает в себя бенчмаркинг, позволяющий сопоставлять показатели региона с аналогичными показателями конкурентных территорий и выявлять тем самым сильные и слабые стороны. Такой подход способствует обнаружению эффективных практик для повышения социально-экономического уровня репутационного капитала, что позволяет разрабатывать более эффективные стратегии управления репутацией.

Метод экономико-математического моделирования необходим для оценки влияния репутационного капитала региона на его социально-экономическое развитие (построение эконометрических моделей, позволяющих выявить зависимость ключевых показателей региона (ВРП, инвестиции, туризм, миграция и др.) от различных компонентов репутационного капитала), для количественной оценки направления влияния репутационного капитала на экономические и социальные процессы в регионе, что является одним из ключевых направлений повышения репутационного капитала территории. Важным стратегическим элементом данного метода является анализ факторов, формирующих репутационный капитал региона: разработка многофакторных моделей, которые показывают вклад различных элементов (имидж территории, бренд, деловая репутация, социальная ответственность и др.) в формирование общего уровня репутационного капитала; определение наиболее значимых факторов, требующих управленческого воздействия для повышения репутации региона. Роль прогнозирования развития репутационного капитала заключается в создании динамических моделей, позволяющих на основе исторических данных и выявленных трендов спрогнозировать изменение репутационного капитала в будущем; моделировании сценариев развития репутации региона при различных управленческих воздействиях. Синтез и оптимизация управленческих решений выстраивают оптимизационные модели, которые помогают определить наиболее эффективные стратегии, программы и инструменты управления репутационным капиталом региона с учетом расчета экономической эффективности и рисков различных управленческих решений в сфере репутационного менеджмента. Таким образом, экономико-математическое моделирование является важным инструментом, который позволяет количественно оценить состояние репутационного капитала региона и перспективы управления им, обосновать приоритетные направления и управленческие воздействия для повышения эффективности этого процесса.

Качество институционального анализа в значительной степени определяется целями, функциями, инструментами и характером взаимодействия между этими элементами (выявление и анализ основных институтов: органов власти, общественных организаций, СМИ и др., — участвующих в формировании, поддержании и продвижении репутации региона).

Метод анализа нормативно-правовой базы управления репутационным капиталом подразумевает изучение федерального, регионального и муниципального законодательства, регулирующего различные аспекты репутационного менеджмента территорий, выявление пробелов, противоречий и необходимости совершенствования нормативно-правового обеспечения данной сферы. Однако в Российской Федерации на данный момент отсутствует единая федеральная нормативно-правовая база, которая напрямую регулирует понятие репутационного капитала регионов, территорий и субъектов. Существуют законодательные акты и нормативные документы, которые косвенно влияют на формирование, оценку репутации региона и управление ею, создавая основу для деятельности соответствующих институтов (органов власти, общественных организаций, СМИ и др.) в этой сфере. Многие нормативные акты имеют общий характер и не содержат конкретных требований и показателей, необходимых для оценки репутационного капитала и управления им. Для эффективного управления репутационным капиталом необходима дальнейшая работа по совершенствованию законодательства, разработке методических рекомендаций и усилению контроля за соблюдением норм. Исследование организационных структур и механизмов управления репутацией региона включает в себя анализ полномочий и эффективности специализированных подразделений (агентств, комитетов и пр.) в органах власти, отвечающих за репутационный менеджмент, оценку практики использования различных инструментов (стратегии, программы, проекты) управления репутацией на региональном и муниципальном уровнях.

Синергетика институциональных взаимодействий региональных и местных сообществ позволит выявить необходимые практики вовлечения жителей, бизнеса, некоммерческих организаций в процессы управления репутацией территории, сформировать целостное представление об институциональной основе управления репутационным капиталом региона, выявить ее сильные и слабые стороны.

Поскольку в Российской Федерации основное внимание уделяется национальным проектам, стратегиям и программам, трендовый анализ позволит определить долгосрочные тенденции в развитии репутационного капитала региона: исследование динамики различных показателей репутации региона (имидж, бренд, деловая репутация, социальная ответственность, организационная культура, институциональная политика, информация о состоянии социально-экономической системы и др.) за длительный период времени; определение устойчивых трендов в изменении компонентов репутационного капитала и факторов применительно к показателям.

Качественные методы, такие как интервью и фокус-группы, позволяют глубоко погрузиться в восприятие, мотивы, ценности и эмоции различных целевых групп (жителей, инвесторов, туристов и др.) в отношении региона. Это дает возможность выявить и понять нюансы и контекстные факторы, формирующие репутацию территории, которые не всегда улавливаются количественными методами. Качественные исследования репутационного капитала территорий проводятся с использованием ряда подходов, каждый из которых обладает своими особенностями и потенциальными недостатками (Таблица 3).

Таблица 3. Содержание и недостатки основных подходов к качественному исследованию репутационного капитала территорий³

Наименование подхода	Основное содержание подхода	Недостатки подхода
Оценочный метод [Плешакова 2013]	Оценка деловой репутации с использованием в расчетах методов экспертного рейтинга и социологического анкетирования	Предвзятость выборки: если выборка не является репрезентативной, результаты могут быть искаженными. Ограниченность вопросов: формулировка вопросов и предложенных вариантов может не полностью отражать мнения респондентов. Низкий уровень отклика: в некоторых случаях респонденты могут не ответить на опрос, что снижает статистическую значимость
Вторичный анализ статистических данных (ресурсно-концептуальный подход) [Стрельникова 2010; Safiullin et al. 2019; Сафиуллин и др. 2020]	Использование уже существующих статистических данных (например, данные по экономическим показателям, качеству жизни, туристической активности) для оценки репутации территории	Ограничения источников: вторичные данные могут быть устаревшими или недостаточно полными. Невозможность глубинного анализа: такой подход зачастую не позволяет выявить причинно-следственные связи. Контекстуальная зависимость: репутационный капитал может не полностью соответствовать статистическим показателям, если не учитывать контекст
Индексные методы [Камалетдинов, Ксенофонтов 2019]	Разработка индексов, которые объединяют различные показатели (например, экономическое развитие, удовлетворенность жителей, туристическая привлекательность) для оценки общего уровня репутации территории	Сложность создания индексов: требуется тщательная проработка методов и показателей, что может быть трудоемким и затратным. Субъективность весов: выбор весов для различных компонентов индекса может быть произвольным и не всегда обоснованным. Обобщение: индекс может отражать усредненное восприятие и не учитывать важные аспекты, связанные с культурными и историческими особенностями

³ Составлено автором.

Включенное наблюдение за реализацией региональных программ [Мартишина и др. 2022]	Интерпретация полученных данных и экстраполяция выводов на общее состояние репутационного капитала территории; наблюдение за взаимодействием и реакциями ключевых стейкхолдеров (органы власти, бизнес, общественность, СМИ и др.) в ходе реализации данных программ; выявление скрытых механизмов, закономерностей и факторов, влияющих на восприятие и оценку реализуемых программ различными группами	Высокая трудоемкость и длительность исследования. Субъективность интерпретации. Ограниченная репрезентативность. Сложность количественной оценки: данные, полученные в ходе включенного наблюдения, носят преимущественно качественный характер, что затрудняет их количественную оценку и сопоставление, что может ограничивать возможности для измерения и мониторинга динамики репутационного капитала
Успешные практики управления репутацией территорий [Котлер и др. 2005; Anholt 2007; Логунцова, Зайцева 2024]	Анализ комплекса мероприятий, стратегий и инструментов, которые были использованы для формирования позитивного имиджа и укрепления репутационного капитала этих территорий; исследование конкретных шагов, применяемых подходов и достигнутых результатов в ходе реализации успешных практик; выявление ключевых факторов, определяющих успех в управлении репутацией территорий; обобщение и систематизация извлеченных из кейсов знаний, принципов и моделей для их потенциального применения в других регионах	Субъективность отбора кейсов: то есть выбор «успешных» кейсов может быть субъективным и основываться на неполной или предвзятой оценке результатов; отсутствие четких критериев для определения «успеха» практик управления репутацией может ограничивать объективность исследования. Ограниченность экстраполяции: успешные практики, реализованные в одном регионе, могут быть плохо применимы или давать иные результаты в других территориях ввиду различий в контексте, ресурсах и т. п. Фокус на позитивных примерах: акцент на успешных практиках может смещать фокус исследования в сторону только «успешных» территорий, игнорируя неудачные или проблемные кейсы
Структурно-функциональный подход [Парсонс 1998; Рудакова 2015; Беляев 2022]	Внедрение инструментов информирования целевой аудитории о преимуществах региона, таких как благоприятные условия для жизни и бизнеса, возможности для реализации разнообразных проектов, и акцент на его уникальных как исторических, так и инновационных характеристиках. Основывается на рассмотрении репутационного капитала как сложной системы, состоящей из взаимосвязанных элементов (структур) и их функций. Акцентирует внимание на анализе компонентов репутации (экономика, социальная сфера, инфраструктура, культура) и их вклада в формирование общего восприятия территории. Предполагает изучение причинно-следственных связей между элементами системы и репутацией. Используется для определения ключевых факторов, влияющих на репутацию территории	Подход может быть ориентирован на анализ текущей ситуации, что может не учитывать динамические изменения. Подход может быть менее эффективным для анализа нематериальных факторов, таких как восприятие региона целевыми аудиториями, эмоциональные ассоциации, стереотипы
Феноменологический подход [Акиева, Теммев 2021]	Фокусируется на изучении опыта, восприятия и субъективных значений, которые различные группы людей вкладывают в репутацию территории. Предполагает анализ мнений, чувств, эмоций, которые связаны с определенной территорией. Использует методы сбора качественных данных, такие как интервью, фокус-группы, анализ нарративов	Результаты сильно зависят от личного восприятия и интерпретации респондентов. Ограниченность обобщений: сложно сделать обобщения на основе субъективных мнений, так как результаты не всегда являются репрезентативными
Программно-целевой метод [Становихина 2017; Васецкая 2019]	Управленческий подход, основанный на четком определении целей, задач и путей их достижения, с последующей разработкой и реализацией программ, направленных на решение конкретных проблем или достижение определенных результатов	Адаптация к изменениям. Специфика планирования. Достижение количественных показателей в ущерб качественным изменениям. Участие общественности и экспертного сообщества в разработке и реализации программ может быть ограниченным. Риск нецелевого использования средств

В качестве одного из важных принципов оценки репутационного капитала территорий следует выделить системность: репутационный капитал региона нужно рассматривать как сложную, многокомпонентную систему, включающую различные элементы (имидж, бренд, деловая репутация и др.). Оценка охватывает все ключевые составляющие этой системы. Репутация формируется под влиянием комплекса факторов, поэтому требуется системный, а не фрагментарный подход. Комплексное применение данных методов исследования позволит всесторонне изучить проблему управления регионом с использованием ресурсов репутационного капитала, разработать научно обоснованные рекомендации и практические инструменты для повышения эффективности управления территорией.

Репутационный капитал региона, таким образом, рассматривается как сложный, многокомпонентный нематериальный актив, формируемый под влиянием взаимосвязанных факторов (экономических, социальных, экологических, организационно-управленческих, имиджевых), представленных в Таблице 1. Учет этой многомерности и взаимозависимости является основополагающим принципом оценки. Комплексное использование методов предполагает сочетание:

- количественных методов: статистический анализ вторичных данных (официальная статистика), эконометрическое моделирование (построение регрессионных моделей для оценки влияния компонентов репутационного капитала на ключевые показатели развития региона: ВРП, инвестиции, миграцию, туристический поток). Это позволяет выявить причинно-следственные связи и количественно оценить вклад репутации, индексные методы (расчет интегрального индекса репутационного капитала).
- качественных методов: экспертные оценки (для верификации и дополнения статистических данных, оценки нематериальных аспектов), контент-анализ медиаполя и официальных документов (для оценки информационной активности и тональности).

Центральным элементом методики является расчет индекса репутационного капитала региона (ИРКР), агрегирующего нормированные показатели по всем ключевым группам факторов. Этапы расчета включают:

- отбор показателей: формирование системы показателей на основе доступности данных официальной статистики (Росстат, Минфин, ЦБ РФ, Минэкономразвития), определение их теоретической обоснованности и релевантности аспектам репутации (см. Таблицу 1);
- нормирование показателей: приведение разнородных показателей к сопоставимому виду с использованием методов min-max стандартизации или Z-оценок для устранения влияния масштаба и единиц измерения;
- определение весов: назначение весовых коэффициентов каждой группе факторов и отдельным показателям внутри групп. Веса могут устанавливаться экспертным путем (например, методом парных сравнений), на основе факторного анализа или считаться равнозначными на начальном этапе апробации;
- агрегирование: расчет субиндексов по каждой группе факторов (экономический, социальный и т. д.) как взвешенных сумм нормированных показателей. Расчет итогового ИРКР как взвешенной суммы субиндексов:

$$\text{ИРКР} = \sum (W_i * I_i) / n,$$

где W_i — вес i -го показателя; I_i — значение i -го показателя (нормированное от 0 до 1);
 n — общее число показателей (Таблица 4).

Таблица 4. Пояснение формулы⁴

Элемент	Описание	Ограничение
Wэкон	Вес экономического блока	$\sum W_{\text{групп}} = 1$
$W_{i,\text{экон}}$	Вес i-го показателя в экономическом блоке	$\sum W_i = 1$ внутри группы
$X_{i,\text{норм}}$	Нормированное значение i-го экономического показателя	$X_{\text{норм}} \in [0;1]$
n	Количество показателей в экономическом блоке	$n \geq 1$
$\sum_{i=1}^n$	Суммирование по всем показателям блока	
Аналогично	Для других блоков (социального, экологического и т. д.)	

Рассмотрим подробнее каждый из типичных показателей, используемых при расчете ИРКР, и их значение для формирования репутационного капитала региона.

Экономическая эффективность региона является фундаментальным показателем, отражающим способность территории генерировать экономическую ценность. Этот показатель может включать в себя: валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения, темпы экономического роста, уровень производительности труда, структуру экономики и уровень ее диверсификации. Высокая экономическая эффективность свидетельствует о благоприятной бизнес-среде и потенциале для дальнейшего развития, что положительно влияет на репутацию региона.

Инвестиционная привлекательность отражает способность региона привлекать и эффективно использовать инвестиционные ресурсы. Этот показатель может включать: объем прямых иностранных инвестиций, качество инвестиционного законодательства, наличие инфраструктуры для инвесторов, стабильность экономической политики. Высокая инвестиционная привлекательность свидетельствует о доверии инвесторов к региону и перспективах его развития.

Качество жизни населения является ключевым показателем социального благополучия и привлекательности региона для проживания. Он может включать: уровень доходов населения, качество здравоохранения и образования, обеспеченность жильем, уровень безопасности, доступность культурных и рекреационных объектов. Высокое качество жизни не только привлекает новых жителей, но и удерживает местное население, формируя позитивный имидж региона.

Инновационная активность отражает способность региона генерировать и внедрять новые идеи и технологии. Показатели могут включать: количество патентов на душу населения, долю инновационных предприятий, объем инвестиций в НИОКР, наличие и эффективность инновационной инфраструктуры. Высокая инновационная активность ассоциируется с прогрессивностью и перспективностью региона.

Экологическая устойчивость становится все более важным фактором репутации в контексте глобальных экологических вызовов. Показатели могут включать: уровень загрязнения воздуха и воды, эффективность утилизации отходов, наличие и реализацию экологических программ, долю возобновляемых источников энергии. Высокая экологическая устойчивость привлекает экологически сознательных граждан и инвесторов.

Культурный потенциал отражает уникальность и богатство культурного наследия региона. Показатели могут включать: количество и состояние объектов культурного наследия, развитость культурной инфраструктуры, количество и качество культурных мероприятий, уровень

⁴ Составлено автором.

развития креативных индустрий. Богатый культурный потенциал повышает туристическую привлекательность и формирует уникальный образ региона.

Эффективность управления отражает качество работы региональных властей. Показатели могут включать: прозрачность принятия решений, уровень коррупции, качество предоставления государственных услуг, эффективность реализации региональных программ развития. Высокая эффективность управления формирует доверие к региональной власти и создает благоприятные условия для развития.

Преимущество индексного метода заключается в его комплексности и возможности учета различных аспектов репутационного капитала. Это позволяет получить многомерную оценку репутации региона, учитывающую как объективные экономические показатели, так и субъективные факторы, влияющие на восприятие региона различными группами стейкхолдеров.

Однако проблема субъективности при определении весов показателей действительно существует и может значительно влиять на итоговый результат. Для минимизации этой проблемы можно использовать следующие подходы:

- 1) использование экспертных панелей для определения весов, что позволяет учесть мнения специалистов из различных областей;
- 2) применение методов многокритериального анализа, таких как метод анализа иерархий (АНП) или TOPSIS, для более объективного определения весов;
- 3) проведение анализа чувствительности для оценки влияния изменения весов на итоговый результат;
- 4) использование методов машинного обучения для определения оптимальных весов на основе исторических данных и выявленных зависимостей;
- 5) разработка нескольких вариантов индекса с различными системами весов для разных целевых аудиторий (например, для инвесторов, туристов, потенциальных жителей).

Таким образом, индексный метод расчета ИРКР, несмотря на определенные ограничения, представляет собой мощный инструмент для комплексной оценки репутационного капитала региона. Его эффективное применение требует тщательного подхода к выбору показателей и определению их весов, а также сочетания с другими методами анализа для получения наиболее полной и объективной картины репутационного капитала региона.

Заключение

Проведенное исследование продемонстрировало релевантность использования комплексной оценки репутационного капитала региона. Целесообразно рассмотреть метод оценки репутационного капитала, основанный на определении системы показателей, отражающих различные аспекты репутации региона (экономические, социальные, экологические, политические и др.), а также на сборе фактических данных по выбранным показателям на основе статистической информации, экспертных оценок, социологических исследований; стоит, кроме того, провести нормирование и стандартизацию показателей для обеспечения их сопоставимости; расчет интегрального индекса репутационного капитала региона на основе агрегирования нормированных показателей; ранжирование регионов по величине интегрального индекса репутационного капитала; анализ динамики изменения репутационного капитала регионов во времени; выявление ключевых факторов, оказывающих наибольшее влияние на репутационный капитал; разработку рекомендаций по управлению репутационным капиталом региона на основе полученных результатов. Данный подход к оценке репутационного капитала регионов обеспечивает ее системность, комплексность, объективность и сопоставимость, что создает надежную основу для принятия управленческих решений в сфере регионального развития.

Список литературы:

- Акиева С.И., Теммиев И.Ю. Территориальная (региональная) идентичность: подходы к исследованию проблемы //Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2021. № 4. С. 8–15.
- Алексеева Е.П. Управление процессом формирования репутационного капитала в современных российских компаниях //Российское предпринимательство. 2012. Т. 13. № 1. С. 110–113.
- Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2007.
- Бабурин В.Л., Земцов С.П., Кидяева В.М. Методика оценки потенциала экономико-географического положения городов России //Вестник Московского университета. Серия 5. География. 2016. № 1. С. 39–45.
- Васецкая Н.О. Программно-целевое управление как инструмент финансовой реализации федеральных целевых программ //Экономика науки. 2019. Т. 5. № 3. С. 160–169. DOI: [10.22394/2410-132X-2019-5-3-160-169](https://doi.org/10.22394/2410-132X-2019-5-3-160-169)
- Сафиуллин М.Р., Груничев А.С., Ельшин Л.А., Мавляутдинова Г.С. Влияние репутационного капитала на экономическую динамику региона в сравнении с традиционными факторами //Казанский экономический вестник. 2020. № 4(48). С. 69–78.
- Гавра Д.П., Савицкая А.С., Шишкин Д.П. Внешний имидж государства в медиапространстве //Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2011. № 3. С. 197–201.
- Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003.
- Камалетдинов А.Ш., Ксенофонов А.А. Индексный метод оценки эффективности функционирования видов экономической деятельности. //Финансы: теория и практика. 2019. Т. 23. № 3. С. 82–95. DOI: [10.26794/2587-5671-2019-23-3-82-95](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2019-23-3-82-95)
- Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. М.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
- Леонтьева Л.С., Смирнова В.В. Количественная оценка потенциала нематериальных ресурсов регионов (на примере Южного федерального округа) //Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 79. С. 229–245. DOI: [10.24411/2070-1381-2019-10057](https://doi.org/10.24411/2070-1381-2019-10057)
- Логунцова И.В., Зайцева А.С. Брендинг российских городов: обзор практики региональных «столиц» РФ //Государственное управление. Электронный вестник. 2024. № 103. С. 164–176. DOI: [10.55959/MSU2070-1381-103-2024-164-176](https://doi.org/10.55959/MSU2070-1381-103-2024-164-176)
- Мартишина А.С., Шевченко М.В., Шафигуллин Д.Е. Методологические подходы по определению региональной составляющей в достижение целевых показателей государственных программ Российской Федерации //Научно-аналитический журнал «Наука и практика Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова». 2022. Т. 14. № 1(45). С. 26–35.
- Матвеев В.В., Резвякова И.В. Инвестиционная привлекательность регионов в современных реалиях //Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2020. Т. 10. № 4. С. 114–124.
- Михалкина Е.В., Косолапова Н.А. Оценка использования потенциала нематериальных ресурсов региона //Terra Economicus. 2018. Т. 16. № 1. С. 118–133. DOI: [10.23683/2073-6606-2018-16-1-118-133](https://doi.org/10.23683/2073-6606-2018-16-1-118-133)
- Морозова И.А., Кулагин Д.Н. Анализ показателей репутационного капитала ведущих международных компаний //Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13. № 2. С. 567–576. DOI: [10.18334/epp.13.2.117108](https://doi.org/10.18334/epp.13.2.117108)
- Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998.

- Плешакова Н.А. Деловая репутация региона как фактор инвестиционной привлекательности // Научное обозрение. 2013. № 3. С. 304–307.
- Романченко М.К. Эволюция подходов к категории репутационного капитала как к фактору развития регионов // Проблемы современной экономики. 2024. № 3(91). С. 121–125.
- Рудакова А.Э. Технологии формирования репутационного капитала субъектов Российской Федерации // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1–1. URL: <https://science-education.ru/article/view?id=17488>
- Сафина А.А., Габдуллин Н.М., Галямов И.И. Оценка уровня репутационного капитала компании и эффективность его использования // Инновации и инвестиции. 2023. № 8. С. 155–159.
- Становихина А.М. Программно-целевой метод планирования бюджета в Российской Федерации: плюсы и минусы // Молодой ученый. 2017. № 37(171). С. 66–67.
- Стрельникова А.В. Вторичные данные как информационный ресурс: специфика и порядок работы // Вестник РГГУ Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2010. № 3. С. 30–42.
- Якимова В.А. Формирование и оценка инвестиционно-репутационного капитала предприятия // Финансы: теория и практика. 2021. Т. 25. № 4. С. 64–81. DOI: [10.26794/2587-5671-2021-25-4-64-81](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-4-64-81)
- Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- Gertner D., Kotler P. How Can a Place Correct a Negative Image? // *Place Branding*. 2004. Vol. 1. P. 50–57. DOI: [10.1057/palgrave.pb.5990004](https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990004)
- Boukherouaa E.B., Shabsigh G., AlAjmi K., Deodoro J., Farias A., Iskender E., Mirestean A.T. Ravikumar R. Powering the Digital Economy: Opportunities and Risks of Artificial Intelligence in Finance // *International Monetary Fund (IMF). Departmental Paper No. 2021/024*. 2021. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Departmental-Papers-Policy-Papers/Issues/2021/10/21/Powering-the-Digital-Economy-Opportunities-and-Risks-of-Artificial-Intelligence-in-Finance-494717>
- Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. Methodical Approaches to Assessment of the Impact of the Reputation Capital on Investment Processes in the Region (On the Example of Regions of the Volga Federal District) // *Humanities and Social Sciences Reviews*. 2019. Vol. 7. Is. 5. P. 840–846.

References:

- Akkieva S.I., Temmoev I.YU. (2021) Territorial (Regional) Identity: Approaches to Issues Research. *Aktual'nyye problemy sovremennosti: nauka i obshchestvo*. No. 4. P. 8–15.
- Alekseeva E.P. (2012) Managing the Process of Forming Reputation Capital in Contemporary Russian Companies. *Rossiyskoye predprinimatel'stvo*. Vol. 13. No. 1. P. 110–113.
- Anholt S. (2007) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Armstrong M. (2007) *A Handbook of Human Resource Management Practice*. Saint Petersburg: Piter.
- Baburin V.L., Zemtsov S.P., Kidyaeva V.M. (2016) Methodology of Evaluating the Potential of the Economic-Geographical Position of Russia's Towns. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 5. Geografiya*. No. 1. P. 39–45.
- Boukherouaa E.B., Shabsigh G., AlAjmi K., Deodoro J., Farias A., Iskender E., Mirestean A.T. Ravikumar R. (2021) Powering the Digital Economy: Opportunities and Risks of Artificial Intelligence in Finance. *International Monetary Fund (IMF). Departmental Paper No. 2021/024*. Available at: <https://www.imf.org/en/Publications/Departmental-Papers-Policy-Papers/Issues/2021/10/21/Powering-the-Digital-Economy-Opportunities-and-Risks-of-Artificial-Intelligence-in-Finance-494717>
- Dauling G. (2003) *Creating Corporate Reputations*. Moscow: Konsaltingovaya gruppa "IMIDZH-KontakT": INFRA-M.

- Gavra D.P., Savitskaya A.S., Shishkin D. P. (2011) Vneshniy imidzh gosudarstva v mediaprostranstve [External image of the state in the media space]. *Vestnik SPBGU. Ser. 9.* No. 3. P. 197–201.
- Gertner D., Kotler P. (2004) How Can a Place Correct a Negative Image? *Place Branding.* Vol. 1. P. 50–57. DOI: [10.1057/palgrave.pb.5990004](https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990004)
- Kamaletdinov A.Sh., Ksenofontov A.A. (2019) Index Method of Evaluating the Performance of Economic Activities. *Finansy: teoriya i praktika.* Vol. 23. No. (3). P. 82–95. DOI: [10.26794/2587-5671-2019-23-3-82-95](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2019-23-3-82-95)
- Kotler F., Asplund K., Reyn I. (2005) *Marketing Places.* Moscow: Stokgol'mskaya shkola ekonomiki v Sankt-Peterburge.
- Leontieva L.S., Smirnova V.V. (2020) Quantitative Evaluation of Regional Intangible Resources Potential (Example of the Southern Federal District). *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik.* No. 79. P. 229–245. DOI: [10.24411/2070-1381-2019-10057](https://doi.org/10.24411/2070-1381-2019-10057)
- Loguntsova I.V., Zaytseva A.S. (2024) Branding of Russian Cities: Practice Review of Russian Federation Regional “Capitals”. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik.* No. 103. P. 164–176. DOI: [10.55959/MSU2070-1381-103-2024-164-176](https://doi.org/10.55959/MSU2070-1381-103-2024-164-176)
- Martishina A.S., Shevchenko M.V., Shafigullin D.E. (2022) Methodological Approaches to Determining the Regional Component in Achieving the Targets of State Programs of the Russian Federation. *Nauchno-analiticheskiy zhurnal “Nauka i praktika Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta im. G.V. Plekhanova”.* Vol. 14. No. 1(45). P. 26–35.
- Matveev V.V., Rezvyakova I.V. (2020) Investment Attractiveness of Regions in Modern Realities. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment.* Vol. 10. No. 4. P. 114–124.
- Mikhalkina E.V., Kosolapova N.A. (2018) Intangible Resources of the Regions: Evaluation of the Use of Capacities. *Terra Economicus.* Vol. 16. No. 1. P. 118–133. DOI: [10.23683/2073-6606-2018-16-1-118-133](https://doi.org/10.23683/2073-6606-2018-16-1-118-133)
- Morozova I.A., Kulagin D.N. (2023) Reputational Capital Indicators of Leading International Companies. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo,* Vol. 13. No. 2. P. 567–576. DOI: [10.18334/epp.13.2.117108](https://doi.org/10.18334/epp.13.2.117108)
- Parsons T. (1998) *The System of Modern Societies.* Moscow: Aspekt Press.
- Pleshakova N.A. (2013) Delovaya reputatsiya regiona kak faktor investitsionnoy privlekatel'nosti [Business reputation of a region as an investment attractiveness factor]. *Nauchnoye obozreniye.* No. 3. P. 304–307.
- Romanchenko M.K. (2024) Evolution of Approaches to the Category of Reputation Capital as a Factor of Regional Development. *Problemy sovremennoy ekonomiki.* No. 3(91). P. 121–125.
- Rudakova A.E. (2015) Tekhnologii formirovaniya reputatsionnogo kapitala sub'yektov Rossiyskoy Federatsii [Technology of formation of reputational capital subjects of the Russian Federation]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya.* No. 1–1. Available at: <https://science-education.ru/article/view?id=17488>
- Safina A.A., Gabdullin N.M., Galyamov I.I. (2023) Assessment of the Level of the Company's Reputation Capital and the Effectiveness of Its Use. *Innovatsii i investitsii.* No. 8. P. 155–159.
- Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. (2019) Methodical Approaches to Assessment of the Impact of the Reputation Capital on Investment Processes in the Region (On the Example of Regions of the Volga Federal District). *Humanities and Social Sciences Reviews.* Vol. 7. Is. 5. P. 840–846.
- Safiullin M.R., Grunichev A.S., Yel'shin L.A., Mavlyautdinova G.S. (2020) Influence of Reputation Capital on the Stability of the Region's Economic Dynamics in Comparison with Traditional Factors. *Kazanskiy ekonomicheskii vestnik.* No. 4(48). P. 69–78.
- Stanovikhina A.M. (2017) Programmno-tselevoy metod planirovaniya byudzheta v Rossiyskoy Federatsii: plyusy i minusy [Program-target method of budget planning in the Russian Federation: Pros and cons]. *Molodoy uchenyy.* No. 37(171). P. 66–67.

Strel'nikova A.V. (2010) Vtorichn-yye dann-yye kak informatsionnyy resurs: spetsifika i poryadok raboty [Secondary data as an information resource: Specifics and work procedure]. *Vestnik RGGU Seriya "Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedeniye"*. No. 3. P. 30–42.

Vasetskaya N.O. (2019) Program-Target Management as a Tool of Financial Implementation of Special Federal Programs. *Ekonomika nauki*. Vol. 5. No. 3. P. 160–169. DOI: [10.22394/2410-132X-2019-5-3-160-169](https://doi.org/10.22394/2410-132X-2019-5-3-160-169)

Yakimova V.A. (2021) Formation and Assessment of the Investment and Reputation Capital of the Enterprise. *Finansy: teoriya i praktika*. Vol. 25. No. 4. P. 64–81. DOI: [10.26794/2587-5671-2021-25-4-64-81](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-4-64-81)