

**ФОРМАЛИЗОВАННАЯ ОЦЕНКА РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА:
МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ИХ АПРОБАЦИЯ
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)*****Александр Станиславович ГРУНИЧЕВ^а, Леонид Алексеевич ЕЛЬШИН^б**^а кандидат экономических наук, заведующий кафедрой антимонопольного регулирования и развития конкуренции, Учебно-методический центр Федеральной антимонопольной службы, Казань, Российская Федерация

С.р@tatar.ru

ORCID: отсутствует

SPIN-код: 7648-4229

^б доктор экономических наук, заведующий отделом макроисследований и экономики роста, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан, Казань, Российская Федерация

Leonid.Elshin@tatar.ru

ORCID: отсутствует

SPIN-код: 1059-7059

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 28.05.2019

Получена в доработанном виде 10.07.2019

Одобрена 05.08.2019

Доступна онлайн

16.09.2019

УДК 332.055

JEL: O11, O43, O47, R11

Ключевые слова:

репутационный капитал, репутационная экономика, методические подходы, регион, экономическое развитие, государственное регулирование

Аннотация**Предмет.** Методические подходы к формализованной оценке репутационного капитала территорий.**Цели.** Развитие теоретико-методологических основ конструирования и оценки репутационного капитала региональных экономических систем на основе определения системы факторов институционального и конъюнктурного порядка, определяющих тональность и содержательные характеристики параметров экономического роста территорий.**Методология.** Предложена версия концептуального подхода к количественной оценке репутационного капитала территории, позволяющая осуществить переход от качественных оценок развития исследуемого процесса к формализованным, основанным на применении методов экономико-статистического моделирования.**Результаты.** Осуществлена оценка динамики репутационного капитала Республики Татарстан за период 2013–2017 гг. Полученные данные демонстрируют возрастающий, волнообразный тренд в отношении репутации региона, обусловленный разнонаправленностью динамики значений ключевых субиндексов.**Выводы.** Разработанный и апробированный методический инструментарий количественной оценки репутационного капитала региона формирует устойчивые основы для проведения научно-исследовательских работ, направленных на многофакторный анализ ключевых факторов, определяющих репутацию территории.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2019

Для цитирования: Груничев А.С., Ельшин Л.А. Формализованная оценка репутационного капитала региона: методические подходы и их апробация (на примере Республики Татарстан) // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 9. – С. 1709 – 1722.<https://doi.org/10.24891/re.17.9.1709>**Введение**

В последние годы российская экономика столкнулась с замедлением темпов роста, что, по мнению большинства экспертов, связано с

обострением структурных проблем, вызванных недостаточным уровнем эффективности институтов развития. Традиционные механизмы регулирования экономической динамики демонстрируют свою уязвимость и недостаточность, что находит выражение в неустойчивом развитии

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 19-010-00211.

национальной экономической системы. Аналогичную точку зрения можно встретить в трудах [1–5]¹. Причем данная уязвимость обусловлена не столько дисбалансами в реализации макроэкономической политики, сколько слабым уровнем использования так называемых нетрадиционных факторов и инструментов, обеспечивающих экономический рост.

Таким образом, важнейшей задачей в теории и практике управления народнохозяйственными системами макро- и мезоуровня на современном этапе становится определение природы нетрадиционных механизмов развития, соответствующих глобальным институциональным трансформациям, определяющих новые драйверы экономического роста. Новизна указанных драйверов обусловлена рядом причин, к которым необходимо отнести, в первую очередь, глобализацию и цифровизацию экономики, формирующие новые механизмы развития и регулирования конкурентной среды национальных экономических систем. Важно понимать, что сегодня классические факторы производственных функций должны иметь более широкий диапазон, включать в себя факторы экономического роста, адекватно соответствующие происходящим в социоэкономической среде изменениям.

Современные реалии в некоторой степени не соответствуют традиционным теориям и моделям экономического роста, к которым необходимо отнести, к примеру, модель Р. Солоу², опирающуюся на такие факторы экономического развития, как капитал, труд, технологический прогресс; модель Е. Домара [6], предполагающую, что совокупный спрос обеспечивается приростом инвестиций в предыдущем периоде; модель Р.Ф. Харрода [7], основанную на гипотезе о том, что прирост предложения благ формируется в

результате прироста предложения благ в предыдущем периоде и др.

Выдвинутые положения диктуют необходимость определения и изучения факторов, которые условно относятся к категории нетрадиционных факторов экономического роста. К ним необходимо отнести, в первую очередь, те, которые способствуют социально-экономическому развитию в условиях трансформации институционально-конъюнктурной среды под воздействием указанных процессов, во многом корректирующих классические инструменты конкурентной борьбы. С определенной долей уверенности можно утверждать, что ключевые факторы конкурентоспособного развития территорий сегодня существенным образом формируются как в результате количественных параметров развития производительных сил, так и в результате качественных характеристик социоэкономической среды, формирующих основные параметры репутационного капитала территорий.

Сложно представить в век глобальной цифровизации, что конкурентные преимущества формируются лишь в результате количественных параметров производительных сил. Особенно четко это наблюдается в системе межстрановой, межрегиональной конкуренции. Важнейшей составляющей в конкурентной борьбе становится репутация территории, которая во многом, как показывает практика, определяет конкурентный профиль и соответствующую ему динамику экономического развития. Важно не только понимать, какие факторы определяют репутационный капитал, но и выяснить, в какой степени они формируют конкурентную межтерриториальную среду.

Следует отметить, что в современных условиях роль репутационных факторов в социально-экономическом развитии региона продолжает возрастать и, в некотором смысле, опережает значимость имиджевой компоненты. Репутация региона является его своеобразным и ценным активом, который представляет собой объективно сформировавшуюся совокупность мнений о

¹ Ростанец В.Г., Топилин А.В. Создание институтов координации межрегиональных экономических связей субъектов Российской Федерации: необходимость и возможность. М.: Научный консультант, 2016. 39 с.

² Нобелевские лауреаты XX века. Экономика. Энциклопедический словарь. М.: РОССПЭН, 2001. С. 191–197.

регионе представителей заинтересованных сторон, связанных с ним (жителей, инвесторов, предпринимателей, туристов, представителей власти, аналитиков, СМИ). В настоящее время можно считать общепризнанным, что хорошая репутация территории, создаваемая в течение многих лет, является тем ресурсом, который может обеспечить ей устойчивое конкурентное преимущество, выраженное в прочных партнерских связях. В данном случае термин «партнерство» авторы трактуют широко – от проживания гражданина на данной территории и бизнес-контактов региональных предпринимателей до участия региона в государственных проектах, в реализации межстрановых инициатив и партнерства [8].

Репутация территории формирует представление о наличии ее потенциала в части предоставляемых возможностей для интенсивного развития экономических агентов. Учитывая тот факт, что репутационный капитал региона обладает динамической характеристикой, его изменение формирует различный уровень представлений хозяйствующих субъектов относительно потенциала их развития в будущем, поэтому важнейшим методологическим аспектом здесь выступает вопрос, раскрывающий особенности:

- влияния репутации региона на параметры его социально-экономического развития (учитывается динамичное изменение деловой и экономической активности вследствие трансформации репутационной активности);
- горизонтов воздействия на принятие экономическими агентами управленческих решений относительно изменения моделей их хозяйствования под воздействием корректирующейся репутации региона.

Указанные вопросы требуют своего системного решения, основанного не только на методах качественного анализа, но и на инструментах экономико-математического моделирования. Следует заметить, что на текущий момент работы, посвященные поставленной проблематике, концентрируют

свое внимание в абсолютном большинстве случаев на использовании методов дескриптивно-качественного анализа, предполагающего применение инструментов описательного характера. Между тем, как и любая научная проблема, ее решение требует использования более широкого инструментального набора, основанного, в первую очередь, на методах моделирования изучаемых процессов и явлений.

Однако, как показывает обзор научной литературы по исследуемой проблематике, в современном пространстве теорий регионального экономического роста практически отсутствуют модели и методы, способствующие количественной оценке влияния репутационного капитала региона на параметры его социально-экономического развития. В указанных работах феномены имиджа и репутации регионов анализировались содержательно, в качественном ключе. Между тем, не менее важным, прежде всего для целей практической деятельности, представляется получение количественных оценок. Разработанный в настоящем исследовании методический аппарат во многом способен нивелировать данного рода проблему. Использование предложенных методов позволяет не только оценить уровень репутационной активности региона, но и перейти к более значимой проблеме – поиску взаимосвязей между динамически изменяющимся уровнем репутации территории и социально-экономическими параметрами ее развития. Более того, основываясь на системе экономико-математического моделирования рассматриваемых показателей, можно определить горизонты такого воздействия, что формирует целый научный пласт в теории регионального развития.

Материалы и методы исследования

Методологическая концепция определения индекса репутационного капитала построена на основе конструирования серии субиндексов, характеризующих репутационную активность территории в глобальном информационном пространстве.

В основе данного подхода лежат методы построения и количественного моделирования институционально-конъюнктурной среды, оцениваемой экономическими агентами и отражающейся в системе информационных оценок, динамически генерирующихся в глобальном информационном пространстве. Их фиксация позволяет определить фундаментальный уровень ожиданий экономических агентов относительно перспектив и качества социально-экономического развития объекта исследования.

Оценка репутации региона осуществляется на основании пяти ключевых субиндексов (рис. 1).

Основа алгоритма расчета значений субиндексов, оценивающих тот или иной срез репутации региона, состоит в реализации серии итераций.

Итерация 1 – идентификация формулировок поисковых запросов, раскрывающих образ и потенциал региона.

Итерация 2 – определение популярности запроса во внешней среде. Данный этап исследования предполагает оценку тональности результатов поиска информации с учетом уровня источника информации (федеральные/региональные СМИ), а также вероятности перехода по соответствующей ссылке. Реализация этой процедуры осуществляется в разрезе анализируемых поисковых систем (Google, Yandex, Mail.ru и др.). В структурированной форме процесс реализации рассматриваемой итерации можно представить в виде табл. 1.

При итерации 3 в разрезе каждой поисковой системы, участвующей в процедуре анализа репутационного капитала региона, осуществляется оценка коэффициента «Популярность запроса во внешней среде ($K_{п.з.}$)» по формуле 1.

$$K_{п.з.} = \sum P_j \cdot I_j, \quad (1)$$

где $K_{п.з.}$ – коэффициент популярности запроса; j – номер запроса; P_j – вероятность клика j -ой строки результата запроса; I_j – уровень

информационного источника (федеральный/региональный).

Диапазон возможных значений коэффициента, с учетом заложенного алгоритма, составляет от $-1,994$ до $+1,994$.

Итерация 4 – оценка репутационного капитала региона по поисковому запросу (определение репутации запроса в рунете внутри поисковых систем Google, Yandex, Mail.ru и др.).

Расчет значений данного показателя осуществляется по формуле 2.

$$K_{р.а.} = \sum T_k \cdot K_n \cdot V_i, \quad (2)$$

где $K_{р.а.}$ – коэффициент репутационной активности региона по поисковому запросу; T_k – тональность поисковой системы; K_n – популярность запроса; V_i – доля поисковой системы в рунете.

Под тональностью поисковой системы понимается система оценок анализируемого предмета репутационной активности региона, определяемая на основании анализа положительных и отрицательных оценок по поисковому запросу. Значение коэффициента T_k определяется по формуле 3.

$$T_k = (T_{+i} - T_{-i}) / 10, \quad (3)$$

где T_{+i} – количество положительных оценок, данных на поисковый запрос в анализируемой поисковой системе; T_{-i} – количество отрицательных оценок, данных на поисковый запрос в анализируемой поисковой системе; i – количество поисковых систем, участвующих в исследовании.

Значение 10 в знаменателе обусловлено количеством анализируемых и включаемых в аналитическую базу ответов поисковой системы на запрос. Как ранее упоминалось, включение в анализ количества ответов на запрос, превышающего 10, не целесообразно ввиду низкой вероятности их клика пользователями (менее 3–5%).

Важнейшей компонентой, участвующей в формуле 3, является индекс, характеризующий долю поисковой системы в рунете. Данный индекс выступает в роли своеобразного

веса коэффициента и демонстрирует роль той или иной поисковой системы в определении значений репутационного капитала региона в рамках отдельно взятого поискового запроса.

Итерация 5 – расчет (количественная оценка) субиндекса, характеризующего тот или иной срез репутационного капитала региона.

Значение показателя оценивается суммой произведений взвешенных коэффициентов репутационной активности региона. В формульном виде определение субиндексов выглядит следующим образом:

$$I_{ri} = \sum K_{p.a.} \cdot w_i, \quad (4)$$

где I_{ri} – агрегированный субиндекс репутационной активности региона; $K_{p.a.}$ – коэффициент репутационной активности региона по поисковому запросу; w_i – доля обращений к запросу в рунете в рамках анализируемого числа поисковых запросов (определяется на основании статистики запросов); i – количество субиндексов, участвующих в исследовании.

Итерация 6 – расчет интегрального индекса репутационной активности региона по формуле (5).

$$R = \sum I_{ri} \cdot w_i, \quad (5)$$

где I_{ri} – агрегированный субиндекс i репутационной активности региона; w_i – значение весового коэффициента, определяемого как отношение числа обращений по поисковому запросу к сумме обращений пользователей по анализируемым в исследовании запросам.

Важнейшим методологическим аспектом, формирующимся в рамках разработанной концепции исследования репутационного капитала территории, является факторный анализ значений весовых коэффициентов при субиндексах, формирующих базу для исчисления интегрального индекса репутационного капитала территории. Их учет и оценка определяют широкий набор инструментов функционального анализа, позволяющего раскрыть, какие компоненты и

в какой степени формируют динамику и качество репутационного капитала территории.

Результаты

Опираясь на разработанный методический инструментарий количественной оценки репутационного капитала региона, авторы осуществили оценку его динамики за период 2013–2017 гг. (на примере Республики Татарстан). Важным отличительным аспектом исследования является то, что в поисковых системах, используемых при определении тональности анализируемых запросов, формируется искусственным образом ограничение на вывод информации. Если, к примеру, исследуется репутация региона за 2015 г., то поисковые системы (в нашем исследовании принимали участие Yandex, Google и Mail.ru) выдают результаты именно за данный год.

Всего, по результатам проведенного исследования, было изучено около 600 источников информации, раскрывающих особенности развития репутационного капитала в Республике Татарстан (табл. 2).

В результате реализованных оценок и расчетов были получены интегральные значения индекса репутационного капитала (табл. 3, рис. 2).

Представленные данные демонстрируют возрастающий тренд в отношении репутационного капитала Республики Татарстан. Между тем важным элементом полученных расчетов является то, что индекс репутации региона носит волнообразный характер. Это может свидетельствовать о наличии системы факторов, корректирующихся во времени и генерирующих циклическую динамику событий и решений, формирующих образ региона в сознании экономических агентов.

Важно отметить, что полученный результат, выраженный в обнаруженной цикличности индекса репутации региона, всецело согласуется с исследованием И.С. Важениной [8]. В соответствии с ним основные закономерности развития имиджа и репутации

территории включают цикличность процесса изменения имиджа и репутации территории. Обнаруженная цикличность доказана на основе методов статистическо-математического моделирования, применяемого в нашем исследовании, что основательно верифицирует гипотезы, выдвигаемые И.С. Важениной. Полученный результат всецело согласуется и с оценками, полученными другими учеными, исследующими вопросы циклизма в экономике [9]³.

Разработанный и апробированный методологический инструментарий количественной оценки репутационного капитала региона формирует устойчивые основы для проведения научно-исследовательских работ, направленных на многофакторный анализ ключевых факторов, определяющих репутацию территории. Это, в свою очередь, формирует устойчивые предпосылки для определения и системного анализа перспектив развития конкурентной межрегиональной среды.

В соответствии с предложенным алгоритмом, репутационный капитал территории формируется в результате большого числа предикаторов, формирующих информационный фон в глобальном медиапространстве. К таковым факторам в работе отнесены:

- качество и устойчивость экономического развития региона (субиндекс экономического развития $I_э$);
- стабильность и устойчивость социального развития региона (субиндекс социального развития $I_с$);
- административно-политический рейтинг региона (субиндекс административно-политического развития $I_{ап}$);

– эффективность инновационно-технологического развития региона (субиндекс технологического развития $I_т$);

– институциональная устойчивость и развитие (субиндекс институционального развития $I_{и}$).

Осознавая динамику изменения каждой из составляющих, формирующих интегральное значение индекса репутационного капитала территории, можно планировать и прогнозировать возможные негативные эффекты или, наоборот, положительные потоки, генерирующиеся в результате волатильности репутации территории.

Выводы

Авторы исследования, полагаясь на компетентное мнение ведущих российских и зарубежных ученых-экономистов, изучавших вопросы репутации хозяйствующих субъектов, утверждают, что репутационный капитал территории формирует существенный потенциал ее социально-экономического развития [8, 10–21]. При этом репутация, относящаяся к категории нематериальных факторов производства, играет ключевую роль в системе генерации макроэкономической стабильности. Несмотря на очевидность гипотезы о влиянии репутации на социоэкономическое развитие, выдвигаемая гипотеза должна быть подкреплена в том числе и методами научного познания. Данная задача носит нетривиальный характер и является относительно новой в экономической науке.

В целом необходимо констатировать, что предложенный инструментарий оценки репутационного капитала территорий существенным образом приближает исследователей к решению данной задачи на основе формирующихся возможностей моделирования и сопоставления статистических рядов, оценивающих, с одной стороны, макроэкономические индикаторы развития, а с другой – интегральные значения репутационного капитала.

³ Брюханова В.Б., Антохонова И.В. Методические подходы к оценке непрерывности регионального цикла. В кн.: Сборник докладов Международной научно-практической конференции «I Открытый российский статистический конгресс». Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2016. С. 36–42.

Таблица 1**Пример реализации определения популярности запроса во внешней среде****Table 1****Determination of the popularity of inquiry in the external environment: An example**

Номер строки	Вероятность перехода	Тональность	Уровень источника информации	Фактическое место в результатах запроса
1	26,9%	+	1	1
2	17,1%	–	1	2
3	14,9%	–	1	3
4	8,9%	+	1	5
5	7,1%	+	2	7
6	4,7%	+	1	8
7	5,6%	–	1	9
8	5,1%	+	2	10
9	4,7%	+	1	12
10	4,7%	+	1	15

Примечание. В столбце «Уровень источника информации» приняты следующие обозначения: 1 – федеральный источник информации; 2 – региональный источник информации.

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2**Количество источников информации, раскрывающих особенности развития репутационного капитала в некоторых регионах Приволжского федерального округа****Table 2****Number of sources of information disclosing the specifics of reputation capital development in some regions of the Volga Federal District**

№ п/п	Регион	Количество публикаций
11	Республика Татарстан	180
180	Нижегородская область	113

Источник: авторская разработка

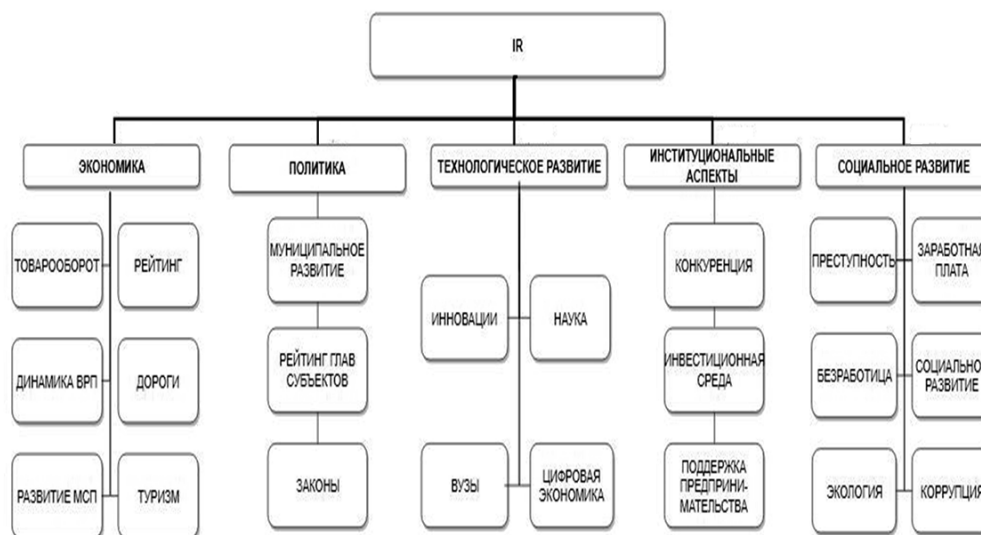
Source: Authoring

Таблица 3**Динамика репутационной активности Республики Татарстан ($I_{p.a.}$) в различных сферах (2013–2017 гг.)****Table 3****Behavior of reputation activity of the Republic of Tatarstan ($I_{p.a.}$) in different spheres (2013–2017)**

Сфера	2013	2014	2015	2016	2017
Экономика	0,298	0,257	0,242	0,297	0,302
Социальное развитие	0,271	0,201	0,172	0,303	0,305
Политическое (управленческое) развитие	0,008	0,014	0,01	0,009	0,005
Технологическое развитие	0,108	0,115	0,122	0,086	0,116
Институциональная организация	0,166	0,259	0,41	0,270	0,256
Интегральное значение индекса репутационной активности региона	0,851	0,845	0,957	0,965	0,984

Источник: авторская разработка

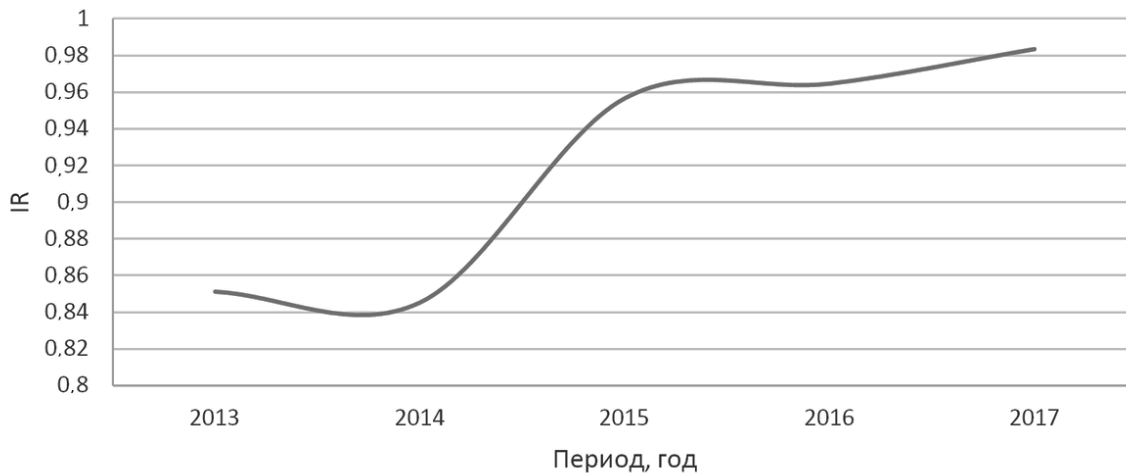
Source: Authoring

Рисунок 1**Система поисковых запросов, формирующих представление (образ) о репутации территории (региона)****Figure 1****A system of search queries shaping the idea (image) of reputation activity of the territory (region)**

Примечание. IR – представление о репутации территории.

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2**Динамика репутационной активности Республики Татарстан****Figure 2****Behavior of reputation activity of the Republic of Tatarstan**

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Цветков В.А., Дудин М.Н., Лясников Н.В. Аналитические подходы к оценке экономической безопасности региона // Экономика региона. 2019. Т. 15. Вып. 1. С. 1–12.
URL: <https://doi.org/10.17059/2019-1-1>
2. Ленчук Е.Б., Власкин Г.А., Филатов В.И. и др. Национальная экономическая безопасность России в условиях обострения объективных и инициированных рисков и угроз: монография. М.–СПб.: Нестор-История, 2018. 752 с.
3. Абрамов Р.А., Мухаев Р.Т., Соколов М.С. Критерии эффективности государственного и регионального управления в контексте проектного подхода // Теоретическая и прикладная экономика. 2017. № 1. С. 96–112.
URL: <https://doi.org/10.7256/2409-8647.2017.1.20499>
4. Бурак П.И., Ростанец В.Г., Манюшис А.Ю. и др. Экономический рост и инновационное развитие в регионах РФ: инструменты активизации: монография. М.: Научный консультант, 2016. 310 с.
5. Ильин В.А. Необходимость нового цикла развития // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 5. С. 9–15.
URL: <https://doi.org/10.15838/esc/2014.5.35.1>
6. Domar E.D. Expansion and Employment. *The American Economic Review*, 1947, vol. 37, no. 1, pp. 34–55. URL: <https://www.jstor.org/stable/1802857>
7. Блюмин И.Г. Теории экономической динамики. В кн.: Критика буржуазной политической экономии. В 3 т. Т. 3. Кризис современной буржуазной политической экономии. М.: Изд-во АН СССР, 1962. С. 306–308.

8. *Важенина И.С.* Концептуальные основы формирования и совершенствования репутации региона // *Региональная экономика: теория и практика*. 2007. Т. 5. Вып. 8. С. 91–102.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kontseptualnye-osnovy-formirovaniya-i-sovershenstvovaniya-reputatsii-regiona>
9. *Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А., Шакирова А.И.* Об оценке деловой и экономической активности: монография. М.: Экономика, 2011. 111 с.
10. *Roberts P.W., Dowling G.R.* Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 2002, vol. 23, iss. 12, pp. 1077–1093.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.274>
11. *Raithel S., Schwaiger M.* The Effects of Corporate Reputation Perceptions of the General Public on Shareholder Value. *Strategic Management Journal*, 2015, vol. 36, iss. 6, pp. 945–956.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.2248>
12. *Shamsie J.* The Context of Dominance: An Industry-Driven Framework for Exploiting Reputation. *Strategic Management Journal*, 2003, vol. 24, iss. 3, pp. 199–215.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.291>
13. *Fombrun C., Shanley M.* What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 1990, vol. 33, iss. 2, pp. 233–258.
URL: <https://doi.org/10.5465/256324>
14. *Hall R.* A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 1993, vol. 14, iss. 8, pp. 607–618.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.4250140804>
15. *Brown B., Perry S.* Removing the Financial Performance Halo from Fortune's "Most Admired" Companies. *Academy of Management Journal*, 1994, vol. 37, iss. 5, pp. 1347–1359.
URL: <https://doi.org/10.5465/256676>
16. *Deephouse D.L.* Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories. *Journal of Management*, 2000, vol. 26, iss. 6, pp. 1091–1112. URL: <https://doi.org/10.1177/014920630002600602>
17. *Walker K.* A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 2010, vol. 12, iss. 4, pp. 357–387.
URL: <https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>
18. *Peteraf M.A.* The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 1993, vol. 14, iss. 3, pp. 179–191.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
19. *Boyd B.K., Bergh D.D., Ketchen D.J. Jr.* Reconsidering the Reputation–Performance Relationship: A Resource-Based View. *Journal of Management*, 2010, vol. 36, iss. 3, pp. 588–609.
URL: <https://doi.org/10.1177/0149206308328507>
20. *Weigelt K., Camerer C.* Reputation and Corporate Strategy: A Review of Recent Theory and Applications. *Strategic Management Journal*, 1988, vol. 9, iss. 5, pp. 443–454.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.4250090505>
21. *Henard D.H., Dacin P.A.* Reputation for Product Innovation: Its Impact on Consumers. *Journal of Product Innovation Management*, 2010, vol. 27, iss. 3, pp. 321–335.
URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2010.00719.x>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

FORMALIZED ASSESSMENT OF REPUTATION CAPITAL OF THE REGION: METHODOLOGICAL APPROACHES AND THEIR TESTING, THE REPUBLIC OF TATARSTAN CASE

Aleksandr S. GRUNICHEV ^{a,*}, Leonid A. EL'SHIN ^b

^a Training Center of Federal Antimonopoly Service, Kazan, Russian Federation

C.p@tatar.ru

ORCID: not available

^b Center of Advanced Economic Research in Academy of Sciences of Republic of Tatarstan,
Kazan, Russian Federation

Leonid.Elshin@tatar.ru

ORCID: not available

* Corresponding author

Article history:

Received 28 May 2019

Received in revised form

10 July 2019

Accepted 5 August 2019

Available online

16 September 2019

JEL classification: O11, O43,
O47, R11

Keywords: reputation capital,
reputation economy,
methodological approach,
economic advancement,
government regulation

Abstract

Subject The article considers methodological approaches to formalized assessment of reputation capital of territories.

Objectives The aim is to develop theoretical and methodological framework for formation and assessment of regional economic systems' reputation capital through defining the institutional and market factors that affect the nature and essential characteristics of parameters of territories' economic growth.

Methods We offer a version of conceptual approach to quantitative assessment of reputation capital of the territory, which enables a transition from qualitative to formalized assessment of progress of the investigated process. The study employs methods of economic and statistical modeling.

Results We assess the behavior of reputation capital of the Republic of Tatarstan from 2013 to 2017. The obtained data demonstrate an upward and wavelike trend in the reputation of the region. It is conditioned by divergent movements of key sub-index values.

Conclusions The developed and tested methodological tools for quantitative assessment of region's reputation capital create a firm basis for academic studies aimed at the multivariate analysis of core drivers of territory's reputation.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2019

Please cite this article as: Grunichev A.S., El'shin L.A. Formalized Assessment of Reputation Capital of the Region: Methodological Approaches and Their Testing, the Republic of Tatarstan Case. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2019, vol. 17, iss. 9, pp. 1709–1722.
<https://doi.org/10.24891/re.17.9.1709>

Acknowledgments

The article was supported by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) as part of project № 19-010-00211.

References

1. Tsvetkov V.A., Dudin M.N., Lyasnikov N.V. [Analytical approaches to estimate economic security of the region]. *Ekonomika regiona = Economy of Region*, 2019, vol. 15, iss. 1, pp. 1–12. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.17059/2019-1-1>
2. Lenchuk E.B., Vlaskin G.A., Filatov V.I. et al. *Natsional'naya ekonomicheskaya bezopasnost' Rossii v usloviyakh obostreniya ob"ektivnykh i initsirovannykh riskov i ugroz: monografiya* [Russia's national economic security in the face of aggravation of objective and initiated risks and threats: a monograph]. Moscow, St. Petersburg, Nestor-Istoriya Publ., 2018, 752 p.

3. Abramov R.A., Mukhaev R.T., Sokolov M.S. [Efficiency criteria of State and regional governance in terms of the project-based approach]. *Teoreticheskaya i prikladnaya ekonomika = Theoretical and Applied Economics*, 2017, no. 1, pp. 96–112. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.7256/2409-8647.2017.1.20499>
4. Burak P.I., Rostanets V.G., Manyushis A.Yu. et al. *Ekonomicheskii rost i innovatsionnoe razvitie v regionakh RF: instrumenty aktivizatsii: monografiya* [Economic growth and innovation development in Russia's regions: Stirring up tools: a monograph]. Moscow, Nauchnyi konsul'tant Publ., 2016, 310 p.
5. Ilyin V.A. [The necessity of a new development cycle]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2014, no. 5, pp. 9–15. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.15838/esc/2014.5.35.1>
6. Domar E.D. Expansion and Employment. *The American Economic Review*, 1947, vol. 37, no. 1, pp. 34–55. URL: <https://www.jstor.org/stable/1802857>
7. Blyumin I.G. *Teorii ekonomicheskoi dinamiki. V kn.: Kritika burzhuaaznoi politicheskoi ekonomii. V 3 t. T. 3. Krizis sovremennoi burzhuaaznoi politicheskoi ekonomii* [Theories of economic dynamics. In: Criticism of modern bourgeois political economy. In 3 vol. Vol. 3. The crisis of modern bourgeois political economy]. Moscow, Academy of Sciences of the Soviet Union Publ., 1962, pp. 306–308.
8. Vazhenina I.S. [Conceptual framework for building and improving the region's reputation]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2007, vol. 5, iss. 8, pp. 91–102. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kontseptualnye-osnovy-formirovaniya-i-sovershenstvovaniya-reputatsii-regiona> (In Russ.)
9. Safiullin M.R., El'shin L.A., Shakirova A.I. *Ob otsenke delovoi i ekonomicheskoi aktivnosti: monografiya* [On assessment of business and economic activity: a monograph]. Moscow, Ekonomika Publ., 2011, 111 p.
10. Roberts P.W., Dowling G.R. Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 2002, vol. 23, iss. 12, pp. 1077–1093.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.274>
11. Raithel S., Schwaiger M. The Effects of Corporate Reputation Perceptions of the General Public on Shareholder Value. *Strategic Management Journal*, 2015, vol. 36, iss. 6, pp. 945–956.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.2248>
12. Shamsie J. The Context of Dominance: An Industry-Driven Framework for Exploiting Reputation. *Strategic Management Journal*, 2003, vol. 24, iss. 3, pp. 199–215.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.291>
13. Fombrun Ch., Shanley M. What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 1990, vol. 33, iss. 2, pp. 233–258.
URL: <https://doi.org/10.5465/256324>
14. Hall R. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 1993, vol. 14, iss. 8, pp. 607–618.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.4250140804>
15. Brown B., Perry S. Removing the Financial Performance Halo from Fortune's 'Most Admired' Companies. *Academy of Management Journal*, 1994, vol. 37, iss. 5, pp. 1347–1359.
URL: <https://doi.org/10.5465/256676>

16. Deephouse D.L. Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories. *Journal of Management*, 2000, vol. 26, iss. 6, pp. 1091–1112. URL: <https://doi.org/10.1177/014920630002600602>
17. Walker K. A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 2010, vol. 12, iss. 4, pp. 357–387. URL: <https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>
18. Peteraf M.A. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 1993, vol. 14, iss. 3, pp. 179–191. URL: <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
19. Boyd B.K., Bergh D.D., Ketchen D.J. Jr. Reconsidering the Reputation–Performance Relationship: A Resource-Based View. *Journal of Management*, 2010, vol. 36, iss. 3, pp. 588–609. URL: <https://doi.org/10.1177/0149206308328507>
20. Weigelt K., Camerer C. Reputation and Corporate Strategy: A Review of Recent Theory and Applications. *Strategic Management Journal*, 1988, vol. 9, iss. 5, pp. 443–454. URL: <https://doi.org/10.1002/smj.4250090505>
21. Henard D.H., Dacin P.A. Reputation for Product Innovation: Its Impact on Consumers. *Journal of Product Innovation Management*, 2010, vol. 27, iss. 3, pp. 321–335. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2010.00719.x>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.