

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Устойчивое развитие регионов

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА (НА ПРИМЕРЕ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)*

Александр Станиславович ГРУНИЧЕВ ^а*, Леонид Алексеевич ЕЛЬШИН ^б,
Алия Айдаровна АБДУКАЕВА ^с

^а кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой антимонопольного регулирования и развития конкуренции,
Учебно-методический центр Федеральной антимонопольной службы России,
Казань, Российская Федерация
emc@fas.gov.ru
<https://orcid.org/0000-0002-4328-3560>
SPIN-код: 7648-4229

^б доктор экономических наук, доцент, заместитель директора по науке,
Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан (ЦПЭИ АН РТ),
Казань, Российская Федерация
Leonid.Elshin@tatar.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0763-6453>
SPIN-код: 1059-7059

^с ведущий научный сотрудник,
Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан (ЦПЭИ АН РТ),
Казань, Российская Федерация
Aliya.Abdukaeva@tatar.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1262-5588>
SPIN-код: 2538-6937

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 360/2020
Получена 11.06.2020
Получена в
доработанном виде
29.06.2020
Одобрена 18.07.2020
Доступна онлайн
14.08.2020

УДК 332.14
JEL: R11

Ключевые слова:

репутационный капитал,
факторный анализ,
экономический рост,
сценарное
моделирование,
нематериальные
факторы производства

Аннотация

Предмет. Инструментарий проведения факторного анализа репутационного капитала региона.

Цели. Формализованная оценка репутационного капитала регионов на основе ранее разработанных авторами методов и алгоритмов.

Методология. Использованы индексные методы анализа.

Результаты. Авторами определены значения индекса репутационного капитала для регионов Приволжского федерального округа. Предложена версия реализации алгоритма количественной оценки репутации региона. Применение методов факторного анализа позволило определить влияние составляющих регионального репутационного капитала на формирование его интегрального значения.

Выводы. Установлено влияние каждого из рассматриваемых субиндексов (факторов) на процесс генерации репутационного капитала регионов. Это ускорения экономического роста регионов в новых институциональных условиях. Разработанные методические подходы и полученные на их основе практические результаты целесообразно использовать при разработке новых моделей экономического роста в условиях повышенной значимости нематериальных факторов производства.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2020

Для цитирования: Груничев А.С., Ельшин Л.А., Абдукаева А.А. Региональные аспекты оценки репутационного капитала (на примере Приволжского федерального округа) // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – Т. 18, № 8. – С. 1531 – 1547.
<https://doi.org/10.24891/re.18.8.1531>

Глобализация и трансформация институционального развития как национальных, так и региональных экономических систем формируют особые факторы и параметры их социально-экономического роста, существенно отличающиеся от прежних и основанные, главным образом, на использовании материально-ресурсных факторов производства [1]. Главное отличие современной парадигмы экономического развития от предыдущей, базу которой составляли традиционные производственные факторы (труд, земля, капитал), заключается в том, что современные условия хозяйствования во многом определяются не столько наличием ресурсной базы, сколько наличием репутационно-имиджевого позиционирования в глобальном или национальном медиапространстве [2].

Особую степень актуальности эти вопросы приобрели в эпоху перехода мировой экономики к четвертой промышленной революции, где важнейшую роль в экономическом росте национальных систем начинают играть нематериальные факторы производства (развитие высокотехнологичных производств, цифровой экономики, экономики знаний, поведенческой экономики), включая репутационный капитал. Следует заметить, что если в рамках предыдущих пяти технологических укладов материальные факторы играли доминирующую роль в системе воспроизводственных процессов, то переход мировой экономики в эпоху шестого технологического уклада формирует иную систему ценностей и производственных факторов (*табл. 1*).

Важно отметить, что теория репутационной экономики не является чем-то новым в экономической теории. Ее изучению посвящен широкий круг научно-исследовательских работ зарубежных и российских ученых^{1, 2} [3, 4]. Однако важно отметить, что подавляющее их большинство в качестве объекта исследования рассматривает фирму, хозяйствующий субъект, то есть вопросы, раскрывающие влияние репутации на экономику компаний, изучены достаточно подробно. Существуют работы, раскрывающие эффективность развития крупнейших компаний мира (Google, Uber, Facebook и др.) в рамках теории репутационной экономики [5, 6].

Что касается исследований, представляющих оценку влияния репутации на региональное развитие, то здесь наблюдается недостаток работ. Между тем, в

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

¹ Галявов А.А., Ельшин Л.Ф. Диалектические подходы к изучению развития региональных производительных сил. В кн.: Инновационное развитие российской экономики. IX Международная научно-практическая конференция. М.: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2016. С. 25–27.

² Панкрухин А.П. Контр-маркетинг. Дебрендинг и разрушение имиджа территории // Корпоративная имеджелогия. 2008. № 23. С. 12–15.

рамках перехода национальной экономики к новому (шестому) технологическому укладу подобного рода вопросы крайне значимы с научной и практической точек зрения.

Появление работы П. Диямандиса и С. Котлера [7] еще более укрепляет позицию о необходимости исследования поставленного вопроса на региональном уровне. В ней авторы раскрывают необходимость исследования макроэкономики на современном этапе ее развития через призму нематериального капитала – важнейшего с их точки зрения фактора экономического роста. Также исследователи придерживаются позиции, согласно которой современные компании все больше и больше будут перемещаться из реального в кибернетическое пространство в рамках гиперсвязанного цифрового мира.

Усиливают нашу позицию относительно значительного влияния репутационного капитала региона на эффективность его социально-экономического развития и труды российских ученых, в частности И.С. Важениной [8, 9].

В соответствии с нашей позицией, репутация региона является в глобальном информационном пространстве цифровым отражением, «двойником» системы организации и эффективности развития реальной экономики. Другими словами, репутационный капитал – это «цифровая калька» реального сектора экономики во всевозможных цифровых каналах трансляции информации.

Данный взгляд и интерпретация понятия во многом согласуются с подходом к измерению репутации, применяемым компаниями Google и Uber. В соответствии с их позицией репутация генерирует прирост трудовых, финансовых и иных ресурсов компании не за счет прироста материальных факторов, а за счет наращивания нематериальной базы, определяющей репутацию компании. Например, количество водителей и пользователей компании Uber в России растет не за счет имеющейся материальной базы компании, а за счет ее нематериального актива – репутационного капитала. При этом «гудвилл» компании оценивается как разница между ее рыночной стоимостью и стоимостью основных и оборотных фондов. Соответственно, репутационный капитал региона оценивается как разница между фактическим и естественным уровнем спроса на ресурсы, не учитывающим репутационную составляющую, притягивающую дополнительные трудовые ресурсы, финансовые капиталы.

Полагаясь на представленные работы, положения и аксиомы, авторы ставили целью разработать методологию формализованной оценки репутационного капитала регионов и его влияния на динамику их экономического роста, то есть количественно измерить уровень «цифрового отражения» реального производства в информационном пространстве или, другими словами, репутационный капитал региона. Необходимо отметить, что составляющий основу методологического подхода инструментарий измерения репутации региона во многом согласуется с

подходами, применяемыми Московской школой управления «Сколково» в процессе измерения индекса «Цифровая Россия»³.

Важным методологическим вопросом также является и то, в чем измеряется репутационный капитал региона. Придерживаясь неоклассического подхода к оценке человеческого капитала, мы считаем, что репутационный капитал также должен оцениваться потенциальным доходом, который он способен приносить. Однако, следует заметить, что к настоящему моменту методологические вопросы формализованной оценки репутационного капитала не имеют общепризнанного, системного решения. С научной и практической точек зрения решение этих вопросов представляется важным. В качестве возможного варианта здесь может выступить инструментарий, основанный на проведении статистического анализа полученных рядов, характеризующих, с одной стороны, индекс репутационного капитала региона, а с другой – динамику ключевых макроэкономических показателей [10–16].

Как ранее утверждалось, репутация региона является в глобальном информационном пространстве цифровым «двойником» системы организации и эффективности развития реальной экономики. Представленная трактовка сформировала дальнейшие алгоритмические действия, направленные на изучение поставленного в настоящей работе вопроса.

Репутацию региона можно измерить через оценку так называемой системы социальных доказательств в глобальном информационном пространстве. В соответствии с нашим методологическим подходом индекс репутационного капитала рассчитывается в рамках использования пяти основных итераций, предполагающих комплексный анализ тональности публикаций в глобальной информационной среде по пяти основным направлениям. Впоследствии определяются значения пяти субиндексов, формирующих в итоге интегральное значение индекса репутационного капитала. В концентрированной форме алгоритм реализации оценок и построения временных рядов, характеризующих значения и динамику репутационного капитала региона, представлен далее.

Первый шаг – группировка глобального информационного пространства по уровню отражения репутационного фона региона.

Второй шаг – группировка глобального информационного пространства по степени сигнала, генерируемого либо на макро-, либо на мезоуровне (федеральные/региональные информационные источники).

Третий шаг – определение списка поисковых запросов, формирующих представления (образ) о репутации территории (региона) и раскрывающих

³ Индекс «Цифровая Россия». URL: https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_Digital_Russia_Report_Full_2019-04_ru.pdf

сущность анализируемого процесса (*рис. 1*). На этом же шаге проводится оценка количества запросов пользователей относительно анализируемого объекта в рамках оцениваемого периода времени $p(x_i)$.

Четвертый шаг – идентификация и определение репозитория информационных поисковых систем, участвующих в процедуре анализа, в целях оценить популярность и востребованность каждой из них.

Пятый шаг – анализ и систематизация данных, раскрывающих оценки пользователей глобальной информационной среды относительно поисковых запросов (в соответствии с данными, представленными на *рис. 1*), формирующих представления о репутации анализируемого объекта.

Шестой шаг – расчет интегральных значений субиндексов, характеризующих репутационный капитал региона.

Седьмой шаг – расчет интегрального индекса репутационного капитала региона.

Оценка репутации региона осуществляется на основании пяти ключевых субиндексов (*рис. 1*). Более подробное описание методики исследования представлено в ранее опубликованной авторами работе [10].

Реализация предложенного алгоритма формализованной оценки репутационного капитала региона позволяет решить ранее поставленные нами вопросы, связанные с количественной оценкой репутации территорий, а также с определением уровня потенциального валового дохода, который он может приносить региону. Вместе с тем, в настоящей работе реализован первый научно-исследовательский этап – количественная (формализованная) оценка репутации регионов (на примере Приволжского федерального округа). Его реализация открывает возможности для осуществления методических и практических разработок в сфере измерения влияния репутации на систему макроэкономических показателей.

В *табл. 2* приведены оценки значений индекса репутационного капитала регионов ПФО, в том числе по отдельным субиндексам, определяющим его интегральное значение. Важно отметить, что по результатам проведенных расчетов все регионы округа имеют положительные значения индекса репутационного капитала (I_{RC}). Разработанный алгоритм формирует диапазон значений индекса от $-1,994$ до $1,994$. Лидерами среди рассматриваемой совокупности регионов по интегральному значению I_{RC} являются Нижегородская область и Республика Татарстан. Важно отметить, что некоторые регионы с менее высокими значениями показателей социально-экономического развития вплотную приближаются к группе лидеров. Это, на наш взгляд, может свидетельствовать о благоприятных перспективах их развития в среднесрочной перспективе, так как репутационный капитал в современных условиях хозяйствования является важнейшим генератором экономического роста.

Возвращаясь к интерпретации полученных результатов, важно отметить, что во вторую условную группу вошли регионы, демонстрирующие чуть менее высокие значения индекса (Пермский край, Самарская область, Республика Башкортостан). Наконец, к третьей группе можно отнести регионы, индекс репутационного капитала которых занимает умеренные позиции относительно регионов, вошедших в первые две группы.

Крайне важно обратить внимание на то, что полученная группировка субъектов существенным образом конкордирует с основными параметрами, раскрывающими динамику и уровень социально-экономического развития рассматриваемых субъектов, то есть данная закономерность демонстрирует перспективность использования предложенного варианта алгоритма измерения I_{RC} . Данный вывод основывается на том, что репутационный капитал – это «цифровая калька» реального сектора экономики во всевозможных цифровых каналах трансляции информации.

Необходимо заметить, что оценка значения I_{RC} осуществляется не только на основе исследования качества материальной, инфраструктурной базы региона, но и на базе оценки и анализа институциональной составляющей, раскрывающей особенности регионального развития (механизмов государственного управления, развития предпринимательской среды), поэтому регионы, имеющие высокие значения данного субиндекса, существенным образом выделяются среди других по интегральному значению I_{RC} . Другими словами, субъекты, характеризующиеся более низким уровнем развития материально-инфраструктурной базы, но при этом имеющие высокие значения институциональных субиндексов репутационного капитала, демонстрируют весьма высокие интегральные оценки репутации (Нижегородская область, Пермский край). Следовательно, полагаясь на положения теории репутационной экономики, можно сказать, что данные регионы формируют существенный задел для своего эффективного развития в будущем.

Отметим, что полученный вывод имеет все возможности для эмпирического подтверждения или, наоборот, опровержения в рамках полученных оценок репутационного капитала регионов в динамике (например, за несколько последних лет). Соотношение полученного ряда I_{RC} в времени с иными временными рядами, характеризующими макроэкономическую динамику субъектов, позволит в полной мере решить эту задачу.

Возвращаясь к предмету исследования настоящей статьи, необходимо подчеркнуть, что предложенный инструментальный алгоритм измерения репутационного капитала региона, основанный на применении субиндексного метода, позволяет провести кластерный анализ в целях определения факторов, оказывающих наибольшее влияние на формирование репутации субъекта Федерации. Результаты проведения данного этапа исследования, реализованного с применением метода иерархического кластерного анализа, приведены на *рис. 2* и в *табл. 3*. Интерпретация полученной

дендрограммы демонстрирует необходимость деления регионов Приволжского федерального округа на три кластера, характеризующих ключевые особенности формирования репутационного капитала в рассматриваемых субъектах.

Применив на заключительном этапе исследования метод k -средних, авторы определили значения конечных центров кластеров (табл. 3), что позволило получить три укрупненные группы (кластера) исследуемой совокупности регионов Приволжского федерального округа. Статистическая значимость и достоверность полученной кластеризации оценивается на уровне 89%.

В соответствии с полученными данными (табл. 4), регионы первого кластера характеризуются высокими значениями субиндексов I_{RC} , отражающих репутацию регионов в сфере экономического, социального и институционального развития. При этом такие составляющие репутационного капитала, как качество системы государственного управления, технологического развития, демонстрируют умеренные значения. Это означает, что в качестве приоритетных должны рассматриваться те компоненты I_{RC} , значения которых наименьшие. Крайне важным фактором является сосредоточение ресурсов на соответствующих направлениях. Аналогичный анализ целесообразно провести и для регионов, входящих в другие кластеры. Это позволит определить стратегические направления их развития, обеспечивающие прирост их репутационного капитала. Следуя парадигме развития шестого технологического уклада, опирающегося во многом на нематериальную ресурсную базу, возможно обеспечить долгосрочное устойчивое развитие социально-экономической среды.

Предложенный методический инструментарий формализованной оценки репутационного капитала региона формирует новые принципы организации системы государственного управления на региональном уровне, обеспечивающей благоприятный имидж субъекта в глобальном информационном пространстве и в восприятии экономических агентов. Эта система в соответствии с принципами теории репутационной экономики⁴ во многом будет способствовать повышению качества и эффективности параметров экономического развития в новых институциональных условиях, характеризующихся ориентацией на нематериальные производственные факторы.

⁴ Панкрухин А.П., Игнатьев С.Ю. Имидж страны: смена парадигмы. Взгляды из Канады, России, Великобритании и Латвии // Корпоративная имиджелогия. 2008. № 2. С. 8–14.

Таблица 1

**Основные факторы производства, определяющие развитие экономики
в рамках соответствующего технологического уклада**

Table 1

**The major factors of production that determine the development of the economy
within the appropriate technological mode**

Технологический уклад	Основные характеристики и доминирующие факторы производства, определяющие динамику экономического развития
Первый (1750–1850 гг.)	Добыча общераспространенных полезных ископаемых. Сельское хозяйство
Второй (1850–1890 гг.)	Интенсификация методов добычи общераспространенных полезных ископаемых. Становление металлургической и развитие горнорудной промышленности. Станкостроение, машиностроение. Строительство железных дорог. Электрификация
Третий (1890–1930 гг.)	Энергетическое машиностроение (производство электротранспорта, линий электропередач, электродвигателей). Развитие металлургической промышленности. Развитие станко- и машиностроения. Становление и развитие химической промышленности. Автомобилестроение. Появление и развитие телеграфной сети
Четвертый (1930–1980 гг.)	Развитие черной и цветной металлургии. Двигателестроение, ракетостроение. Развитие нефтедобычи. Создание атомной энергетики. Химическая промышленность. Создание и развитие телекоммуникационных технологий (радио, телефон, телевидение)
Пятый (1980–2018 гг.)	Цифровые технологии. Развитие аэрокосмической промышленности. Развитие атомной энергетики. Нефтепереработка, нефтехимия, появление и развитие технологий создания композитных материалов. Экологизация производственных процессов и систем (развитие «чистых технологий») Разработка и развитие современных управленческих технологий, ориентированных на эффективное воспроизводство человеческого капитала. Развитие социального маркетинга, направленного на интенсификацию использования технологий управления, основанных на имидже и репутации в сфере социального развития территорий, фирм
Шестой (с 2018 г.)	Сверхскоростные цифровые технологии, технологии BigData. Развитие технологий, нематериального производства (криптовалюта, имидж, репутация, обмен данными). Развитие военно-космических технологий. Развитие технологий производства мультимоллекулярных конструкционных материалов, создание новых синтетических материалов. Развитие институтов современного знания. Проектирование и развитие гибких производственных систем. Развитие управленческих технологий, основанных на системе воспроизводства человеческого капитала. Развитие инструментов репутационной экономики

Продолжение

Технологический уклад	Соотношение материальных и нематериальных активов
Первый (1750–1850 гг.)	Доминирование материальных факторов производства над нематериальными
Второй (1850–1890 гг.)	
Третий (1890–1930 гг.)	
Четвертый (1930–1980 гг.)	
Пятый (1980–2018 гг.)	Повышенная роль нематериальных активов в процессе экономического роста территорий
Шестой (с 2018 г.)	

Источник: [3]*Source:* [3]**Таблица 2****Оценка индекса репутационного капитала регионов Приволжского федерального округа, 2018 г.****Table 2****Assessment of the reputation capital index of the Volga Federal District regions for 2018**

Регион	Репутация в сфере экономики (субиндекс 1)	Репутация в сфере социального развития (субиндекс 2)
Кировская область	0,185	0,25
Республика Марий Эл	0,222	0,068
Республика Мордовия	0,204	0,125
Нижегородская область	0,307	0,168
Оренбургская область	0,093	0,215
Пензенская область	0,315	0,113
Республика Башкортостан	0,375	0,179
Удмуртская Республика	0,419	0,239
Чувашская Республика	0,308	0,086
Республика Татарстан	0,34	0,225
Самарская область	0,181	0,102
Саратовская область	0,286	0,263
Ульяновская область	0,219	0,106
Пермский край	0,2	0,214

Продолжение

Регион	Репутация политического (управленческого) развития (субиндекс 3)	Репутация технологического развития (субиндекс 4)
Кировская область	0,116	0,015
Республика Марий Эл	–0,003	0,098
Республика Мордовия	0,351	0,046
Нижегородская область	0,13	0,071
Оренбургская область	–0,005	0,016
Пензенская область	0,112	0,021
Республика Башкортостан	0,014	0,081
Удмуртская Республика	0,275	0,069
Чувашская Республика	0,214	0,034
Республика Татарстан	0,159	0,228
Самарская область	0,091	0,266
Саратовская область	–0,082	0,019
Ульяновская область	0,118	0,193
Пермский край	0,075	0,09

Продолжение

Регион	Институциональные аспекты репутации (субиндекс 5)	Интегральный индекс
Кировская область	0,107	0,674
Республика Марий Эл	0,194	0,579
Республика Мордовия	0,133	0,861
Нижегородская область	0,457	1,132
Оренбургская область	0,297	0,616
Пензенская область	0,197	0,759
Республика Башкортостан	0,128	0,777
Удмуртская Республика	0,092	1,094
Чувашская Республика	0,092	0,734
Республика Татарстан	0,159	1,111
Самарская область	0,258	0,897
Саратовская область	0,189	0,675
Ульяновская область	0,239	0,876
Пермский край	0,286	0,865

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 3****Конечные центры кластеров для исследуемых значений субиндексов репутационного капитала исследуемых регионов****Table 3****Cluster endpoints for the sub-indexes of reputation capital of the regions studied**

Субиндекс	Кластер		
	1	2	3
VAR00017 (Субиндекс 1)	0,28	0,24	0,33
VAR00018 (Субиндекс 2)	0,16	0,14	0,19
VAR00019 (Субиндекс 3)	0,05	0,1	0,31
VAR00020 (Субиндекс 4)	0,09	0,19	0,06
VAR00021 (Субиндекс 5)	0,21	0,29	0,1

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 4

Кластеризация регионов Приволжского федерального округа по факторам (субиндексам), определяющим параметры формирования интегрального значения I_{RC}

Table 4

Clustering regions of the Volga Federal District by factor (sub-index) that determines the parameters for the formation of integral value I_{RC}

Регион	Принадлежность к кластеру
Кировская область	1
Республика Марий Эл	1
Оренбургская область	1
Пензенская область	1
Республика Башкортостан	1
Саратовская область	1
Пермский край	1
Нижегородская область	2
Республика Татарстан	2
Самарская область	2
Ульяновская область	2
Республика Мордовия	3
Удмуртская Республика	3
Чувашская Республика	3

Источник: авторская разработка

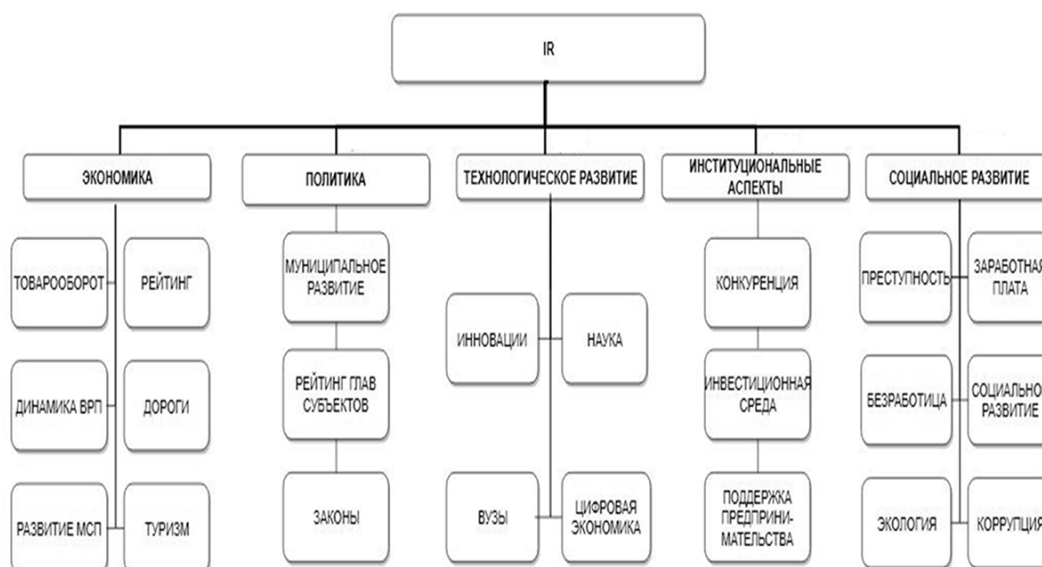
Source: Authoring

Рисунок 1

Система поисковых запросов, формирующих представления (образ) о репутации территории (региона)

Figure 1

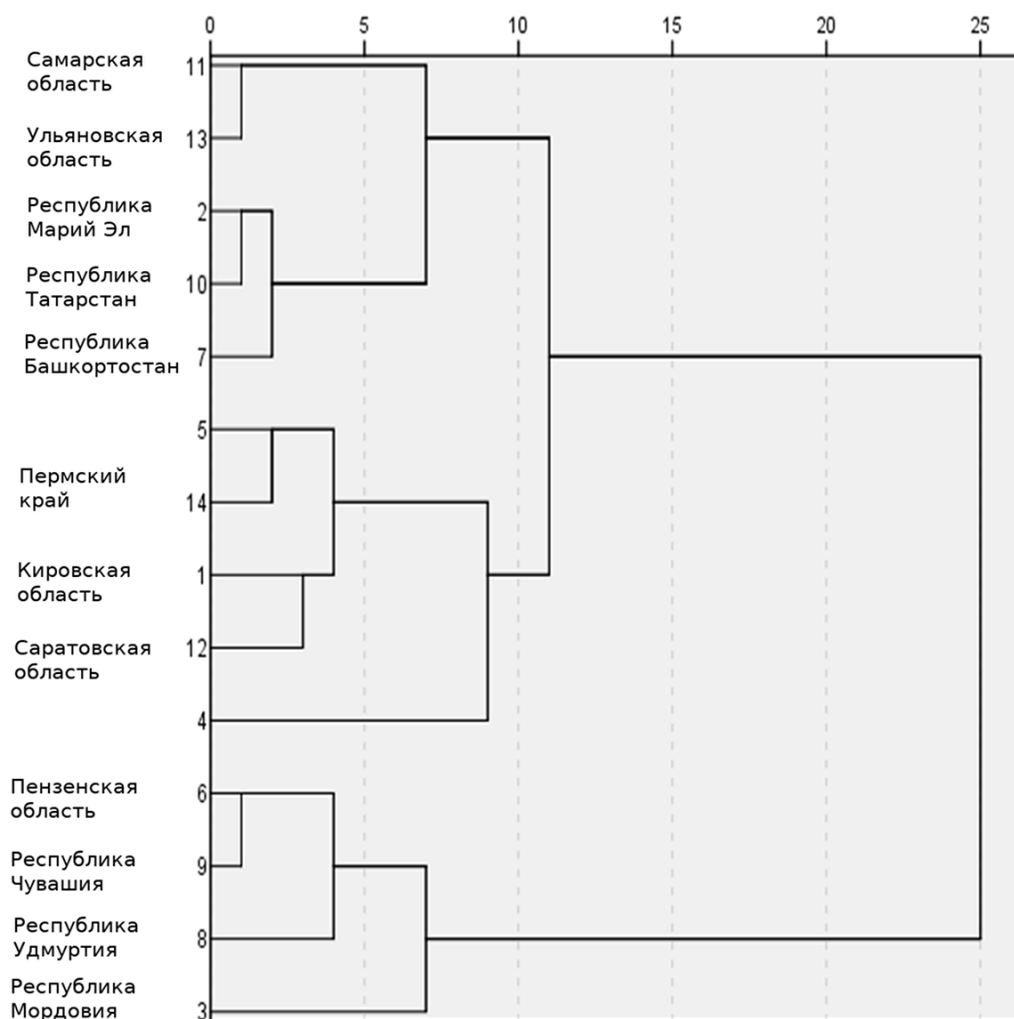
Search queries forming perceptions (image) about the reputation of the area (region)



Примечание. МСП – малое и среднее предпринимательство.

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 2**Дендрограмма, построенная с использованием метода внутригрупповых данных****Figure 2****A dendrogram built using the within-group data method**

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Arslan M.L., Seker S.E. Web Based Reputation Index of Turkish Universities. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2014, vol. 4, no. 3, pp. 197–202. URL: <https://doi.org/10.7763/IJEEEE.2014.V4.330>
2. 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. Вып. 9. С. 1709–1722. URL: <https://doi.org/10.24891/re.17.9.1709>

3. *Перепелкин В.А., Шарапов А.Р., Кузнецова О.Ю. и др.* Инновационно-модернизационные волны в социально-экономическом развитии: технологические уклады, макроэкономические генерации, взгляд в будущее. Книга 1. Текстильная, металлургическая, нефтеперерабатывающая, нефтехимическая промышленность, электроэнергетика, военное машиностроение: монография. Самара: Ас Гард, 2013. 458 с.
4. *Черепанова В.Н.* Репутационный менеджмент: социально-экономический аспект // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 11. Ч. 4. С. 875–879. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41272>
5. *Моазед А., Джонсон Н.* Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели. М.: Альпина Паблишер, 2019. 288 с.
6. *Чумиков А.Н.* Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 106 с.
7. *Diamandis P.H., Kotler S.* Bold: How to Go Big, Create Wealth and Impact the World. New York, Simon & Schuster, 2015, 336 p.
8. *Важенина И.С.* Имидж и репутация территории // *Региональная экономика. Теория и практика*. 2010. Т. 8. Вып. 23. С. 2–12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-reputatsiya-territorii/viewer>
9. *Важенина И.С., Важенин С.Г.* Имидж и репутация как стратегические составляющие нематериальных активов территории // *Экономика региона*. 2010. № 3. С. 95–103. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-reputatsiya-kak-strategicheskie-sostavlyayushchie-nematerialnyh-aktivov-territorii/viewer>
10. *Груничев А.С., Абдукаева А.А.* Методологические подходы к формализованной оценке влияния репутационного капитала региона на параметры его инвестиционной активности (на примере Республики Татарстан) // *Теоретическая и прикладная экономика*. 2019. № 2. С. 10–23. URL: <https://doi.org/10.25136/2409-8647.2019.2.29643>
11. *Абрамов Р.А., Стрельченко С.Г., Халатенкова Е.Ю.* Межрегиональное сотрудничество как фактор укрепления межгосударственных отношений в союзном государстве // *Регион: экономика и социология*. 2017. № 1. С. 253–270. URL: <https://doi.org/10.15372/REG20170112>
12. *Lambin J.J.* Market-Driven Management. Strategic and Operational Marketing. London, MacMillan Press, 2000, 737 p.
13. *Иванова С.М.* Оценка достоверности информации, найденной в сети Интернет // *Преподаватель XXI век*. 2015. № 4-1. С. 54–60.

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-dostovernosti-informatsii-naydennoy-v-seti-internet/viewer>

14. Лукин Е.В., Ускова Т.В. Проблемы структурной трансформации региональной экономики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 6. С. 26–40. URL: <https://doi.org/10.15838/esc.2018.6.60.2>
15. Лосева О.В. Развитие методологии оценки инновационного капитала региона // Инновационное развитие экономики. 2017. № 5. С. 27–35.
URL: http://www.ineconomic.ru/sites//field_print_version/5-41-2017.pdf
16. Цветков В.А., Дудин М.Н., Лясников Н.В. и др. Экономико-математическое моделирование бизнес-процессов отраслевых рынков в условиях цифровой экономики: монография. М.: Русайнс, 2019. 190 с.

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.

REGIONAL ASPECTS OF REPUTATION CAPITAL VALUATION: THE VOLGA FEDERAL DISTRICT CASE STUDY

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

^a Centre for Education and Methodics of Federal Antimonopoly Service of Russia,
Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation,
emc@fas.gov.ru
<https://orcid.org/0000-0002-4328-3560>

^b Center for Advanced Economic Studies of Tatarstan Academy of Sciences,
Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
Leonid.Elshin@tatar.ru
<https://orcid.org/0000-0002-0763-6453>

^c Center for Advanced Economic Studies of Tatarstan Academy of Sciences,
Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
Aliya.Abdukaeva@tatar.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1262-5588>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 360/2020
Received 11 June 2020
Received in revised form
29 June 2020
Accepted 18 July 2020
Available online
14 August 2020

JEL classification: R11

Keywords: reputation
capital, factor analysis,
economic growth,
scenario modeling,
intangible factors of
production

Abstract

Subject. This article deals with the tools of factor analysis of the reputation capital of the region.

Objectives. The article aims to make an explicit evaluation of the reputation capital of the regions based on the previously developed original methods and algorithms.

Methods. For the study, we used the index numbers analysis method.

Results. The article defines the values of the reputation capital index for the Volga Federal District regions. It offers a version of the implementation of the algorithm to quantify the reputation of the region. The use of factor analysis techniques makes it possible to determine the impact of regional reputation capital on the formation of its integral value.

Conclusions. The methodological approaches developed and the practical results derived from them should be used in the development of new models of economic growth in the context of the increased importance of intangible factors of production.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2020

Please cite this article as: Grunichev A.S., El'shin L.A., Abdukaeva A.A. Regional Aspects of Reputation Capital Valuation: The Volga Federal District Case Study. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2020, vol. 18, iss. 8, pp. 1531–1547.
<https://doi.org/10.24891/re.18.8.1531>

Acknowledgments

The article was supported within the framework of science project № 19-010-00211 of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR).

References

1. Arslan M.L., Seker S.E. Web Based Reputation Index of Turkish Universities. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 2014, vol. 4, no. 3, pp. 197–202. URL: <https://doi.org/10.7763/IJEEEE.2014.V4.330>
2. 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'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2019, vol. 17, iss. 9, pp. 1709–1722. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/re.17.9.1709>
3. Perepelkin V.A., Sharapov A.R., Kuznetsova O.Yu. et al. *Innovatsionno-modernizatsionnye volny v sotsial'no-ekonomicheskom razvitii: tekhnologicheskie układy, makroekonomicheskie generatsii, vzglyad v budushchee. Kniga 1. Tekstil'naya, metallurgicheskaya, neftepererabatyvayushchaya, neftekhimicheskaya promyshlennost', elektroenergetika, voennoe mashinostroenie: monografiya* [Innovation and modernization waves in socio-economic development: technological modes, macroeconomic generations, looking to the future. Book 1. Textile, metallurgical, refining, petrochemical, electric power, military engineering: a monograph]. Samara, As Gard Publ., 2013, 458 p.
4. Cherepanova V.N. [Reputation management: a socio-economic aspect]. *Fundamental'nye issledovaniya = Fundamental Research*, 2016, no. 11, part 4, pp. 875–879. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41272> (In Russ.)
5. Moazed A., Johnson N.L. *Platforma: Prakticheskoe primeneniye revolyutsionnoi biznes-modeli* [Modern Monopolies: What It Takes to Dominate the 21st Century Economy]. Moscow, Al'pina Publisher Publ., 2019, 288 p.
6. Chumikov A.N. *Imidzh – reputatsiya – brend: traditsionnye podkhody i novye tekhnologii* [Image – reputation – brand: traditional approaches and new technologies]. Moscow, Berlin, Direct-Media Publ., 2015, 106 p.
7. Diamandis P.H., Kotler S. *Bold: How to Go Big, Create Wealth and Impact the World*. New York, Simon & Schuster, 2015, 336 p.
8. Vazhenina I.S. [Image and reputation of the territory]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2010, vol. 8, iss. 23, pp. 2–12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-reputatsiya-territorii/viewer> (In Russ.)
9. Vazhenina I.S., Vazhenin S.G. [Image and reputation as strategic components of the territory's intangible assets]. *Ekonomika regiona = Economy of Region*, 2010, no. 3, pp. 95–103. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-reputatsiya-kak-strategicheskie-sostavlyayushchie-nematerialnyh-aktivov-territorii/viewer> (In Russ.)

10. Grunichev A.S., Abdukaeva A.A. [Methodological approaches towards formalized assessment of the impact of reputation capital of the region upon the parameters of its investment activity (on the example of the Republic of Tatarstan)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya ekonomika = Theoretical and Applied Economics*, 2019, no. 2, pp. 10–23. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.25136/2409-8647.2019.2.29643>
11. Abramov R.A., Strel'chenko S.G., Khalatenkova E.Yu. [Trans-regional cooperation as a factor to strengthen interstate relations in the Union State]. *Region: ekonomika i sotsiologiya = Region: Economics and Sociology*, 2017, no. 1, pp. 253–270. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.15372/REG20170112>
12. Lambin J.J. *Market-Driven Management. Strategic and Operational Marketing*. London, MacMillan Press, 2000, 737 p.
13. Ivanova S.M. [Assessment of the reliability of information found on the Internet]. *Prepodavatel' XXI vek*, 2015, no. 4-1, pp. 54–60. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-dostovernosti-informatsii-naydennoy-v-seti-internet/viewer> (In Russ.)
14. Lukin E.V., Uskova T.V. [Structural transformation issues in regional economy]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2018, vol. 11, no. 6, pp. 26–40. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.15838/esc.2018.6.60.2>
15. Loseva O.V. [Development of a methodology for assessing the region's innovation capital]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki = Innovative Development of Economy*, 2017, no. 5, pp. 27–35. URL: http://www.ineconomic.ru/sites//field_print_version/5-41-2017.pdf (In Russ.)
16. Tsvetkov V.A., Dudin M.N., Lyasnikov N.V. et al. *Ekonomiko-matematicheskoe modelirovanie biznes-protsessov otraslevykh rynkov v uchloviyakh tsifrovoi ekonomiki: monografiya* [Economic and mathematical modeling of business processes of industry markets in the digital economy: a monograph]. Moscow, Rusains Publ., 2019, 190 p.

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.