

## ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА И ВЛАСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В МИРЕ

Л. С. Леонтьева<sup>1</sup>, М. К. Романченко<sup>2</sup>

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

<sup>1</sup> e-mail: leontieva@spa.msu.ru

<sup>2</sup> e-mail: margeta@bk.ru

**Аннотация.** Актуальность исследуемой проблемы заключается в том, что в современном мире политическая ситуация постоянно меняется, и это оказывает влияние на репутационный капитал регионов и власти Российской Федерации. Репутационный капитал — это совокупность знаний, опыта и ожиданий, связанных с регионом и его экономической деятельностью. Он может быть положительным или отрицательным и имеет значительное влияние на различные аспекты развития региональной экономики. Репутационный капитал играет важную роль в социально-экономическом развитии региональной экономики. Цель — изучить трансформацию репутационного капитала регионов и власти в условиях изменения политической ситуации в мире. В данной статье составлена семантическая матрица определений отечественных и зарубежных исследователей, изучен один из важных факторов (политическая культура), влияющих на формирование репутационного капитала региона, сформирован рейтинг глав субъектов Российской Федерации и определены положительные и отрицательные свойства у глав власти регионов. Также выявлены новые направления формирования репутационного капитала регионов в условиях специальной военной операции.

**Ключевые слова:** репутационный капитал региона, репутационный капитал Российской Федерации, социально-экономическое развитие, политическая культура, регион и власть РФ, компании и регионы, имидж региона, бренд региона, инвестиционная привлекательность региона.

**Для цитирования:** Леонтьева Л. С., Романченко М. К. Трансформация репутационного капитала региона и власти Российской Федерации в условиях изменения политической ситуации в мире // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2023. — № 4. — С. 23–34, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2023-4-23>.

Original article

## TRANSFORMATION OF THE REPUTATIONAL CAPITAL OF THE REGION AND THE AUTHORITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CONTEXT OF CHANGING POLITICAL SITUATION IN THE WORLD

L. S. Leontieva<sup>1</sup>, M. K. Romanchenko<sup>2</sup>

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

<sup>1</sup> e-mail: leontieva@spa.msu.ru

<sup>2</sup> e-mail: margeta@bk.ru

**Abstract.** The relevance of the problem under study lies in the fact that in the modern world the political situation is constantly changing, and this affects the reputational capital of the regions and the authorities of the Russian Federation. Reputational capital is the totality of knowledge, experience and expectations associated with a region and its economic activity. It can be positive or negative and has a significant impact on various aspects of the development of the regional economy. Reputation capital plays an important role in the socio-economic development of the regional economy. The goal is to study the transformation of the reputational capital of regions and authorities in the context of a changing political situation in the world. In this article, a semantic matrix of definitions of domestic and foreign researchers has been compiled, one of the important factors (political culture) that influences the formation of the region's reputational capital has been studied, a rating of the heads of the constituent entities of the Russian Federation has been formed, and positive and negative properties of the heads of regional authorities have been determined. Also, new directions for the

formation of the reputational capital of the regions in the context of a special military operation have been identified.

**Key words:** reputational capital of the region, reputational capital of the Russian Federation, socio-economic development, political culture, region and government of the Russian Federation, companies and regions, image of the region, brand of the region, investment attractiveness of the region.

**Cite as:** Leontieva, L. S., Romanchenko, M. K. (2023) [Transformation of the reputational capital of the region and the authorities of the Russian Federation in the context of changing political situation in the world]. *Intellect. Innovacii. Investicii* [Intellect. Innovations. Investments]. Vol. 4, pp. 23–34, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2023-4-23>.

### Введение

Репутационный капитал региона является одним из ключевых факторов его экономического развития. Это набор восприятий, которые у людей вызывает регион, его бренд и имидж. Репутационный капитал региона связан с наличием высокой привлекательности и доверия у потенциальных инвесторов, туристов, жителей и других заинтересованных сторон.

Основные вопросы становления, функционирования и влияния нематериальных факторов на репутационные параметры развития региональной экономики исследуются такими специалистами, как Л. С. Леонтьева [4], А. Г. Гранберг [3], И. С. Важенина [2], И. И. Решетникова [6], А. П. Панкрухин [5], В. Н. Черепанова [9], А. И. Татаркин [8] и др.

Развитие территориального брендинга, влияние репутационного капитала на развитие городов, го-

сударств, компаний изучались такими зарубежными исследователями, как Хосе Варгас-Эрнандес [19], Майкл Риттер [16], Хосе Антонио Уитрон Мендоса [14], Капиль Гупта [11], Д. Шобел, Робертс П. В., и Даулинг Г. Р. [17], Райтель С. и Швайгер М. [15], Холл Р. [12], Бойд Б. К., Берг Д. Д., Кетхен Д. Дж. [10] и др.

При исследовании проблемы влияния репутационного капитала на развитие регионов и хозяйствующих субъектов использовались такие методы, как семантический анализ, синергетический принцип и метод системного анализа изучения репутационного капитала региона, сравнительно-сопоставительный анализ работы власти субъектов Российской Федерации с новыми регионами в современных условиях. Это позволило систематизировать существующие подходы и выявить «научные лакуны».

Таблица 1. Семантическая матрица определений репутационного капитала отечественными и зарубежными исследователями

| Автор                         | По теории                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | По методам                                                                                                           |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Груничев А.С., Сафиуллин М.Р. | Репутационный капитал региона – динамическая характеристика социально-экономического уклада региона, характеризующая комплекс возможностей и потенциал использования территории в части ее конкурентных преимуществ для жизни, ведения бизнеса, реализации социальных предпочтений общества [7]                                                                                                   | Концептуальный подход количественной оценки, факторный анализ                                                        |
| Важенина И.С.                 | Под репутацией территории необходимо понимать «предлагаемый регионом комплекс реальных возможностей и гарантий реализации интересов и потребностей членов различных групп, а именно: реальные и вероятные потребители территорий заинтересованы в наиболее эффективном использовании конкурентных преимуществ данной территории для жизни, ведения бизнеса, капиталовложений, отдыха, учебы» [2]. | Факторный анализ                                                                                                     |
| Кейт Динни                    | Репутация и имидж бренда города – определяющий критерий, лупа, сквозь которую рассматривают информацию, относящуюся к инвестициям. Города по всему миру конкурируют за туристов, инвестиции, профессиональные кадры и другие ресурсы [1]                                                                                                                                                          | Теоретические исследования и примеры из практики, собранные со всего света, отражают общемировое значение этой темы. |
| Д. Шобел                      | Экономическая репутация – это среда, в которой бренды строятся на основе того, как их воспринимают в Интернете, и обещаний, которые они дают в офлайне. Репутация = доверие [18]                                                                                                                                                                                                                  | Маркетинговый анализ                                                                                                 |
| Джош Кляйн                    | Все, что объединяет компании, это способность предоставить сервисы и информационные ресурсы своим контрагентам на индивидуальной основе, основываясь на собственной положительной репутации и бренде [13]                                                                                                                                                                                         | Маркетинговый анализ                                                                                                 |

Источник: разработано автором Романченко М. К.

**Репутационный капитал региональной власти субъектов Российской Федерации как способ повышения привлекательности региона**

Политическая культура является одним из важных факторов, влияющих на формирование репутационно-

го капитала региона. Она определяет отношение жителей региона к власти, уровень доверия к руководству и готовность к сотрудничеству. В региональном контексте политическая культура может влиять на различные аспекты формирования репутационного капитала.

Таблица 2. Анализ формирования репутационного капитала власти и репутационного капитала региона

| Репутационный капитал власти                                                                                                                                                               | Репутационный капитал региона                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лидерство и политическая стабильность                                                                                                                                                      | Инфраструктура и доступность                                                                                                                               |
| Прозрачность и открытость                                                                                                                                                                  | Качество жизни и предоставляемые услуги (высокий уровень образования, доступность здравоохранения, культурные и развлекательные мероприятия, безопасность) |
| Экономическая политика (устойчивый рост экономики, инвестиции в инновации и развитие предпринимательства)                                                                                  | Природные и культурные ресурсы                                                                                                                             |
| Сходства                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                            |
| Власть и регион связаны с восприятием соответствующих субъектов, таких как инвесторы, туристы и жители                                                                                     |                                                                                                                                                            |
| Качество управления и стабильность                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                            |
| Прозрачность и открытость                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                            |
| Различия                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                            |
| Репутационный капитал власти фокусируется на политической системе и управлении, в то время как репутационный капитал региона связан с экономическими и социальными аспектами               |                                                                                                                                                            |
| Репутационный капитал власти зависит от лидерства и политической стабильности, в то время как репутационный капитал региона зависит от инфраструктуры, качества жизни и природных ресурсов |                                                                                                                                                            |

Источник: разработано автором Романченко М. К.

Соотношение между субъективной и объективной оценкой репутации регионального правительства показывает, в чём заключаются проблемы. Благодаря данному соотношению, государство и регионы смогут детально выявить недочёты и проблемные зоны при разработке программ по улучшению репутационного капитала региона. На данный момент задача повышения внутреннего доверия и репутации российской власти становится очень важной для укрепления усилий государства и общества по совместному преодолению кризисных явлений во всех сферах социально-экономического и политического развития страны в условиях сложной международной ситуации и внешнеполитической изоляции. Особое значение вопрос репутации власти приобретает на региональном уровне, где власть более тесно связана с населением. Практические модели управления репутацией концентрируются на технике массовой коммуникации и манипулирования. Если репутация подменяется искусственно формируемым имиджем, доверие к местным политикам значительно снижается.

Одной из таких методик является использование массовых коммуникаций для формирования общественного мнения о регионе. Это может быть реклама, статьи в СМИ, социальные сети и другие средства массовой информации. Главная задача этой методики заключается в том, чтобы создать положительный образ региона в глазах общественности. При этом необходимо учитывать культурные, географические и исторические особенности региона.

Недостаточное внимание, уделяемое местными властями созданию положительной репутации и целенаправленному наращиванию репутационного капитала, значительно затрудняет взаимодействие с населением, препятствует формированию высокого уровня доверия и поддержки со стороны населения. Один из ключевых факторов, влияющих на внутреннее доверие и репутацию власти, – это открытость и прозрачность информации.

В целом, внутреннее доверие и репутация российской власти зависят от многих факторов, и эффективное управление ими может помочь укрепить доверие

к власти и обеспечить стабильность и процветание страны и регионов.

Рассмотрим данную ситуацию на примере конкретных регионов. Первый пример – Якутия. В последние годы руководство республики активно работает над улучшением качества жизни граждан и развитием экономики. Власти Якутии активно взаимодействуют с бизнесом, предоставляют широкий спектр государственных услуг и информации о своей деятельности, что способствует укреплению доверия к власти. Кроме того, регион активно борется с коррупцией, что также положительно сказывается на внутреннем доверии к власти.

Второй пример – Татарстан. Республика занимает лидирующие позиции в рейтингах по качеству жизни и уровню инвестиций. Это достигается благодаря высокому уровню развития экономики, активной работе властей по привлечению инвестиций,

а также эффективной борьбе с коррупцией. Власти Татарстана также активно взаимодействуют с общественностью, предоставляют информацию о своей деятельности и регулярно проводят опросы, что способствует укреплению доверия к власти. Крупные нефтегазовые компании являются важным источником валютных доходов не только для федерального бюджета, но и для региональных и муниципальных бюджетов. Экономическая независимость Татарстана основывалась на компании «Татнефть». Благодаря отчислениям, нефтяная столица региона – Альметьевск, неоднократно возглавляла список «самых популярных городов России», также предприятие влияло на положительный рост репутационного капитала региона в сфере инвестиций в данную компанию. Это способствовало развитию Казани, строительству нового университетского города Иннополис.

Таблица 3. Рейтинг влияния глав субъектов Российской Федерации на социально-экономический статус регионов в январе 2023 года

| Глава субъекта Российской Федерации                                 | Место в рейтинге | Место в рейтинге в январе 2023 г. | Средний балл |
|---------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------|--------------|
| <i>Очень сильное влияние</i>                                        |                  |                                   |              |
| Собянин Сергей Семёнович<br>Мэр города Москва                       | 1                | 1                                 | 9,52         |
| Кадыров Рамзан Ахматович<br>Глава Чеченской Республики              | 2                | 2                                 | 7,92         |
| Алиханов Антон Андреевич<br>Губернатор Калининградской области      | 9                | 9                                 | 6,51         |
| Текслер Алексей Леонидович<br>Губернатор Челябинской области        | 13               | 12                                | 6,43         |
| <i>Сильное влияние</i>                                              |                  |                                   |              |
| Аксёнов Сергей Валерьевич<br>Глава Республики Крым                  | 23               | 22                                | 6,17         |
| <i>Среднее влияние</i>                                              |                  |                                   |              |
| Малков Павел Викторович<br>Губернатор Рязанской области             | 61               | 60                                | 5,31         |
| Владимиров Владимир Владимирович<br>Губернатор Ставропольского края | 70               | 73                                | 5,08         |

*Источник: разработано автором Романченко М.К. на основе агентства политических и экономических коммуникаций*

Экспертный опрос проводился в форме закрытого анкетирования. В опросе приняли участие 26 экспертов, в том числе политологи, политтехнологи, медиа-эксперты и журналисты.

В таблице 3 представлен рейтинг влияния глав субъектов Российской Федерации на социально-экономический статус регионов в январе 2023 года.

В пятёрку лидеров рейтинга вошли: мэр города Москва – Сергей Семёнович Собянин, глава Чеченской Республики – Рамзан Ахматович Кадыров и др. Замыкающими в данном рейтинге стали губернатор Рязанской области – Павел Викторович Малков, губернатор Ставропольского края – Владимир Владимирович Владимиров, заняв 60 и 73 места соответственно.

Несмотря на санкционные ограничения, Сергей Собянин демонстрирует сильные экономические показатели по проектам транспортной инфраструктуры.

В Северо-Кавказском федеральном округе Чеченской Республики, Рамзан Кадыров возглавляет список политиков федерального уровня, влияние которых возросло с начала действия специальной военной операции (далее СВО). Р.А. Кадыров является самым упоминаемым губернатором Российской Федерации в рейтингах социальных сетей. Следовательно, это вызывает всё большее доверие со стороны населения России, что положительно сказывается на репутационном капитале как региона, так и главы субъекта.

Губернатор Калининградской области Антон Андреевич Алиханов также находится в числе лидеров. Хотя регион серьезно пострадал от общего спада сотрудничества с Западом, губернатору удалось сохранить экономическую стабильность и не допустить ухудшения социально-экономических показателей. Закрыв границы с Литвой и Польшей вызвало серьезные логистические проблемы. Нехватка цемента остановила строительные проекты, которые были двигателем экономического роста в регионе. Уровень безработицы начал расти, так как производство немецких и корейских автомобилей на калининградском заводе «Автотор» было остановлено. Сейчас Калининград показывает положительную динамику в становлении экономической, социальной, производственной сфер: паромные перевозки из Санкт-Петербурга субсидируются, китайская компания «Kaifu», созданная в регионе при активной поддержке Москвы, уже начала производство автомобилей в Калининграде.

В Уральском федеральном округе лидируют губернаторы ЯНАО (Ямало-Ненецкий автономный округ) Дмитрий Артюхов, губернатор Свердловской области Евгений Куйвашев и губернатор Челябинской области Алексей Текслер. Ямало-Ненецкий автономный округ является важным регионом в России для развития альтернативных логистических маршрутов поставки сырья на северный морской путь и в Азию. Высокая степень развития сжиженного природного газа, производства и транспорта делает регион весьма благоприятным для поиска новых экспортных рынков. Алексей Текслер остается в числе глав регионов, которые задают тон в использовании технологий эффективных коммуникаций в региональной политике.

Малков П. В. – губернатор Рязанской области. В качестве главной задачи выделяет развитие технологий и экономики. Регион является промышленным районом с упором на машиностроение и металлообработку. Крупнейшими предприятиями являются

Рязанский нефтеперерабатывающий завод, принадлежащий компании «Роснефть», Серебрянский цементный завод, Рязанский радиозавод, принадлежащий «Ростеху», который поставляет средства связи для Министерства обороны, и Рязанский станкостроительный завод. Малков П. В. и Владимир В. В. (губернатор Ставропольского края) не вызывают особого доверия у населения. Однако, если рассматривать Ставропольский край, то в Ставрополе был создан первый в регионе центр муниципального контроля для оптимизации взаимодействия власти и населения. Деятельность мэрии по развитию инфраструктуры и благоустройству города вызвала большое доверие со стороны населения, а также строительство в Ставрополе большой рекреационной зоны — «Сквер Героев России», восстановление берегов рек, водоемов и каналов.

Политическая культура может оказать значительное влияние на формирование репутационного капитала регионов России. Власти регионов должны сознавать важность открытости, честности и ответственности перед гражданами и создавать благоприятные условия для развития гражданского общества, науки и культуры. В таком случае, репутационный капитал регионов будет укрепляться, что приведет к более успешному развитию экономики и социальной сферы.

Примером региона, где главы власти играют важную роль в формировании репутационного капитала, может служить Санкт-Петербург. Второй по величине город России имеет богатую историю и уникальную архитектуру, которые привлекают много туристов. Глава города играет важную роль в сохранении культурного наследия Санкт-Петербурга и формировании его культурного облика. Он активно участвует в создании новых туристических маршрутов, поддерживает развитие музеев и театров города, а также инвестирует в развитие фестивалей и культурных мероприятий.

В связи с началом СВО, глава власти региона Ханты-Мансийского автономного округа Югры столкнулась с изменением, как положительным, так и отрицательным. Ханты-Мансийский автономный округ Югра, с другой стороны, ожидают трудности по мере перехода к новой правительственной схеме. Они действительно неизбежны, так как необходимость в эффективном управлении округом возросла, что требует более критичного и строгого подхода к оценке. Руководство региона смогло создать множество новых рабочих мест, предоставляет жителям много новых возможностей, включая более доступные условия инвестиций и развития местных рынков, что помогло поднять экономику региона.



Таким образом, положительные и отрицательные изменения в руководстве региона Ханты-Мансийского автономного округа Югры отражают движение регионов в различных областях, от экономических условий до социальных услуг. Однако необходимо признать, что процесс перестройки может нести с собой некоторые риски и возможные проблемы, которые необходимо пережить.

В Ханты-Мансийском автономном округе Югре доверие к власти также оставалось на высоком уровне, благодаря стабильному экономическому развитию региона. Это связано с высокой долей доходов от добычи нефти и газа в регионе, что обеспечивало финансовую стабильность и решение социальных проблем. Но в Луганской и Донецкой Народных Республиках доверие к власти было довольно низким. Несмотря на обещания сепаратистской администрации, экономическое развитие было низким, а жизнь населения становилась все более трудной. В то же время, в связи с эскалацией конфликта между украинской армией и сепаратистами, многие граждане стали бояться за свою безопасность.

Главы власти регионов могут обладать как положительным, так и отрицательным влиянием на репутационный капитал регионов РФ. Однако, с учетом важности репутации в современном мире, главам регионов следует уделять особое внимание формированию и сохранению репутационного капитала для успешного экономического развития и привлечения инвесторов.

### Новые направления формирования репутационного капитала регионов в условиях СВО

После начала специальной военной операции в России, развитие регионов страны стало одним из главных приоритетов правительства. Масштабы конфликта и угрозы безопасности ставили задачу не просто обеспечить экономическое развитие, но и избежать крупномасштабной катастрофы.

Главным фактором ускорения развития регионов стало выделение федеральных программ на развитие инфраструктуры и социальной сферы, а также инвестиций в регионы России. Следует отметить, что в основном уделялось внимание регионам, находящимся в зоне боевых действий и наиболее пострадавшим от военных действий. В этих регионах была проведена масштабная реконструкция и строительство объектов социальной и коммунальной инфраструктуры, что существенно повысило качество жизни жителей этих регионов.

Развитие регионов России осуществляется комплексно и охватывает многие аспекты жизни общества: от социальной сферы и здравоохранения до экономики и коммунальной инфраструктуры. Однако, несмотря на все усилия правительства, поддержание устойчивого развития регионов требует постоянного мониторинга и корректировки действующих программ в соответствии с изменяющейся экономической и демографической ситуацией в стране.

Таблица 4. ТОП-10 регионов по объему ВРП в 2022 году

| №  | Регионы                | ВРП 2021, млрд руб. | ВРП 2022, млрд руб. | Динамика в процентном соотношении к 2021 г., % |
|----|------------------------|---------------------|---------------------|------------------------------------------------|
| 1  | Москва                 | 23323               | 26236               | -2,1                                           |
| 2  | Санкт-Петербург        | 7149                | 6847,7              | -4,11                                          |
| 3  | Московская область     | 6100                | 6682,8              | -5,3                                           |
| 4  | Ханты-Мансийский округ | 4602,5              | 5951,11             | 2,24                                           |
| 5  | Ямало-Ненецкий округ   | 3900                | 5825                | -4,4                                           |
| 6  | Республика Татарстан   | 3400                | 3689                | 0,6                                            |
| 7  | Краснодарский край     | 3300                | 3498                | -3                                             |
| 8  | Красноярский край      | 3100                | 3515                | 2,57                                           |
| 9  | Свердловская область   | 2700                | 3193,6              | -5,4                                           |
| 10 | Чеченская Республика   | 2518                | 2680                | 0,2                                            |
| 11 | Ростовская область     | 2200                | 2281,42             | 0,2                                            |

Источник: разработано автором Романченко М. К. на основе данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат)

Главной социально-экономической задачей для региональных властей является своевременная адаптация к современным условиям в мире. Для этого необходимо сохранить прежние темпы экономического развития, найти новых инвесторов и эффективно

представлять интересы региона. Так, Российская Федерация в 2023 году начнёт осуществлять «новую модель» экономического развития, основанную на шести базовых принципах, которые будут определять ее путь в будущем.

Таблица 5. Описание принципов построения «новой модели» экономического развития Российской Федерации

| Принцип                                                                                                            | Описание принципа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Инновации, технологический прогресс и платформизация отраслей на основе больших данных и искусственного интеллекта | Современный мир требует постоянного обновления и развития технологий, и Россия должна активно инвестировать в исследования и разработки, чтобы стать ведущей страной в области инноваций. Это позволит создать конкурентоспособные отрасли и привлечь инвестиции. А также планируется воссоздать рейтинг качества делового климата (аналог ушедшего из России Doing Business) для сравнения РФ с другими странами       |
| Развитие человеческого капитала, технологический и кадровый суверенитет                                            | Образование, наука и здравоохранение становятся приоритетами для страны. Планируется запустить программу по трудоустройству выпускников с высшим образованием                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Устойчивое развитие, эффективность экономики и снижение социального неравенства                                    | Страна должна стремиться к экономическому росту, сохраняя при этом баланс с окружающей средой и обеспечивая социальное благополучие. Внедрение экологически чистых технологий, развитие альтернативных источников энергии и улучшение экологической ситуации в стране будут способствовать устойчивому развитию России. А также упростить процедуру перехода и регистрации в специальных административных районах (САР) |
| Развитие малого и среднего бизнеса                                                                                 | Малые и средние предприятия являются двигателем экономики и источником новых рабочих мест. Россия должна создать благоприятные условия для предпринимательства и обеспечить доступ к финансированию. Важная задача – расширить производство качественных и современных товаров и услуг                                                                                                                                  |
| Региональное развитие                                                                                              | Россия имеет огромный потенциал в различных регионах, и страна должна активно инвестировать в их развитие. Это позволит снизить региональные неравенства, создать новые рабочие места и повысить качество жизни населения. Президент отметил, что необходимо перезапустить механизм инвестиционного налогового вычета, пересмотреть условия по внедрению                                                                |
| Новое международное сотрудничество                                                                                 | Вектор развития будет направлен на восток и юг                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

Источник: разработано автором Романченко М. К. на базе материалов Петербургского международного экономического форума-2023

В 2022 году Российская Федерация начала специальную военную операцию, которая существенно повлияла на развитие регионов и бизнеса в стране. Несмотря на военные действия, в некоторых регионах произошел рост экономики, благодаря развитию новых отраслей и привлечению инвестиций.

С началом действия СВО Российская Федерация столкнулась с рядом проблем, которые оказали влияние на многие сферы жизни, включая экономику и бизнес. Государству потребовались дополнительные средства для успешного проведения операции. Рассмотрим компанию АО «Военторг», которая является единственным поставщиком имущества вещевой службы для нужд Минобороны России распоряжением Правительства Российской Федерации от

15.11.2022 г. № 3483-р для выполнения государственного заказа.

Одним из факторов, который способствовал развитию компании АО «Военторг» в регионах, была заинтересованность Министерства промышленности и торговли РФ (МинПромТорг) в развитии отечественного производства и обеспечении национальной безопасности. МинПромТорг предоставлял компании поддержку и финансирование для расширения производственных мощностей и развития новых продуктов. Кроме того, СВО повысила интерес к продукции, производимой данной компанией, в связи с укреплением государственной безопасности. Это привело к росту спроса на продукцию компании и увеличению продаж в регионах. АО «Военторг» является головной

организацией, включающей более 300 организаций соисполнителей государственного оборонного заказа, дочерних зависимых обществ, на основе консолидации паспортных данных предприятий. С началом СВО компания АО «Военторг» открыла в Минеральных Водах (Ставропольский край – Юг Российской Федерации) третью площадку для выполнения государственного оборонного заказа: изготовление одежды, спальных мешков и другой экипировки для обеспечения военнослужащих. Производственный комплекс создал в регионе 250 новых рабочих мест, что положительно сказывается на динамике уровня безработицы. Остальные соисполнители расположены в Воронежской области (г. Борисоглебск ООО «Борисоглебская швейная фабрика»), городе Пушкино (АО «Пушкинский текстиль»), во Владимирской области (ОАО «КЗРО»), городе Иваново (АО «Ивановокож»), Тульской области (ООО «Трикожажная фабрика»), Нижегородской области (АО «Княгининская швейная фабрика») и др.

Таким образом, вышеуказанные регионы и компании продолжают развиваться и имеют большой потенциал для дальнейшего развития. Однако, чтобы обеспечить стабильность и устойчивость экономики в будущем, необходимо проводить комплексные меры поддержки малого и среднего бизнеса, обеспечивать социальную защиту населения и продвигать инновационные технологии. Уход зарубежных компаний может стимулировать развитие отечественных рынков и производства. Это может привести к укреплению национальной экономики и снижению зависимости от иностранных компаний. Отсутствие конкуренции со стороны зарубежных компаний может сподвигнуть отечественные компании на развитие инноваций и создание новых технологий. Это может привести к улучшению качества товаров и услуг. Однако зарубежные компании часто являются источником прямых иностранных инвестиций. Их уход может привести к снижению объема инвестиций в российский экономический сектор, что может затруднить его развитие и модернизацию.

Сходство между репутационным капиталом региона и компании заключается в том, что и тот, и другой стремится поддерживать свой высокий имидж и обеспечивать высокое качество продукции или услуг, которые предлагает населению. Кроме того, как регион, так и компания, стремятся быть лучшими в своей области, демонстрируя высокий уровень профессионализма, качества и ценности для своих клиентов.

Репутационный капитал компании – это ее имидж, который формируется у покупателей, партнеров, конкурентов и всего общества благодаря ее деятельности, рекламной кампании, социальным проектам, результатам работы и другим факторам.

«Яндекс» – крупнейший интернет-поисковик и ИТ-компания в России. Репутационный капитал компании основан на ряде факторов, таких как качество поисковой системы, разнообразие услуг, инновационность, а также социальная ответственность. Яндекс продолжает развивать новые продукты и услуги, такие как «Яндекс.Маркет» и «Яндекс.Драйв», что позволяет ей оставаться лидером на рынке. Кроме того, компания активно работает над социально ответственными проектами, такими как «Яндекс.Помощь», который направлен на оказание помощи людям в трудной жизненной ситуации. Компания предоставляет услуги интернет-поисковика и ИТ-услуги, которые могут быть полезны для бизнеса и предпринимательства в регионах. Благодаря своей репутации и качеству услуг, может привлечь новых клиентов и инвесторов в регионы, что способствует экономическому росту и развитию. Весной 2018 года российская компания «Яндекс» объявила о планах выкупить долю международного конкурента «Uber» на территории России. После успешного завершения сделки, данные компании объединили их сервисы поиска такси, еды и доставки. Данное событие имело значительное влияние на формирование репутационного капитала компаний. Для «Яндекс» значимость сделки заключалась не только в расширении своего бизнеса, но и в возможности вызвать доверие у пользователей, как универсального поставщика услуг с высокой репутацией. После успешной сделки Яндексу пришлось столкнуться с новыми проблемами, связанными с взаимодействием с регионами. Каждый регион имел свою особенность и законы оказывали влияние на то, как были развернуты услуги компании. «Яндекс» был вынужден адаптироваться к новым условиям работы и сотрудничать с местными властями. Наиболее ярким примером взаимодействия предприятия с регионами стал спор между компанией и властями Москвы по поводу выдачи лицензий водителям такси. Компания столкнулась с снижением прибыли из-за наложенных ограничений, но в итоге смогла договориться с властями о совместной работе. Это показало, что для успешного взаимодействия с регионами необходимо учитывать их особенности и законы, и находить компромиссы.

Различия в репутационном капитале региона и компании заключаются в том, что компания может иметь конкурентные преимущества вроде более высокого качества продукции, лучшего обслуживания клиентов, внедрения инновационных технологий, по сравнению с другими компаниями в своей отрасли, а репутационный капитал региона может основываться на профессиональности и качестве предоставляемых государственных услуг, наличии



качественной инфраструктуры, благоприятных для бизнеса законодательных условий, насыщении рынка трудом. Развитие репутации региона и репутации организации являются взаимосвязанными процессами, так как репутация организации может влиять на репутацию региона и наоборот. Однако фокус на развитии репутации региона отличается от фокуса на развитии репутации организации. Развитие репутации региона направлено на улучшение общего образа региона, создание доверия и увеличение инвестиций, в то время как фокус на развитии репутации организации направлен на улучшение образа компании, удовлетворение потребностей клиентов и увеличение прибыли.

Российский бизнес должен занять освободившиеся после ухода западных компаний ниши, появившиеся возможности упускать нельзя, заявил президент РФ Владимир Путин во время выступления на съезде Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП).

После того как компании стали покидать российский рынок, Минпромторг утвердил перечень товаров для параллельного импорта, которые можно ввозить в РФ без согласия производителя или правообладателя. В частности, в него вошли товары производителей электроники, автомобили, редкоземельные металлы, спортивный инвентарь и др.

Особым направлением формирования является развитие репутационного капитала новых регионов России. В значительной степени это осуществляется за счёт межмуниципального и межрегионального взаимодействия и поддержки со стороны конкретных субъектов Российской Федерации. Так, в таблице 6 представлены конкретные межрегиональные связи, направленные на поддержку Донецкой (ДНР), Луганской (ЛНР), Запорожской и Херсонской областей. Это создаёт дополнительные условия для участия российских компаний в укреплении репутационного капитала новых территорий.

Таблица 6. Направления поддержки со стороны субъектов Российской Федерации для восстановления репутационного капитала новых регионов

| Субъект Российской Федерации      | Направление поддержки                                                                                                                                        |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Новосибирская область             | «Адресная помощь и поддержка» населению Беловодского района ЛНР (сельскохозяйственная отрасль и сфера социального обслуживания)                              |
| Чувашия                           | Реконструкция электростанций в Донецке и Торезе                                                                                                              |
| Ханты-Мансийский автономный округ | Гуманитарная помощь                                                                                                                                          |
| Москва                            | Реконструкция Донецкой и Луганской областей                                                                                                                  |
| Приморский край                   | Специалисты восстановят восемь объектов в городе Торез (ДНР)                                                                                                 |
| Санкт-Петербург                   | Восстановление инфраструктуры в городе Мариуполь                                                                                                             |
| Татарстан                         | г. Рубежное (ДНР) – восстановить соцобъекты и жилфонд города                                                                                                 |
| Пензенская область                | Гуманитарная помощь, ремонт санаториев, домов отдыха и организация быта временно перемещенных из опасных, обстреливаемых зон Запорожской области. (Бердянск) |
| ЖКХ РФ                            | Восстановление жилищных домов Донбасса                                                                                                                       |

Источник: разработано автором Романченко М.К.

Следует заметить, что пристальное внимание глав российских регионов к формированию конкретных направлений поддержки новых субъектов Российской Федерации не только влияет на создание и развитие репутационного капитала новых территорий, но и повышает доверие населения своих субъектов. Был принят Федеральный закон от 24.06.2023 N 266-ФЗ «О свободной экономической зоне на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области».

### Заключение

Таким образом, репутационный капитал власти и репутационный капитал региона являются двумя важными аспектами, которые могут влиять на социально-экономическое развитие и восприятие соответствующих субъектов.

Проведенное исследование существующих подходов репутационного капитала и анализ соответствующих практик показал, что понятие «репутационный капитал» необходимо значительно расширять, так как влияние личных факторов и качества репутационного

капитала, которые связаны не только с руководством и властью субъекта, но и с имиджем, территориальным брендингом, социально-экономическими показателями, рейтингом деловой активности региона, туристической и инфраструктурной сферами, инновациями региона.

Репутационный капитал региона представляет собой совокупность мнений, ожиданий и отношения граждан к своему региону. Отношение граждан к своему региону формирует его репутацию и влияет на привлекательность для инвесторов, туристов и новых жителей.

Положительный репутационный капитал привлекает новых инвесторов, увеличивает доверие к региону и способствует развитию бизнеса. Инвесторы склонны вкладывать средства в регионы с хорошей репутацией, так как они видят их как стабильные и перспективные. С другой стороны, отрицательный репутационный капитал может отпугнуть потенциальных инвесторов и препятствовать экономическому развитию региона. Также репутационный капитал

региона способствует доверию к развитию бизнеса в субъекте Российской Федерации. Это ведет к притоку инвестиций, развитию предпринимательства и увеличению конкуренции. Бизнесам с хорошей репутацией легче привлечь клиентов и партнеров. Отрицательный репутационный капитал, напротив, может снизить доверие к бизнесам, снизить инвестиции и уменьшить конкуренцию.

Репутационный капитал привлекает новых жителей в регион. Это способствует развитию инфраструктуры, улучшению образования и здравоохранения, а также повышению уровня жизни. Жители региона с положительной репутацией могут наслаждаться лучшими условиями жизни, возможностями для саморазвития и большим выбором социальных услуг.

Репутационный капитал региона, который формируется отношением граждан к своему региону, имеет огромное значение для социо-экономического развития. Управление репутационным капиталом является важной задачей для разработки стратегий регионального экономического развития.

#### Литература

1. Брендинг территорий: лучшие мировые практики. // под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 331 с.
2. Важенина И. С., Важенин С. Г. Имидж и репутация как стратегические составляющие нематериальных активов территории // Экономика региона, 2010. – № 3. – С. 95–103. – EDN: MWKVKТ.
3. Гранберг А. Г. Моделирование пространственного развития национальной и мировой экономики: эволюция подходов // Регион: экономика и социология, 2007. – № 1. – С. 87–107. – EDN: JJROBJ.
4. Леонтьева Л. С. Совокупная организационная культура как управленческий ресурс регионального развития // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – № 1. – С. 6–11, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2019-1-6>. – EDN: YZKKRV.
5. Панкрухин А. П. Контр-маркетинг. Дебрендинг и разрушение имиджа территории // Корпоративная имиджелогия – 2008. – № 3 – С. 12-15. – EDN: IUFUUB.
6. Решетникова И. И. Репутационный капитал как фактор обеспечения конкурентоспособности российского бизнеса: теория, методология исследования, проблемы формирования и управления в условиях глобализации рынков: дис. ... д-р экон. наук: 08.00.05. – Волгоград, 2011. – 357 с.
7. Сафиуллин М. Р., Груничев А. С., Ельшин Л. А., Абдукаева А. А. Исследование репутационного капитала региона: методологические подходы и их апробация: монография. – Казань: Артефакт, – 2019. – 112 с.
8. Татаркин А. И. Формирование конкурентных преимуществ регионов // Регион: экономика и социология, 2006. – № 1. – С. 141–154. – EDN: JJSSVJ.
9. Черепанова В. Н. Репутационный менеджмент: социально-экономический аспект // Фундаментальные исследования – 2016. – № 11–4. – С. 875–879. – EDN: XRPJBT.
10. Boyd B. K., Bergh D. D., Ketchen D. J. (2010) Reconsidering the reputation – Performance relationship: A resource-based view. *Journal of Management*. Vol. 36 (3), pp. 588–609, <https://doi.org/10.1177/0149206308328507>.
11. Gupta K. (2016) Capital Region Indicators – Benchmarking Progress in New York’s Capital Region. Albany, New York: Capital district. Regional planning commission. 95 p.
12. Hall R. (1993) A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*. Vol. 14. No. 8, pp. 607–618, <https://doi.org/10.1002/smj.4250140804>.
13. Klein J. (2014) The rise of the reputation economy. World Economic Forum. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2014/01/the-rise-of-the-reputation-economy/> (accessed: 15.05.2023).
14. Mendoza J. A. H. (2011) Region and capital Available at: [https://www.academia.edu/829614/REGI%C3%93N\\_Y\\_CAPITAL](https://www.academia.edu/829614/REGI%C3%93N_Y_CAPITAL) (accessed: 15.05.2023).

15. Raitchel S., Schwaiger M. (2015) The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value. *Strategic Management Journal*. Vol. 36. No. 6, pp. 945–956.
16. Ritter M. (2013) The Value of Reputational Capital – Why the opinion that the public has of your business is a strategic asset. Olivos: Ritter & Partners, 336 p.
17. Roberts P. W., Dowling G. R. (2002) Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*. Vol. 23. No.12, pp. 1077–1093.
18. Schawbel D. (2011) The Reputation Economy is Coming-Are You Prepared? Forbes. Available at: <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/28/the-reputation-economy/?sh=58d03e115ae5> (accessed: 15.05.2023).
19. Vargas-Hernandez J. G. (2013) Reputational Capital as an Ethical Questioning of Technological Innovation the Case of Monsanto. *Global Journal of Management and Business Studies*. Vol. 3. No. 3, pp. 217–232.

### References

1. Dinney, K. (2013) [Branding territories. World's best practices]. Trans. from Russia. Moscow: Mann, Ivanov & Ferber., 331 p.
2. Vazhenina, I. S., Vazhenin, S. G. (2010) [Image and reputation as strategic components of intangible assets of the territory]. *Ekonomika regiona* [Regional Economy]. Vol. 3, pp. 95–103. (In Russ.).
3. Granberg, A. G. (2007) [Modeling of Spatial Development of National and World Economy: Evolution of Approaches]. *Region: Ekonomika i Sotsiologiya* [Region: Economics and Sociology]. Vol. 1, pp. 87–107. (In Russ.).
4. Leontieva, L. S. (2019) [Aggregate Organizational Culture as Managerial Resource of Regional Development]. *Intellekt. Innovacii. Investicii* [Intellect. Innovations. Investments]. Vol. 1, pp. 6–11. <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2019-1-6>. (In Russ.).
5. Pankrukhin, A. P. (2008) [Countermarketing. Debranding and destruction of the image of the territory]. *Korporativnaya imidzhelogiya* [Corporate imageology]. Vol. 3, pp. 12–15. (In Russ.).
6. Reshetnikova, I. I. (2011) *Reputatsionny kapital kak faktor obespecheniya konkurentosposobnosti rossiiskogo biznesa: teoriya, metodologiya issledovaniya, problemy formirovaniya i upravleniya v usloviyakh globalizatsii rynkov: dis. D-r ekon. nauk* [Reputational capital as a factor in ensuring the competitiveness of Russian business: theory, research methodology, formation and management problems in the context of market globalization: diss. of Doctor of Economics]. Volgograd, 357 p. (In Russ.).
7. Safiullin, M. R., Grunichev, A. S., Elshin, L.A., Abdukaeva, A. A. (2019) *Issledovaniye reputatsionnogo kapitala regiona: metodologicheskiye podkhody i ikh aprobatsiya* [Research of reputational capital of the region: methodological approaches and their approbation]. Kazan: Artifact Publishing House, 112 p.
8. Tatarin, A. I. (2006) [Formation of competitive advantages of regions]. *Region: ekonomika i sotsiologiya* [Region: economo-mika i sotsiologiya]. Vol. 1, pp. 141–154. (In Russ.).
9. Cherepanova, V. N. (2016) [Reputational management: socio-economic aspect] *Fundamental'nyye issledovaniya* [Fundamentalheskie issledovaniia]. Vol. 11–4, pp. 875–879. (In Russ.).
10. Boyd, B. K., Bergh, D. D., Ketchen, D. J. (2010) Reconsidering the reputation – Performance relationship: A resource-based view. *Journal of Management*. Vol. 36 (3), pp. 588–609, <https://doi.org/10.1177/0149206308328507> (In Eng.).
11. Gupta, K. (2016) Capital Region Indicators – Benchmarking Progress in New York's Capital Region. Albany, New York: Capital district. Regional planning commission, 95 p. (In Eng.).
12. Hall, R. (1993) A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*. Vol. 14. No. 8, pp. 607–618, <https://doi.org/10.1002/smj.4250140804> (In Eng.).
13. Klein, J. (2014) The rise of the reputation economy. World Economic Forum. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2014/01/the-rise-of-the-reputation-economy/> (accessed: 15.05.2023) (In Eng.).
14. Mendoza, J. A. H. (2011) Region and capital Available at: [https://www.academia.edu/829614/REGI%C3%93N\\_Y\\_CAPITAL](https://www.academia.edu/829614/REGI%C3%93N_Y_CAPITAL) (accessed: 15.05.2023).
15. Raitchel, S., Schwaiger, M. (2015) The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value. *Strategic Management Journal*. Vol. 36. No. 6, pp. 945–956. (In Eng.).
16. Ritter, M. (2013) The Value of Reputational Capital – Why the opinion that the public has of your business is a strategic asset. Olivos: Ritter & Partners, 336 p.
17. Roberts, P. W., Dowling, G. R. (2002) Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*. Vol. 23. No.12, pp. 1077–1093. (In Engl.).
18. Schawbel, D. (2011) The Reputation Economy is Coming-Are You Prepared? Forbes. Available at: <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/28/the-reputation-economy/?sh=58d03e115ae5>

[www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/28/the-reputation-economy/?sh=58d03e115ae5](http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/28/the-reputation-economy/?sh=58d03e115ae5) (accessed: 15.05.2023).

19. Vargas-Hernandez, J. G. (2013) Reputational Capital as an Ethical Questioning of Technological Innovation the Case of Monsanto. *Global Journal of Management and Business Studies*. Vol. 3. No. 3, pp. 217–232 (In Eng.)

**Информация об авторах:**

**Лидия Сергеевна Леонтьева**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры регионального и муниципального управления, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

**SPIN-код РИНЦ:** 6508-6503

e-mail: leontieva@spa.msu.ru

**Маргарита Константиновна Романченко**, магистр, направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

e-mail: margeta@bk.ru

**Вклад соавторов:**

**Романченко М. К.** – 50%;

**Леонтьева Л. С.** – 50%.

Статья поступила в редакцию: 08.07.2023; принята в печать: 31.07.2023.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

**Information about the authors:**

**Lidiya Sergeevna Leontieva**, Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of Regional and Municipal Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

**SPIN-код РИНЦ:** 6508-6503

e-mail: leontieva@spa.msu.ru

**Margarita Konstantinovna Romanchenko**, postgraduate student, training program 38.04.04 State and municipal Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

e-mail: margeta@bk.ru

**Contribution of the authors:**

**Romanchenko M. K.** – 50%.

**Leontieva L. S.** – 50%.