

Секция «Медиакоммуникации органов государственного и муниципального управления»

Цифровая репутация как драйвер развития территории

Научный руководитель – Сафиуллин Марат Рашитович

Павлова Христина Александровна

Аспирант

Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики

Татарстан, Казань, Россия

E-mail: khristinsha@mail.ru

Репутационный капитал с развитием социальных сетей, трансформацией коммуникации и использованием новых цифровых технологий все больше из личной характеристики преобразуется в некоторый информационный ресурс, который начинает ощутимо влиять на капитализацию и стоимость компаний[1].

В современном информационном обществе все большую роль начинают играть интернет-технологии, социальные сети, платформы, объединяющие сайты, платежные системы и маркетплейсы. Меняется и по форме, и по содержанию маркетинговая и, связанная с ним, имиджевая политики и брендинг[2]. Практически все физические лица, предприятия и организации перемещают свою активность из реального мира в Интернет. Территории несколько отстают от этих процессов. В настоящей работе предпринята попытка рассмотреть репутационный капитал территории в информационном пространстве, изучить насколько серьезное влияние репутация оказывает на ключевые параметры социально-экономического развития.

Традиционно понятие репутации больше связывают с физическими лицами и организациями[1]. Понятие репутации часто путают или используют в качестве синонима понятиям гудвилла, имиджа и нематериальных активов. В настоящей работе предпринята попытка осознать понятие категории «репутации», предложить основные показатели и индикаторы для измерения, рассмотреть влияние репутационных факторов на ключевые параметры регионального развития, а также на этой основе сформулировать концепцию оценки репутации региона и предложить ряд репрезентативных методов его измерения, что, с нашей точки, является весьма актуальным и важным в плане выработки долгосрочной стратегии продвижения территории в глобальном пространстве, конструирования новой инвестиционной политики, а также политики экспорта территорий[3].

В исследовании предпринята попытка доказать, на основе проведения многомерных экономико-статистических исследований, тесную взаимосвязь уровня развития региональных институтов и показателей институциональных метрик с важнейшими индикаторами социально-экономического развития территории на примере одного из модельных регионов Российской Федерации- Республики Татарстан. Для этого за период с 2014 по 2021 годы были изучены динамика ВРП, налоговой отдачи, уровень занятости и заработной платы, а также ключевые рейтинги для сопоставления региональных возможностей развития[5].

Гипотеза исследования. В современном мире в условиях четвертой промышленной революции репутационные рейтинги и метрики начинают оказывать растущее и серьезное воздействие на процессы управления, узнаваемости и продвижение регионов в социально-экономическом пространстве и формирует новый драйвер развития, который в совокупности можно обозначить как репутационный капитал.

Основная идея исследования заключается в возможности измерить в условиях цифровизации влияние социальных сетей, платформ, коммуникаций на репутационные метрики и на развитие территорий.

Объектом исследования являются региональные социально-экономические системы и закономерности их развития в условиях динамично трансформирующегося ожиданий экономических агентов. Предметом исследования является отношения, возникающие между экономическими агентами внутри и вне региона в процессе разработки стратегии и формирования репутационного капитала.

Цель исследования состоит в развитии теоретико-методологических основ измерения репутационного капитала территории, а также разработка на этой базе укрупненных мероприятий и рекомендаций по повышению эффективности управления репутационным капиталом территорий.

Научная новизна исследования заключается в разработке, применении и обосновании действенных инструментов и методов цифрового репутационного капитала в части формирования экосистем для повышения эффективности стратегического управления регионом, его позиционирования и продвижения проектов, инициатив в информационном пространстве[4].

Для решения поставленных задач исследования применялось совокупность методов статистического, экономико-статистического и экономико-математического анализа взаимовлияния показателей репутационных метрик и ключевых показателей социально-экономического развития региона. Исследование полностью построено на открытых источниках Росстата и его территориальных подразделений, а также данных рейтинговых агентств.

Изучение трендов также дает основание утверждать, что роль репутационных факторов в региональном развитии будет только возрастать, особенно с расширением и углублением процесса цифровизации, поэтому стратегия социально-экономического развития регионов должна опираться на новый важный ресурс развития- репутацию как особый цифровой, коммуникационный и сетевой ресурс, феномен которого нуждается в активном изучении и развитии.

Предложенные автором методики и технологии измерения репутационного капитала применяются в ЦПЭИ АН РТ для проведения профильных расчетов для республики Татарстан и разработки предложений для правительства и государственных органов по развитию социально-экономической политики.

Методический инструментарий по оценке влияния репутации на региональную экономику используется в Агентстве Инвестиционного Развития Республики Татарстан для корректировки имиджевой политики, а также для проведения селективной политики с потенциальными инвесторами.

Источники и литература

- 1) Важенина И.С. Концептуальные основы формирования и совершенствования репутации региона // Региональная экономика: теория и практика. 2007. № 8. С.29-30.
- 2) Сафиуллин М.Р, Павлова Х. А. Репутационный капитал региона и особенности его формирования. «Казанский экономический вестник»– Казань, выпуск 2 (52), 2021.- 66-73 с.
- 3) Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутационный капитал региона: важнейшие аспекты// Электронный экономический вестник Татарстана. 2020.№3. С. 82-90.
- 4) Сафиуллин М. Р., Павлова Х.А. Репутация: новый драйвер развития региона / М. Р. Сафиуллин, Х.А. Павлова – Нижний Новгород: Издательство ИП Кузнецов Никита Владимирович, 2021. – 72 с.

- 5) Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Вестник экономического научного общества студентов и аспирантов: Межвузовский студенческий научный журнал = Bulletin of students' economic scientific society / Под редакцией специалиста по НИРС МБИ имени Анатолия Собчака Е.В. Мартыновой. – СПб.: Изд-во МБИ, 2021. №57. С.143-145.
- 6) Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. Methodical approaches to assessment of the impact of the reputation capital on investment processes in the region (On the example of regions of the Volga Federal district) // Humanities and Social Sciences Reviews. – 2019. – Vol. 7. – №5. – P. 840–846.