

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КАЗАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Шаехов Марат Рифович



**РЕПУТАЦИЯ КАК ФАКТОР
РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)**

Специальность 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(1. Региональная экономика)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель
Шинкевич Алексей Иванович,
доктор экономических наук,
доктор технических наук, профессор

Казань 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические основы формирования факторов развития экономики региона.....	11
1.1 Эволюция факторов развития экономики региона.....	11
1.2 Содержание основных понятий и категорий факторов развития региона	29
1.3 Методы измерения и региональные особенности факторов развития региона	37
Глава 2 Методические подходы к оценке факторов развития регионов	61
2.1 Исследование зарубежного опыта оценки факторов развития региона.....	61
2.2 Методические подходы к моделям оценки репутации региона как фактора развития в субъектах Российской Федерации	76
2.3 Разработка методических решений по управлению развитием экономической репутации региона	105
Глава 3 Апробация моделей оценки факторов развития региона (на примере репутации Республики Татарстан)	121
3.1 Моделирование и оценка факторов экономического развития региона (на примере Республики Татарстан)	121
3.2 Инструментальное обеспечение для оценки и развития экономической репутации региона	149
3.3 Стратегические инициативы по формированию экономической репутации как фактора развития региона (на примере Республики Татарстан)	157
Заключение	173
Список литературы	180
Приложения	202

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Турбулентная экономическая среда обостряет конкурентную борьбу на рынках мега-, макро- и мезосистем. Это ставит во главу угла более детальное изучение региональных особенностей функционирования экономических систем. Борьба за потребителя обуславливает выработку стратегии развития территории с учетом ряда факторов, которые, в свою очередь, требуют не только формирования организационного механизма, адекватного актуальным условиям функционирования региональной экономической системы, но и соответствующего методического инструментария. В этой связи актуальность приобретают изучение, анализ и моделирование факторов экономического развития региона. При этом если традиционные факторы экономического развития региона, такие как природно-климатические, инвестиционные, институциональные и т.п., уже нашли широкое отражение в научных исследованиях, то вопросы изучения качественных факторов экономического развития, которые относятся к нематериальным активам региона, например репутация, освещены слабо. Однако их роль в достижении экономического развития и роста региона будет только возрастать, что диктует необходимость рассмотрения данного вопроса с научной и практической точек зрения. Кроме того, высокая репутация региона обеспечивает доверие к региональной экономической системе, поддержку и приверженность в виде притока ресурсов различного рода.

Еще одним важным вопросом в современной России является неравномерность регионального развития, диспропорции инвестиционных потоков, что обусловлено репутацией региона, формируемой под влиянием ряда внутренних факторов – уровня жизни населения, условий развития бизнеса, развитости институциональной инфраструктуры, инновационной мезосистемы и т.д. Отсутствие информации и прозрачности процедуры инвестирования в

регионе снижает его привлекательность для внешних инвесторов, не желающих рисковать вложениями в такие территории.

В целях объективной и всесторонней оценки преимуществ и недостатков отдельных регионов требуется универсальная емкая методика формирования рейтинга экономической репутации в разрезе мезосистем, что обеспечит фундамент для сбалансированного развития национальной экономики.

Указанные положения раскрывают актуальность выбранной темы исследования и позволяют сформировать его цель и задачи, определить структуру, а также методологическое обеспечение.

Степень разработанности темы исследования. Тематика региональной экономической науки представлена в трудах таких исследователей, как М.И. Абрамова, М.К. Алимуратов, М.М. Вдовиченко, А.Ю. Гончаров, А.И. Гретченко, Д.А. Ендовицкий, Б.С. Жихаревич, Л.В. Иваненко, В.Л. Квинт, О.Н. Киселева, Е.Н. Королева, С.В. Манахов, Т.К. Прибышин, С.И. Рисин, В.Е. Селиверстов, Л.Ю. Филобокова, Г.А. Хмелева, В.А. Цыбатов и др.

Вопросам изучения факторов экономического развития региональных экономических систем особое внимание уделено в работах российских и зарубежных ученых, среди которых А.В. Бабкин, И.П. Гурова, М.В. Довбенко, В.С. Сопин, Д. Стиглер, А.А. Фридман, М.М. Хайкин, Дж.Р. Хикс, К.Д. Эрроу и др.

Исследованием репутации фирм, регионов и экономических систем в целом занимались М. Арслан, Д. Берж, Б. Бойд, Д. Буррус, А.С. Груничев, П. Дорчак, Л.А. Ельшин, Д. Кетчен, Дж. Клейн, К. Крейвенс, К. Ли, Дж. Лью, П. Маркович, М. Норт, М.А. Петераф, Ф. Полакб, С. Райтель, М.Р. Сафиуллин, Ч. Фомбрун, В.Н. Черепанова, Д. Шавбель, Х.М. Шамма, С. Шекер, В.А. Якимова и др.

Вопросы методологии оценки репутационного капитала региона раскрыты в трудах таких исследователей, как С.Г. Важенин, И.С. Важенина, Д.С. Канто, А.В. Комарова, К. Крейвенс, М.И. Кузьмин, Л.И. Куликова, Г.С. Мерзликина, О.А. Минаева, Н.О. Могхарбел, Р.Р. Нургатин, Э.Г. Оливер, С. Рамамурти,

Т.Ю. Решетникова, М.Г. Руденко, Ч. Фомбрун, Х. Шад Манаман, Х.М. Шамма, С.В. Шейман, Л.А. Шмидт, В.Е. Ющук и др.

Несмотря на массив работ, отражающих многосторонние аспекты факторов регионального экономического развития и роста, а также затрагивающих вопросы менее популярной в научной литературе оценки репутации региона, комплексная и всесторонняя методика измерения последней, на наш взгляд, отсутствует. В связи с этим проведен критический обзор известных подходов и предложена емкая многофакторная структура измерения экономической репутации региона, позволяющая повысить объективность ее оценки, а также разрабатывать модели и стратегии развития экономической репутации на уровне региона.

Цель и задачи диссертационного исследования. Цель диссертационной работы заключается в исследовании репутации региона как фактора экономического развития для повышения конкурентоспособности региональных экономических систем.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) систематизировать факторы экономического развития и роста региона и определить позицию репутации в их составе;
- 2) определить типы регионов с учетом особенностей формирования факторов экономического развития и предложить алгоритм типологизации регионов по уровню репутации;
- 3) обосновать методический каркас развития репутации региона;
- 4) разработать модель оценки факторов развития региона и построить прогноз регионального развития;
- 5) предложить комплекс стратегических инициатив по развитию репутации региона как фактора его экономического развития.

Объект диссертационного исследования. Объектом диссертационного исследования выступает региональная экономическая система.

Предмет диссертационного исследования. Предметом диссертационного исследования являются экономические и организационно-управленческие

отношения, складывающиеся в процессе формирования репутации как фактора экономического развития региона.

Соответствие исследования паспорту научной специальности.

Диссертация выполнена в соответствии с Паспортом научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: п. 1.1 «Теория пространственной и региональной экономики»; п. 1.3 «Региональное экономическое развитие и его факторы. Проблемы сбалансированности регионального развития. Сбалансированность региональных социально-экономических комплексов».

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке теоретических положений и методического инструментария по оценке и укреплению репутации региона как фактора, оказывающего позитивное влияние на экономику региона. Приращение научного знания достигается в следующих положениях работы:

1) систематизированы факторы регионального экономического развития и выделено место репутации в них; предложенная систематизация, в отличие от существующих теоретических концепций, основана на междисциплинарном подходе к управлению разноуровневыми экономическими системами, что позволило сформировать собственный понятийно-категориальный аппарат теории региональной экономики и конкретизировать объект, предмет, функции и инструменты исследования для повышения уровня достоверности изучаемых социально-экономических явлений и процессов в региональных экономических системах (п. 1.1 Паспорта специальности 5.2.3; разд. 1.1, 1.2, 1.3 диссертации);

2) предложена модель типологизации регионов с учетом особенностей формирования факторов регионального экономического развития, на основе которой представлен алгоритм идентификации типа региона по уровню экономической репутации, базирующийся на расчете синтетического показателя $УЭР_{рег}$ (уровень экономической репутации региона) и выявлении типа региона в зависимости от принадлежности к одной из четырех категорий (регионы с высоким, умеренно высоким, средним и низким уровнем экономической репутации), отличающийся системным подходом к достижению

сбалансированности региональных социально-экономических систем и рейтинговой оценкой регионов в разрезе 15 факторов формирования репутации, развивающий инструментарий мониторинга рейтинга регионов на федеральном уровне (п. 1.3 Паспорта специальности 5.2.3; разд. 2.2, 3.1 диссертации);

3) обоснован методический каркас развития и роста региональной экономической репутации, отличающийся от существующих подходов систематизацией целей, субъектов, объектов, этапов, принципов, подходов, методов, инструментов и индикаторов, что позволило сформировать иерархическую сбалансированную систему показателей факторов экономического развития региона, отражающую взаимосвязь между развитием, кадровым обеспечением, процессами, потребителями и маркетингом для достижения генеральной стратегической цели, что в совокупности обеспечивает идентификацию драйверов роста региональной экономики в проекциях человеческого, финансового, реального капитала, туризма, рынков, инноваций, природных ресурсов и институтов, балансируя элементы региональной системы и повышая ее конкурентоспособность (п. 1.3 Паспорта специальности 5.2.3; разд. 2.3 диссертации);

4) разработана модель активизации ключевых факторов репутации региона, отличающаяся применением качественно-количественных показателей, что позволило построить прогноз роста валового регионального продукта на основе стимулирования ключевых факторов экономической репутации региона (производительность труда, доля трудоустроенных выпускников, инвестиции в основной капитал, туристический поток), что имеет важное значение для разработки управленческих решений в области стратегических инициатив регионального экономического развития и повышения конкурентоспособности (п. 1.3 Паспорта специальности 5.2.3; разд. 2.1, 2.2, 3.1 диссертации);

5) предложен комплекс стратегических инициатив по развитию экономической репутации региона, отличающийся от существующих стратегий включением комбинированного инструментального обеспечения для оценки репутации региона, что позволило разработать методический базис по созданию

универсальной стратегии развития репутации региона, синтезирующей институты, инструменты и характеристики территории на основе использования единой информационной платформы, что повышает гибкость, адресность и оперативность стратегических управленческих решений (п. 1.3 Паспорта специальности 5.2.3; разд. 3.2, 3.3 диссертации).

Теоретическая значимость работы. Теоретическая значимость диссертационного исследования обусловлена вкладом в совершенствование теоретических положений теории регионального экономического развития, теории управления разноуровневыми экономическими системами, концепции факторов экономического развития и роста региона, концепции репутационного капитала региона; уточнением дефиниции «экономическая репутация региона» как нематериального актива территории; адаптацией сбалансированной системы показателей применительно к факторам экономического развития региона; изучением взаимосвязи между факторами экономического развития на уровне региональных экономических систем; разработкой стратегических инициатив развития репутации региональной экономики.

Практическая значимость работы. Практическая значимость проведенного исследования заключается в обобщении методов оценки факторов регионального экономического развития и роста, в том числе репутации, направленных на повышение конкурентоспособности и эффективности региональной экономической системы; с целью улучшения оценки экономической репутации региона предложена система измерения, учитывающая множество факторов и повышающая точность оценки экономической деятельности в регионе; предложена аналитическая методическая база и система оценки экономической репутации региона, носящая полиинструментальный характер, отвечающий современным трендам развития экономических систем разного уровня; сформированы типологическая карта и алгоритм идентификации типа региона по уровню развития экономической репутации, позволяющие выявить системные тренды региональных экономических систем.

Теоретико-методологическая основа исследования. Представленные в диссертации положения опираются на концептуальные подходы отечественных и зарубежных ученых к развитию региональных экономических систем, сбалансированности регионального развития, управлению репутацией региона как развивающим его экономику фактором.

Реализация комплекса общих и частных методов, таких как системный, дедуктивный и индуктивный подходы, методы анализа и синтеза, сравнения, формализации и визуализации результатов исследования, эконометрического моделирования, корреляционного, регрессионного, дескриптивного, кластерного, компонентного и факторного анализа, способствовала достижению цели исследования и получению объективных научных результатов.

Информационная база исследования. Полученные научные результаты опираются на массив знаний, отраженных в научных публикациях отечественных и зарубежных ученых (научных статьях, диссертационных исследованиях и т.п.), на статистические и иные данные, опубликованные на официальных сайтах Министерства экономического развития Российской Федерации, Министерства экономики Республики Татарстан, Федеральной службы государственной статистики, Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан и других ведомств, официальном сайте Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан, на отчетность инвестиционных порталов регионов, аналитических и рейтинговых агентств, стратегий и программ развития национальной и региональной экономики.

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Достоверность результатов подтверждается тем, что теоретические положения базируются на опубликованных ранее научных трудах, посвященных вопросам развития региональных экономических систем и способствующих этому факторов, включая репутацию региона. Предлагаемые стратегические инициативы и рекомендации основаны на применении инструментов экономико-математического и функционального (логико-информационного) моделирования,

что способствовало выявлению качественных зависимостей и формулированию объективных выводов.

Основные положения диссертации прошли апробацию на международных и всероссийских научно-практических конференциях и конкурсах, в числе которых Международный форум «Kazan digital week» (г. Казань, 2021, 2022 гг.), II Международная научно-практическая конференция «Тенденции развития логистики и управления цепями поставок в условиях цифровой экономики» (г. Казань, 2021 г.), III Международная научно-практическая конференция «Тенденции развития логистики и управления цепями поставок» (г. Казань, 2022 г.), Всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные тренды цифровой трансформации промышленных предприятий» (г. Казань, 2022 г.), Всероссийская научно-практическая конференция «Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия» (г. Курск, 2024 г.) и др.

Результаты диссертационного исследования использованы в деятельности Министерства экономики Республики Татарстан и в учебном процессе института управления инновациями Казанского национального исследовательского технологического университета, что подтверждено соответствующими справками.

Публикации. По теме диссертации опубликовано 12 научных работ общим объемом 7,8 печ. л., из них 6 статей в изданиях, рекомендуемых ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Структура и объем работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы (181 наименование) и 9 приложений. Общий объем работы – 270 страниц.

Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

1.1 Эволюция факторов развития экономики региона*

Смена научных формаций на протяжении развития экономической мысли характеризовалась наличием большого количества направлений и научных школ, отражающих тенденции и актуальные вопросы экономической науки с учетом времени. Проследить последовательность этапов эволюции экономической науки можно используя историко-логический экономический анализ, позволяющий систематизировать основные закономерности, категории и проблемы, которые решались в рамках того или иного научного направления. Обобщение теоретических концепций эволюции экономической мысли дало возможность определить вехи в развитии экономики и те научные школы, которые им соответствовали.

Так, обобщение работ экономистов по вопросам историко-логической эволюции экономических научных школ позволило выделить следующие их этапы для современной экономической науки:

1) неоклассическая экономическая наука, представленная теорией неоклассического синтеза, теорией невозможностей, теорией промышленной организации, теорией дуалистической экономики с избытком рабочей силы и др. [114; 124; 149; 166];

* Настоящий раздел диссертации как один из основных результатов диссертации частично опубликован в рецензируемых научных изданиях согласно пункту 11 Положения о присуждении ученых степеней Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (в действующей редакции) «О порядке присуждения ученых степеней» в статьях: [137; 142]. Об этом сообщается на основании пункта 14 вышеуказанного Положения.

2) неокейнсианская экономическая наука, представленная теорией неравномерных толчков, теорией жизненного цикла, моделью межотраслевого баланса, моделью оптимального распределения ресурсов, моделью информационной асимметрии и т.п.;

3) неинституциональная экономическая наука, включающая новую институциональную экономическую теорию, теорию человеческого капитала, теорию портфельных инвестиций, анализ рыночных границ фирмы, теорию сложных систем, теорию самоорганизующихся систем и т.п.;

4) новые теории прикладного характера, среди которых такие как теория игр, экспериментальная экономика, теория множественного выбора, вероятностные модели экономической динамики и др.;

5) инновационная экономика, экономика знаний, включающие теорию инноваций, теорию трансформации, теорию системной динамики, теорию предпринимательства и др.;

6) бихевиоральная экономика, представленная теорией перспектив, теорией благосостояния, теорией, гипотезой эффективного рынка и т.п.;

7) цифровая экономика, информационная экономика, интернет-экономика, сетевая экономика, шеринговая экономика [10; 33; 36; 110; 125].

Нынешние условия ведения производственно-хозяйственной деятельности и система социально-экономических отношений характеризуются высоким уровнем сложности, самоорганизации, саморазвития, что требует не просто уточнения практики применения существующих экономических механизмов, институтов и способов выстраивания экономических трансакций, учета их динамики, но и обуславливает необходимость разработки новых научных концепций, основанных на интеграции существующих и вновь формируемых направлений развития экономических систем. К таковым следует причислить механизмы эффективного применения не только материальных, но и нематериальных активов, а также специфических активов, значимость которых наиболее остро начинает проявляться в эпоху цифровой экономики и развертывания четвертой промышленной революции в глобальном масштабе.

В настоящее время в научной литературе нашли широкое отражение вопросы изучения факторов устойчивого экономического развития экономики региона. Проблематика данного вопроса широко представлена в работах [14; 29; 46; 120; 144].

В целом исследователи схожи во мнении, что устойчивое экономическое развитие региона – это многогранный процесс, приводящий к повышению уровня благосостояния населения посредством сбалансированного совершенствования экономической, социальной и экологической подсистем. Устойчивое экономическое развитие региона демонстрирует его жизнеспособность, определяет способность региона сохранять и приумножать параметры уровня жизни и развития производства, противодействуя внешним негативным воздействиям.

На устойчивое развитие региона влияет множество факторов:

1) природно-экологические факторы – способность региона сохранять природные ресурсы без ущерба для экологии на основе использования наилучших доступных технологий и принятых экологических стандартов производства и потребления;

2) социальные факторы – характеристика трудовых ресурсов, уровень развития человеческого капитала и др.;

3) институциональные факторы – нормы, правила и модели поведения, действующие в регионе, и т.п.;

4) организационно-управленческие факторы – гибкость и эффективность региональной системы управления, адресность и оперативность принятия управленческих решений на региональном уровне управления, уровень открытости региональной экономической системы;

5) финансовые факторы – региональная банковская система, внебюджетные фонды, финансы предприятий региона, финансовые и страховые учреждения;

6) экономические факторы – программы и стратегии регионального экономического развития, инвестиции, точки роста региональной экономики;

7) инфраструктурные факторы – поддержка предпринимательства, инноваций, территории опережающего развития, особые экономические зоны и т.п.;

8) производственные факторы – промышленные предприятия, производственные ресурсы;

9) факторы инновационной деятельности – инновационная активность, инновационная продукция, трансфер инноваций в промышленность, инновационная инфраструктура и др.;

10) логистические факторы – развитие транспортных коммуникаций, управление цепями поставок и т.п.;

11) научно-технические факторы – уровень развития технологий, объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, численность и кадровый состав исследователей и инженеров и др.;

12) информационные факторы – уровень внедрения информационных технологий, электронная среда, цифровые платформы и т.п. [25; 67; 71].

Однако, полагаем, что в настоящее время исследование факторов устойчивого развития региона сосредоточено больше на традиционных факторах, таких как экономические, социальные, геополитические и др. Несомненно, их доля очень велика при влиянии на региональное развитие, однако есть и другие факторы, требующие изучения в контексте достижения устойчивого развития региона. Не получили должного изучения факторы устойчивого развития региона, которые могут быть классифицированы как нематериальные активы территории. Среди них предлагаем выделить для изучения феномен репутации экономики региона как фактора его устойчивого развития.

На сегодняшний день изучение социально-экономических систем необходимо проводить не только в контексте традиционных концепций экономического развития, апеллирующих такими понятиями, как факторы производства, научно-технический прогресс и т.д., но и учитывать те категории, которые до этого не вводились в научный оборот либо имели исключительно теоретическое обоснование и не использовались в построении алгоритмов,

моделей развития экономических систем. В связи с развитием инновационной экономики, экономики знаний, информационной экономики в число таких категорий входят, прежде всего, неосязаемые факторы производства, неосязаемые активы, неосязаемые ресурсы.

Усиление тренда на фелицитарную политику, удовлетворенность качеством социально-экономических отношений формирует новое научное направление в экономической науке – репутационную экономику. Более глубоко в изучении данного феномена продвинулись зарубежные исследователи. Анализ понятия «репутационная экономика» в исследованиях зарубежных ученых позволил охарактеризовать ее как новую экономическую концепцию, для которой пока не сложилось единого мнения относительно объекта и предмета ее изучения. В соответствии с определением Д. Шобела репутационная экономика представляет собой среду, где имидж акторов транзакций образуется на основе онлайн-оценки их положительных и отрицательных качеств со стороны других агентов [176].

В данном подходе к определению репутационной экономики акцент смещается на конкретного человека, что, полагаем, является не совсем верным, поскольку сведение репутационной экономики до уровня индивида не учитывает сложность экономической системы, взаимосвязь ее подсистем и элементов. В данном контексте имеет место «суживание» сущности понимания репутационной экономики. Отметим также, что, с одной стороны, подход Д. Шобела учитывает тренды современного развития, подчеркивая важность информационных технологий при оценке имиджа акторов, но, с другой стороны, только онлайн-оценка не позволяет учесть мнения других субъектов хозяйствования, которые не информированы либо не имеют доступа к системе оценочных критериев.

Схожая позиция прослеживается в определении репутационной экономики в исследовании Д. Бурруса, который понимает под ней цифровой капитал субъектов предпринимательской деятельности, оценивать и анализировать который могут все заинтересованные лица. В данном определении также ярко выражен микроподход и превалирует маркетинговая составляющая оценочных показателей. Кроме того, полагаем, что репутация имеет отношение не только к

отдельным индивидам, но и к институциональным структурам, кластерам, мезосистемам и т.п., что не позволяет рассматривать данное понимание репутационной экономики как емкое и всеобъемлющее [156].

Микроподход к определению категории «репутационная экономика» отмечается также в работах Дж. Клейна, который указывает на первостепенность бренда у предприятия промышленности или организации сферы услуг при выстраивании цепочек кооперации для повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности. Полагаем, что определение репутационной экономики, предложенное Дж. Клейном, более справедливое, поскольку, во-первых, выходит за рамки только количественной оценки отдельных субъектов предпринимательской деятельности на основе инструментов маркетинга, вводя понятие оценки по цепочке кооперации; во-вторых, кооперация, являясь элементом сетевой экономики, более полно характеризующей взаимосвязь между субъектами хозяйствования, дает возможность расширить границы понимания репутационной экономики до уровня взаимного доверия, интеграции в рамках бизнес-моделей шеринга. Возрастание роли шеринга в современной экономике следует учитывать при определении границ репутационной экономики. Например, такие компании, как Uber с арендой автомобилей для сервиса такси, Airbnb с арендой жилья, Kiva с системой микрозаймов и т.п., используют бизнес-модель продвижения своей продукции или услуг преимущественно за счет своей репутации и положительного имиджа.

Ч. Фомбрун под репутацией понимал собирательную экономическую категорию, включающую представления о компании, которые вкуче формируют ее нематериальный актив, способный повысить конкурентные преимущества, что позволяет также говорить о повышении ценности капитала компании в целом [161].

Аналогичное понимание репутации как способа повышения конкурентных преимуществ прослеживается в определении Р. Холла, который указывает на репутацию как на вид нематериального ресурса, редуцируемого, прежде всего,

руководством компании и являющегося залогом успеха в конкурентной борьбе [164].

М.А. Петераф также акцентирует внимание на доминировании положительной репутации фирмы в конкурентной гонке, которая обеспечивает компании различные стратегические преимущества, снижая асимметричность информации и уровень неопределенности для стейкхолдеров [170]. Отличительной особенностью репутации является то, что ей можно управлять, используя механизмы, функции и модели управления, чтобы сформировать в сознании стейкхолдеров положительный имидж компании, повышающий ее положительную репутацию и, как следствие, ценность нематериальных активов и конкурентоспособность в целом [18; 174].

Таким образом, можно представить движение стейкхолдеров по пути формирования репутации компании в виде пирамиды, где каждая последующая ступень добавляет ценности репутации как нематериальному активу, осуществляя восхождение от незнания к знакомству, узнаванию, осведомленности, оформлению образа и утверждению образа в сознании стейкхолдеров (рисунок 1.1.1).



Рисунок 1.1.1 – Рост ценности репутации по этапам ее формирования

Примечание – Составлено автором.

Ряд зарубежных ученых, изучающих феномен репутационной экономики, в том числе М. Арслан, С. Шекер [153], Б. Бойд, Д. Берж, Д. Кетчен [155], П. Дорчак, П. Маркович, Ф. Полакб [159], К. Ли, М. Норт, Дж. Лью [169] и др., представляют актуальные и интересные модели, методики оценки репутационной экономики, однако преимущественно с позиции индивида либо компании, что требует, на наш взгляд, более глубинной и детальной проработки на других уровнях управления экономическими системами, в частности на мезо- и макроуровнях.

Обратим внимание, что в исследованиях российских ученых феномен репутационной экономики освещен очень слабо, имеют место в основном фрагментарные работы по данной тематике. Так, в определении В.Н. Черепановой основное внимание уделяется вопросам поддержания положительного имиджа индивида или организации, который носит постоянный характер и в процессе накопления способствует формированию положительного образа в социально-экономической системе [127].

В данном случае, в отличие от работ зарубежных исследователей, присутствует как микро-, так и макроподход к определению репутационной экономики, что расширяет границы исследований данной категории. Другие российские исследователи – А.С. Груничев и Л.А. Ельшин предлагают понимать под репутационной экономикой синтез общественных наук, предметом изучения которых являются производство, распределение, обмен и потребление благ, образованных благодаря положительной репутации субъектов хозяйствования в цифровой среде, которые выступают как «социальные доказательства», способствующие расширению кооперационных связей, формируя дополнительные экономические и социальные выгоды [32]. Таким образом, можно выделить следующие этапы эволюции современной экономической науки и обозначить в ней место репутационной экономики (рисунок 1.1.2).

Несомненно, все современные научные концепции развивались параллельно, но с превалированием инструментов, методов, объектов и предметов исследования той, которая доминировала в определенный момент времени.

Принцип преемственности считаем основным в развитии экономической мысли. На данном этапе развития экономической науки отмечается совместное развитие таких экономических направлений, как бихевиоральная экономика, цифровая экономика, экономика совместного потребления, сетевая экономика и репутационная экономика. Отличительной особенностью данных экономических направлений является то, что ведущая роль в развитии социально-экономических систем принадлежит сфере нематериальных активов и неявных знаний, в частности, человеческого капитала, интеллектуального капитала, цифрового капитала, социального капитала, репутации и т.п. В этой связи полагаем, что репутация региона может рассматриваться как один из факторов для достижения его устойчивого развития.



Рисунок 1.1.2 – Эволюция современной экономической науки и место репутационной экономики в ней

Примечание – Составлено автором.

Отметим, что понятие «репутация» связано с такими качественными характеристиками, как имидж, бренд, гудвилл, нематериальный актив. На рисунке 1.1.3 визуализированы критерии данных категорий. Обращает на себя внимание то, что репутацию характеризуют преимущественно качественные критерии. Недостатком является то, что репутация не отражается в балансе предприятий и формах отчетности, что формирует определенные сложности в плане ее количественной оценки и бенчмаркинга в разрезе экономических систем и субъектов хозяйственной деятельности.

Критерии	Имидж	Бренд	Гудвилл	Нематериальный актив	Репутация
Эмоциональная окраска	+	+	-	-	+
Уникальность	+	+	-	-	+
Отражение на балансе и в статистике	-	-	-	+	-
Прямое влияние на капитализацию	-	+	-	+	+
Возможность количественного измерения	-	-	+	+	+
Влияние на вовлеченность/притяжение человеческого капитала	+	+	-	-	+
Цифровой формат	-	-	-	-	+
Платформенность	-	-	-	-	+
Прямое влияние на экономическое развитие	+	+	-	+	+

Рисунок 1.1.3 – Понятие «репутация» в сравнении с другими категориями по критериям оценки

Источник: [107, с. 57].

Таким образом, подытоживая, обратим внимание на следующие особенности в эволюции понятия «репутационная экономика»:

1) репутационная экономика представляет собой синтез общественных наук (экономика, психология, социология);

2) инструментом формирования репутационной экономики выступают цифровые технологии управления социально-экономическими системами;

3) ключевым фактором развития репутационной экономики является имидж (бренд, репутация) рассматриваемого объекта исследования;

4) понятие репутационной экономики формировалось на уровне индивида и далее получало распространение на последующих уровнях управления социально-экономическими системами (микро- и макроуровни управления);

5) в определении и оценке репутации субъектов хозяйствования и отдельных индивидов использовались преимущественно маркетинговые инструменты оценки репутации;

6) репутационная экономика рассматривается как фактор доверия при совершении транзакций между экономическими агентами;

7) репутация экономических субъектов представляется нематериальным активом, играющим ведущую роль в экономическом развитии;

8) основу репутационной экономики составляет информация, которая служит сигналом к осуществлению транзакций между участниками производственно-хозяйственной деятельности в процессах производства, распределения и потребления благ;

9) ключевым положением репутационной экономики является то, что стоимость (в данном случае уместно говорить о понятии ценности) репутации выступает как самовозрастающая стоимость и при ее положительном значении имеет свойство к ежегодному увеличению.

Однако обратим внимание, что в определении репутационной экономики рассматриваются только положительные стороны репутации или имиджа объектов исследования и упускается из вида возможность формирования отрицательной репутации, которая приводит к снижению как экономической, так и социальной эффективности систем [129; 135].

Таким образом, репутационную экономику можно представить как синтез научных дисциплин, объединяющих поведенческую экономику, цифровую экономику, социологию, психологию, экономику совместного пользования, сетевую экономику (рисунок 1.1.4).

В теоретических исследованиях отечественных и зарубежных ученых понятие «репутационная экономика» отождествляется с репутационным менеджментом. Возникновение репутационного менеджмента в рамках репутационной экономики было связано с ростом потребительских ожиданий относительно субъектов предпринимательской деятельности.



Рисунок 1.1.4 – Репутационная экономика как синтез научных дисциплин
Примечание – Составлено автором.

В данном случае речь шла о таких понятиях, как деловая репутация фирмы, ее имидж в глазах потребителей и т.п., которые не имеют вещественной оценки, но относятся к нематериальным активам компании, повышающим ее капитализацию на рынке и являющимся индикаторами для достижения устойчивой позиции на рынке. Здесь также прослеживается микроподход к пониманию репутации исключительно на уровне предприятий сферы производства или организаций сферы услуг. Например, Э. Брукинг включал репутацию компании в состав интеллектуального капитала и впервые указал, что ценность нематериальных активов, в частности репутации, с течением времени возрастает в отличие от материальных активов, стоимость которых имеет тенденцию к ежегодному снижению [16].

Итак, репутация рассматривается как устойчивый нематериальный актив, фактор достижения устойчивого развития экономики региона, характеризующийся самовозрастающей стоимостью и имеющий большую ценность по сравнению с материальными активами в современных экономических реалиях, связанных с развитием цифровой и поведенческой экономики.

Обобщая научные подходы к пониманию репутации, выделим следующие ее особенности:

- повышает уровень доверия и формирует дополнительную ценность для блага с позиции психологии и моделей поведения;
- минимизирует риски для потребителей, повышая уровень их лояльности;
- является информационным сигналом при принятии решения в выборе альтернатив;
- повышает уровень удовлетворенности внешних потребителей (поставщиков, покупателей, государства и т.п.);
- повышает уровень удовлетворенности внутренних потребителей (акционеров, сотрудников и т.п.);
- способствует привлечению человеческого и физического капитала с более высокой стоимостью;
- повышает уровень конкурентоспособности;
- расширяет перспективы по привлечению инвестиционных возможностей;
- выступает гарантом надежности и успешности в деловой среде [34; 61; 105].

Таким образом, представим место репутации субъектов хозяйствования в цепочке повышения конкурентных преимуществ и увеличения ценности: положительная репутация способствует росту стоимости нематериальных активов, которые отражаются на росте совокупных активов, что, в свою очередь, приводит к росту рыночной капитализации и повышению конкурентоспособности (рисунок 1.1.5).

Принимая во внимание используемые в экономической науке теории, следует указать на присутствие различных направлений репутационной экономики:

- репутационная экономика макросистем;



Рисунок 1.1.5 – Пятиступенчатая цепочка роста ценности через репутацию

Примечание – Составлено автором.

- репутационная экономика мезосистем (регионов, отраслей, комплексов, ТНК, сетей и т.п.);

- репутационная экономика институтов (экономических, социальных, политических, научных и т.п.);

- репутационная экономика микросистем (промышленных предприятий, организаций сферы услуг);

- репутационная экономика индивида (рисунок 1.1.6).



Рисунок 1.1.6 – Направления изучения репутационной экономики

Примечание – Составлено автором.

Таким образом, представим уточненное определение репутационной экономики на основе обобщения и конкретизации научных концепций, которые изучают и развивают данную область исследования. Репутационная экономика – междисциплинарная наука, изучающая репутацию субъектов экономической деятельности на макро-, мезо- и микроуровне экономических систем, а также на уровне отдельных индивидов и институтов, которая выступает как способ повышения (в случае положительной репутации) либо уменьшения (в случае отрицательной репутации) социально-экономической эффективности деятельности.

Объектами исследования репутационной экономики служат социально-экономические, научно-технические, институциональные, организационно-управленческие отношения, характеризующие репутацию акторов транзакций в экономической системе.

Предметом изучения репутационной экономики являются модели поведения, взаимоотношений, кооперации, сотрудничества между субъектами хозяйствования, формирующие их репутацию на разных уровнях управления экономической системой.

Инструментами воздействия на репутацию экономических агентов при этом выступают:

- экономические (ценовые сигналы, инвестиции, страхование, рыночная капитализация и др.);
- управленческие (корпоративная культура, мониторинг, стимулирование);
- институциональные (общественные институты, институты предпринимательства, идеологические институты и т.п.);
- маркетинговые (цена, система продвижения, система распределения и др.).

Функции репутационной экономики заключаются в сочетании методов, способов и инструментов познания и развития репутации субъектов хозяйственной деятельности на разных уровнях управления экономическими системами и реализуются через следующие подфункции:

- методологическая – представлена инструментарием (методы, способы) получения научного знания, раскрывающим закономерности формирования репутации субъектов хозяйствования;

- познавательная – познание процессов и явлений, описывающих репутацию хозяйствующих субъектов в экономической системе;

- практическая – позволяет повысить эффективность деятельности, в том числе с позиции экономических, социальных, управленческих характеристик, в результате формирования положительной репутации субъектов хозяйственной деятельности;

- прогностическая – позволяет прогнозировать тренды эффективности экономической и организационно-управленческой деятельности под влиянием изменения репутации субъектов хозяйствования;

- прикладная – заключается в разработке программ повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования и экономических систем разных уровней управления посредством формирования положительной репутации в деловой среде.

Единицей изучения репутационной экономики является репутация субъектов хозяйствования или отдельных систем разных уровней управления, которая может быть охарактеризована с трех позиций:

- положительная репутация;
- отрицательная репутация;
- нулевая репутация.

При этом под репутацией понимается закрепившееся в сознании индивидов представление о рассматриваемом объекте, моделях его поведения, установках, намерениях, отношении к другим участникам деловой среды.

Понятийно-категориальный аппарат репутационной экономики представим в таблице 1.1.1.

Следует отдельно остановиться на трактовании такого понятия, как репутация. В соответствии с проделанным анализом существующих теорий предлагается под репутацией понимать совокупность информации, по которой

оценивается уровень доверия к субъекту экономической деятельности. Информация может касаться разных тем, и в соответствии с ними репутацию можно рассматривать с нескольких сторон: финансовой, рыночной, социальной, корпоративной, инвестиционной, экологической и цифровой.

Таблица 1.1.1 – Понятийно-категориальный аппарат репутационной экономики

Характеристика	Сущность
Наука	Междисциплинарная область знаний
Объект	Социально-экономические отношения Научно-технические отношения Институциональные отношения Организационно-управленческие отношения
Предмет исследования	Модели поведения Модели взаимоотношений Способы и механизмы кооперации, сотрудничества
Уровни	Макроуровень Мезоуровень Микроуровень Уровень индивидов
Единица изучения	Положительная репутация Отрицательная репутация Нулевая репутация
Инструменты	Экономические Институциональные Маркетинговые Управленческие
Функции	Методологическая Познавательная Практическая Прогностическая Прикладная
Примечание – Разработано автором.	

Репутационная экономика – это часть современной национальной экономики, имеющая междисциплинарный и полиструктурный характер, которая благодаря связыванию цифровых технологий и узнаваемости позволяет увеличить доверие между экономическими агентами и улучшить эффективность их взаимодействия.

Репутационный капитал – это дополнительный экономический эффект, который может получить субъект за счет новых экономических отношений, возникающих при увеличении его узнаваемости и уровня доверия к нему посредством цифровой среды.

Репутация субъекта неразрывно связана с другой категорией – понятием доверия. Существует множество подходов к его рассмотрению – с точек зрения социологии, психологии, политики и экономики. При этом на данный момент отсутствует единое определение. В контексте задач нашего исследования одно из самых полных определений дается в аналитическом докладе аудиторско-консалтинговой компании «ФБК»: доверие – это количественная динамическая характеристика взаимоотношений различных экономических субъектов, которые основаны на выгоды экономических результатов взаимодействия и на уверенности в добросовестности (лояльности, искренности и пр.) друг друга.

Разберем данное понятие на составляющие и определим, какие инструменты информационно-коммуникационных технологий способствуют развитию доверия между субъектами (таблица 1.1.2).

Таблица 1.1.2 – Компоненты доверия

Компоненты	Инструменты
Добросовестность / Порядочность	Оценки Отзывы
Уверенность / Надежность	Прозрачность операции, возможность отслеживания статуса заказа/ обращения Информация на других сайтах Возможность оформить возврат при ненадлежащем качестве Защищенность финансовых операций Электронные чеки
Выгодность	Рейтинг по цене Рейтинг по количеству покупок
Взаимоотношение	Цифровая копия субъекта
Примечание – Составлено автором.	

При новых видах взаимодействия посредством сети Интернет экономические агенты не могут увидеть/оценить сам товар, увидеть другую сторону экономических отношений. Именно поэтому доверие играет ключевую роль при таких видах взаимоотношений.

Таким образом, эволюция развития репутационной экономики характеризуется синтезом различных научных дисциплин, что позволяет

представить ее как междисциплинарную область исследований, располагающую собственным понятийно-категориальным аппаратом, которая изучает репутацию субъектов экономической деятельности на макро-, мезо- и микроуровне экономических систем, а также на уровне отдельных индивидов и институтов, выступающую способом повышения (в случае положительной репутации) либо уменьшения (в случае отрицательной репутации) социально-экономической эффективности деятельности и конкурентоспособности экономических систем. Исходя из рассмотренных теоретических подходов к эволюции факторов устойчивого экономического развития региона, следует заключить, что наряду с другими факторами устойчивого развития региона – экономическими, социальными, институциональными, природно-климатическими и т.п. – необходимо при планировании и реализации стратегий регионального экономического развития учитывать фактор репутации региона.

1.2 Содержание основных понятий и категорий факторов развития региона

Факторы устойчивого экономического развития региона будем рассматривать с позиции репутации региона как одного из факторов его развития. Репутационная экономика как самостоятельная область научного знания имеет собственные экономические законы и категории, которые, учитывая сравнительную молодость данного направления исследования, требуют конкретизации и уточнения для формирования ее собственной комплексной методологии с последующим совершенствованием и развитием.

Проблематика регионального экономического развития является достаточно проработанной в научном сообществе. Отметим, в частности, такие вопросы регионального экономического развития, как региональные стратегии социально-

экономического развития [8; 109], стратегирование регионального экономического развития [42; 60], инновационные аспекты регионального экономического развития [48], направления инновационного развития регионов [3], вопросы сбалансированности регионального развития [40], реализация региональной научно-технической, инновационной и промышленной политики [101; 123], формирование «умной» специализации региона [64] и др. Тематика же оценки развития региона в контексте репутационной экономики только начинает набирать популярность в научно-исследовательской среде.

Следует обратить внимание на целевые группы, которые оценивают репутацию субъекта хозяйствования в деловой среде. Г. Даулинг подразделяет их на четыре укрупненные группы:

1) нормативная, или институциональная, целевая аудитория, которая устанавливает «правила игры» на рынке, нормативно-правовое регулирование деятельности и контроль за исполнением предписаний нормативно-правовых актов, а также неформальные правила поведения, которые не являются обязательными, но могут оказать влияние на формирование положительной или отрицательной репутации (органы государственной власти, общественные объединения и движения и т.п.);

2) функциональная целевая аудитория, которая включает поставщиков всех уровней, посредников, сотрудников, которые участвуют в процессах создания стоимости продукции и доведения ее до конечного потребителя;

3) диффузная аудитория, которая создает окружение опосредованного влияния на деятельность субъектов хозяйствования через коммуникационные каналы в вопросах защиты окружающей среды, реализации социальных проектов, формирующих общественное мнение и отражающихся на репутации (СМИ);

4) целевые группы потребителей, которые проходят «жизненный путь» от неосведомленных до лояльных к компании через ее репутацию [105; 116].

С позиции морфологического анализа репутационной экономики имеет важное значение рассмотрение структурных составляющих репутации. Международной организацией, занимающейся вопросами формирования

репутации на уровне компаний, – International Reputation Institute выделены основные элементы репутации, качество которых оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность субъектов предпринимательской деятельности. Среди них следует указать следующие:

- фактор эмоциональной привлекательности продукции или услуги;
- качество продукции или услуги;
- уровень доверительности и надежности отношений с сотрудниками, поставщиками и посредниками;
- репутация топ-менеджмента как главного «лица» компании, модели поведения которого определяют образ производимого продукта или оказываемой услуги, а также организации непосредственно;
- социальная ответственность бизнеса;
- финансовые показатели, отражающие положение компании в отрасли, уровень ее развития и устойчивости, что особенно важно в условиях кризиса [158; 172].

Обобщение источников по вопросам выделения структурных составляющих репутации позволило систематизировать их следующим образом:

- финансовый компонент, включая темпы роста компании, рыночную капитализацию, финансовую отчетность и др.;
- рыночный компонент – уровень лояльности потребителей, прирост количества новых потребителей и т.п.;
- корпоративный компонент – уровень удовлетворенности сотрудников, текучесть кадров, уровень развития корпоративной культуры, открытость для стейкхолдеров и т.п.;
- социальный компонент – вклад в достижение устойчивого развития общества, решение социальных вопросов, прозрачность деятельности и др. [6; 7; 57; 78; 97; 171; 173].

Однако следует отметить, что, во-первых, в рассмотренных подходах элементы репутации представлены только с позиции микроподхода – на уровне предприятий и организаций; во-вторых, полагаем, что данный перечень

компонентов репутации является не полным и требует дополнения. В частности, на наш взгляд, к компонентам репутации с точки зрения ее морфологического описания следует добавить:

- экологический компонент, включающий реализацию мероприятий по защите окружающей среды, ESG-ответственность, достижение целей устойчивого развития;

- цифровой компонент – уровень использования информационно-коммуникационных технологий для продвижения бизнеса и формирования репутации для стейкхолдеров и потребителей;

- инвестиционно-инновационный компонент – кредитная история, история реализации инвестиционно-инновационных проектов;

- научно-технический компонент – уровень достижения использования результатов научно-технического прогресса, продвижение новых исследований и разработок, бизнес-моделей и т.п.

Таким образом, морфологическое строение репутации можно представить в виде ее структурных компонентов (рисунок 1.2.1).

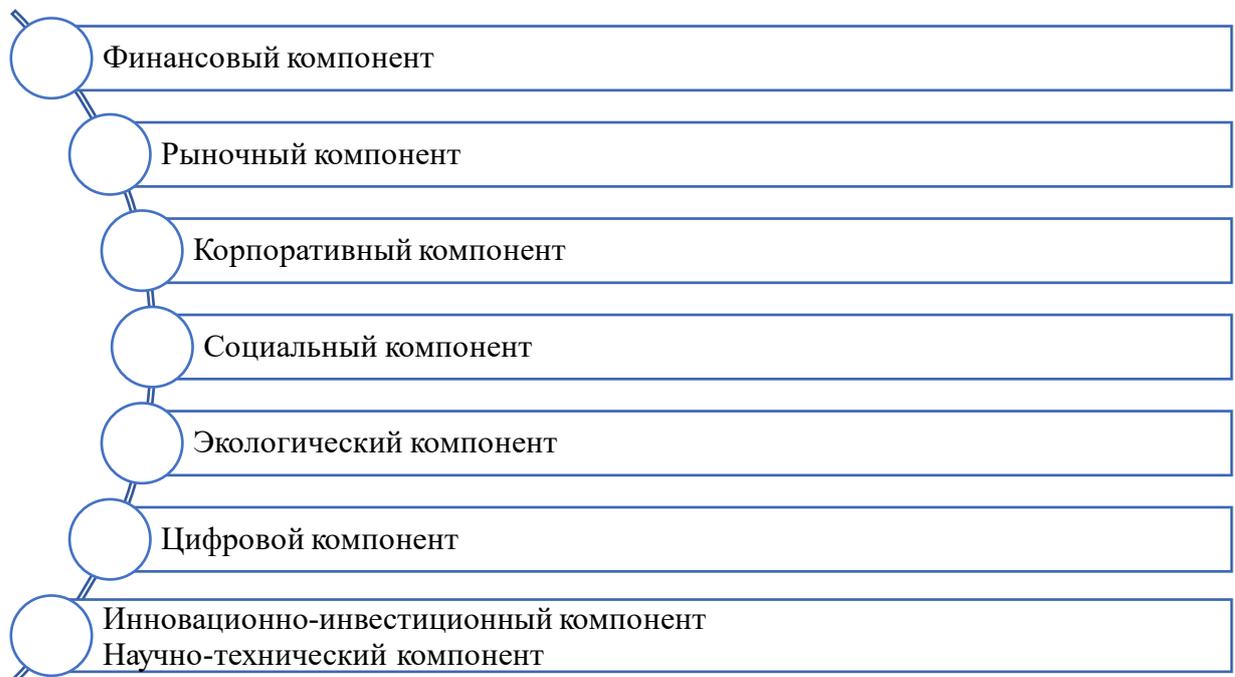


Рисунок 1.2.1 – Морфологическое строение репутации с позиции микроподхода к управлению экономической системой

Примечание – Составлено автором.

В исследованиях современных экономистов в научный оборот в рамках развития категориального аппарата репутационной экономики вводятся такие научные понятия, как репутационные издержки, репутационная маржа (прибыль) и репутационная цена. Так, под репутационными издержками понимается величина дополнительно израсходованных средств, которые необходимы в процессах распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ. Чем выше величина репутационной активности по формированию положительной репутации в деловой среде, тем ниже репутационные издержки, поскольку чем выше уровень положительной репутации актора, тем меньше средств ему потребуется для продвижения выпускаемой продукции или оказываемой услуги. Репутационная маржа, или репутационная прибыль, представляет собой дополнительную прибыль, которую приобретает субъект хозяйствования вследствие сокращения величины репутационных издержек. Репутационная цена – количественное выражение суммы денежных средств, которую потребитель готов дополнительно восполнить для производителя продукции или организации, оказывающей услугу.

Обратим внимание, что в данных определениях сложность их практической реализации заключается в том, что нет инструментария и методик оценки репутационных издержек, репутационной прибыли и репутационной цены, поскольку они относятся к нематериальным категориям и сложно поддаются количественной оценке, что требует расширения методологической базы в данном направлении исследования [30].

Во многом конкурентоспособность экономических систем в современной экономике определяется способностью данной системы использовать накопленный ею потенциал для развития и совершенствования. Эволюция экономической науки породила также этапы развития понятия «потенциал» применительно к экономическим системам.

Само понятие «потенциал» предполагает наличие совокупных возможностей, которые могут быть использованы в создании благ [117].

В научной литературе отмечается, что потенциал следует рассматривать в рамках трех взаимодополняемых элементов:

- 1) по отношению к прошлому – как объем накопленных материальных и нематериальных ресурсов, которые могут быть использованы в создании благ;
- 2) по отношению к настоящему – как резервы для использования в настоящий момент времени;
- 3) по отношению к будущему – как возможности для совершенствования и развития системы (рисунок 1.2.2).



Рисунок 1.2.2 – Структурные элементы понятия «потенциал»

Источник: [86, с. 15].

В середине XX в. потенциал системы оценивался, прежде всего, на основе накопленных материальных ресурсов и их использования в производственно-хозяйственной деятельности (сырье, материалы, энергия и т.п.). В конце XX и начале XXI в. с формированием инновационной экономики и экономики знаний основным источником развития системы становятся нематериальные активы, выраженные через человеческий и интеллектуальный потенциал, ресурсы знаний и т.п. В дальнейшем цифровая экономика породила важность цифрового потенциала для развития систем как неотъемлемой ее части в условиях Индустрии 4.0. Усиление трендов на фелицитарную политику и бихевиоральную экономику способствовало повышению значимости и обозначению в самостоятельную научную категорию такого понятия, как репутационный потенциал.

Применительно к репутационному потенциалу следует указать, что он определяет потенциальную способность экономической системы повысить конкурентоспособность посредством управления репутацией. Репутационный потенциал в современной экономике относится к нематериальным активам,

имеющим важное значение для развития систем, наряду с цифровым, человеческим и интеллектуальным потенциалом (рисунок 1.2.3).

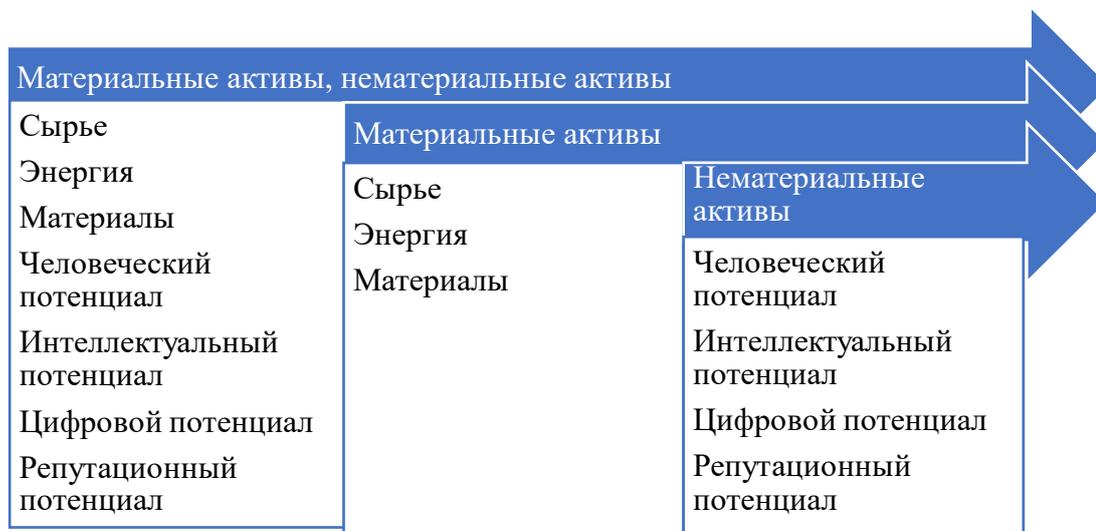


Рисунок 1.2.3 – Положение репутационного потенциала в активах экономических систем

Примечание – Предложено автором.

Несмотря на то что в современной литературе часто происходит отождествление понятий «репутационный потенциал» и «репутационный капитал», полагаем, что данные понятия следует разграничивать [32; 47; 62; 97; 143].

Если репутационный потенциал подразумевает потенциальную возможность по использованию репутации для развития и повышения устойчивости экономических систем, то под репутационным капиталом следует понимать нематериальный актив экономической системы или субъекта хозяйствования, который используется как конкурентное преимущество посредством информационных потоков, генерируемых для других участников социально-экономических отношений (органов власти, предприятий и организаций различных секторов экономики, потребителей и прочих факторов влияния).

Трансформация репутационного потенциала в репутационный капитал осуществляется посредством управления репутацией (внутренний контур управления) и формирования соответствующей институциональной структуры (внешний контур управления). Использование механизмов и методов управления,

а также соответствующей институциональной среды (институты власти, предпринимательства, финансовые институты, институт государственно-частного партнерства, социальные институты и т.п.), определяющей «правила игры», делает возможной реализацию репутационного потенциала в виде репутационного капитала, который обеспечивает повышение конкурентоспособности и рост эффективности систем различного уровня управления (рисунок 1.2.4). Использование норм, правил и моделей поведения, как формальных, так и неформальных, которые сформированы в рамках институциональной среды и того или иного института, делает возможным их применение для реализации репутационного потенциала с последующей трансформацией в капитал, отражающего эффект от его реализации в виде роста конкурентоспособности.

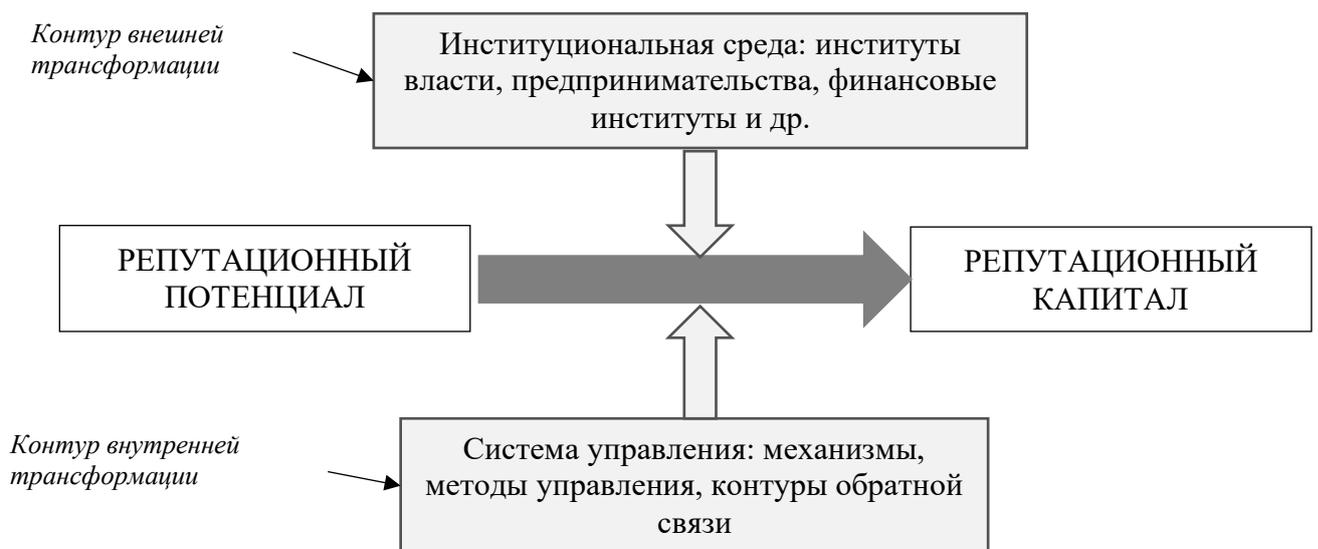


Рисунок 1.2.4 – Трансформация репутационного потенциала в репутационный капитал

Примечание – Предложено автором.

В нашем исследовании будем рассматривать репутационный потенциал и репутационный капитал применительно к макро-, мезо- и микроэкономическим системам, а также отдельным индивидам исходя из классификации систем управления по уровню управления [141; 142].

В научной литературе также остается открытым вопрос о связи репутационного капитала с показателями эффективности деятельности

экономических систем. Следует отметить, что среди современных исследований встречается небольшое число работ, касающихся количественной оценки влияния репутационного капитала на ключевые показатели эффективности, которые применимы только для микроуровня управления экономическими системами – уровня предприятий и организаций [4; 54].

Имеется небольшое количество работ, посвященных влиянию репутационного капитала мезосистем на показатели эффективности инвестиционной деятельности (на примере региональных экономических систем) [21; 175].

Таким образом, в репутационной экономике закономерности ее развития следует анализировать с помощью таких категорий, как компоненты репутации, репутационный потенциал, репутационный капитал, а также проблематика трансформации и условия трансформации репутационного потенциала в репутационный капитал.

1.3 Методы измерения и региональные особенности факторов развития региона*

Турбулентная экономическая среда обостряет конкурентную борьбу на рынках мега-, макро- и мезосистем. Борьба за потребителя обуславливает выработку стратегии управления экономическими системами с учетом репутации и репутационного капитала, которая, в свою очередь, требует не только формирования организационного механизма, адекватного актуальным условиям

* Настоящий раздел диссертации как один из основных результатов диссертации частично опубликован в рецензируемом научном издании согласно пункту 11 Положения о присуждении ученых степеней Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (в действующей редакции) «О порядке присуждения ученых степеней» в статье: [140]. Об этом сообщается на основании пункта 14 вышеуказанного Положения.

функционирования экономической системы, но и соответствующего методического инструментария. Как следствие, высокая репутация обеспечивает доверие к экономической системе, поддержку и приверженность.

В настоящее время в научной литературе присутствует большое количество подходов к измерению факторов устойчивого экономического развития региона. Однако больше внимания уделяется таким аспектам, как факторы производства, факторы инновационной деятельности, инфраструктурные факторы, которые больше тяготеют к материальным активам территории. За пределами исследования остаются вопросы измерения факторов устойчивого экономического развития региона, которые имеют нематериальную основу. Среди них – репутация региона.

Современный методологический базис управления репутационной экономикой характеризуется слабой проработкой и освещенностью, ограниченностью исследований методики измерения и представлен преимущественно исследованиями на уровне микроэкономических систем. Отметим, что в диссертации изучение и оценка будут применены в отношении экономической репутации региона. Так, под экономической репутацией региона будем понимать нематериальный актив, который характеризует оценку функционирования региональной системы с позиции ее экономических характеристик, сформированных совокупностью факторов (интеллектуальных, институциональных, финансовых и т.п.), отражающих вклад в достижение генеральной стратегической цели развития региона.

В связи с этим целесообразно классифицировать методы измерения экономической репутации на две категории: применимые для микро- и мезоэкономических систем. Ниже приведем соответствующие подходы российских и зарубежных ученых и практиков.

1. Измерение репутации на микроуровне.

Среди зарубежных исследователей, занимающихся измерением репутации, следует выделить Д.С. Канто, К. Крейвенса, Ч. Фомбруна, Х. Шад Манамана, Х.М. Шамму и др. Так, Ч. Фомбрун с соавторами предложили «коэффициент

репутации» в качестве надежного инструмента диагностики корпоративной репутации, определяемого на основе шести факторов (эмоциональная привлекательность, товары и услуги, финансовые показатели, видение и лидерство, социальная и экологическая ответственность, рабочая среда) и 20 элементов, оцениваемых респондентами по 7-балльной шкале (рисунок 1.3.1) [162]. Сегодня методология оценки носит имя Харриса – Фомбруна и лежит в основе рейтинга корпоративной репутации, который оценивает доверие к компании, курс развития (включая качество товаров и услуг) и образ компании (в том числе корпоративную культуру, этичность и ответственность перед обществом). Согласно результатам исследования, в котором принимали участие американские граждане, в 2021 г. первое место в рейтинге заняла компания Patagonia (82,7 балла), второе – Honda Motor Company, третье – Moderna, пятое – SpaceX [151].



Рисунок 1.3.1 – Методика измерения репутации предприятия Харриса – Фомбруна
Источник: [105].

Позднее Д.С. Канто с соавторами верифицировали подход к измерению коэффициента репутации на примере банковской сферы путем факторного

анализа и оценки факторных нагрузок, в результате чего доказано, что один фактор из шести не является значимым в рамках оценки репутации в сфере банковских услуг – это рабочая среда. Также исследователями подчеркнута важность многостороннего измерения репутации, поскольку формирование общей оценки репутации препятствует объективному формированию мнения респондентов о разных критериях функционирования организации [168]. Данный тезис лежит в основе современных подходов к измерению репутации экономических систем.

Развивает данный подход к измерению репутации Х.М. Шамма, который структурирует элементы управления корпоративной репутацией, выделяя в качестве основных товар и услуги и рабочую среду, а к второстепенным относит остальные перечисленные выше составляющие. Это может быть применено в качестве фундамента для взвешивания критериев репутации, присвоения больших весовых коэффициентов основным элементам и меньших – вспомогательным. Кроме того, исследователем утверждается, что эффективное управление репутацией достижимо в случае закрепления функции управления и мониторинга корпоративной репутации за ответственным лицом [179].

Альтернативный рейтинг корпоративной репутации – Global RepTrak 100, более масштабный и авторитетный рейтинг мировых компаний, оцениваемых консалтинговой компанией The RepTrak Company. Учитываются и оцениваются по 100-балльной шкале такие аспекты, как ESG, справедливость на рабочем месте, лидерство, инновации, брендинг и др. В 2022 г. первое место в рейтинге принадлежало компании Rolex (79 баллов из 100 возможных), второе место – Ferrari (78,3 балла), третье – LEGO Group (78 баллов) [180]. Российские компании не вошли в топ-100 компаний с высокой корпоративной репутацией.

Х. Шад Манаман, С. Джамали и А. Алеахмад рассматривают репутацию в контексте социальных сетей. Оценка осуществляется путем диагностики количества и эмоционального оттенка сообщений, их влияния на репутацию на основе метода N-gram, который не зависит от языка изложения и в связи с этим носит универсальный характер [178]. Иными словами, исследователями

разработан интеллектуальный механизм оценки репутации, отличный от инструмента нейронных сетей и прочих аналогичных алгоритмов, способный оценить влияние отдельного сообщения в социальной сети на репутацию организации.

К. Крейвенс, Э.Г. Оливер и С. Рамамурти предложили индекс репутации, учитывающий корпоративную стратегию, финансовое состояние, организационную культуру, этику и честность, процессы управления и лидерство, качество товаров и услуг, кооперацию с другими участниками экономической системы, инновационную деятельность. В качестве источника информации для оценки индекса репутации исследователи предлагают применять годовую отчетность организаций [157].

Среди российских ученых и практиков, исследующих измерение корпоративной репутации, можно отметить С.Г. Важенина, И.С. Важенину, М.И. Кузьмину, Г.С. Мерзликину, О.А. Минаеву, Н.О. Могхарбел, Т.Ю. Решетникову, С.В. Шейман, Л.А. Шмидт, В.Е. Ющук, В.А. Якимову.

Так, С.В. Шейман предлагает осуществлять измерение деловой репутации на уровне хозяйствующих субъектов путем агрегирования оценки в разрезе четырех блоков: общего, с позиции государства, инвесторов, СМИ (рисунок 1.3.2) [145].

Однако данный подход основан преимущественно на качественных характеристиках экономических систем и представляет собой субъективную экспертную оценку, лежащую в основе расчета интегрального индекса.

Вместе с тем импонирует подход исследователя, учитывающий многоаспектный характер функционирования хозяйствующих субъектов, в связи с чем считаем целесообразным включать в оценку экономической репутации мезосистемы такие составляющие, как конкурентоспособность, инвестиционная активность, борьба с коррупцией, налоговая дисциплина, характер исполнения бюджета, государственная поддержка, модернизация основных фондов, экологичность.

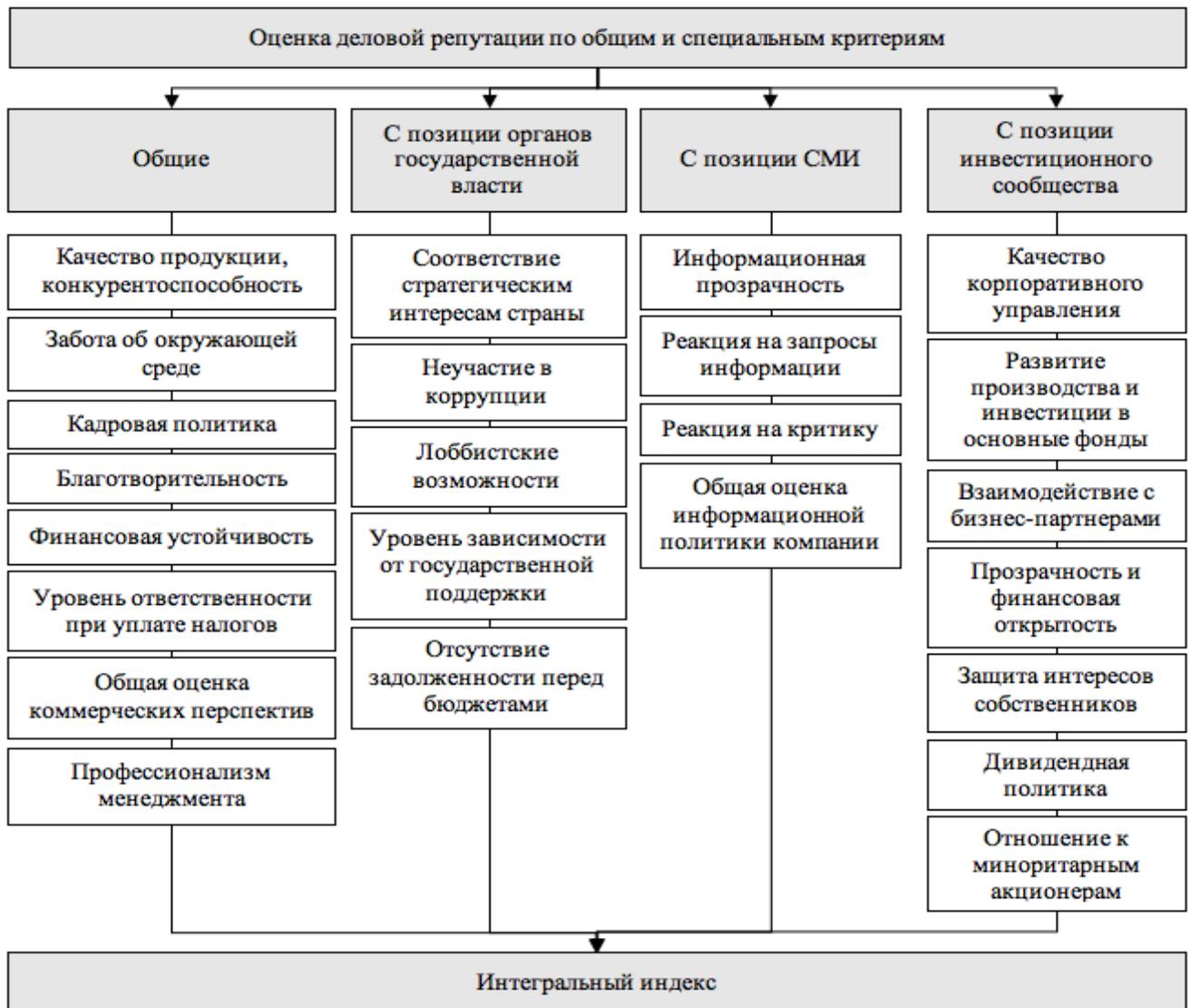


Рисунок 1.3.2 – Методика измерения деловой репутации микроэкономической системы

Примечание – Построено автором по: [145].

Несколько иной подход предложен В.А. Якимовой, предметом исследования которого является инвестиционно-репутационный капитал. Исследователем построена модель зависимости инвестиционного капитала предприятия от ряда факторов: комплаенс-факторов, корпоративно-управленческих, информационно-технологических, финансовых, рыночных, этико-поведенческих, институциональных факторов и факторов социальной ответственности (рисунок 1.3.3). Оценка зависимости проведена как в разрезе агрегированных индикаторов, так и в разрезе частных факторов, определяющих деловую репутацию хозяйствующих субъектов. На примере ТОСЭР Дальнего Востока России В.А. Якимовой идентифицировано наличие заметной связи

инвестиционного капитала с информационно-технологическими (раскрытие финансовой отчетности, цитируемость официального сайта предприятия) и институциональными факторами, а также в частном случае – со степенью участия предприятия в государственных закупках [150].

Комплаенс-факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Количество выявленных нарушений по результатам проведенных проверок - Отношение проверок, выявивших нарушения, к общему количеству проведенных проверок - Количество судебных исков (участие предприятия в качестве ответчика) - Степень благонадежности (по данным сайтов КонтурФокус и т.п.) - Сумма исковых требований к организации - Сумма налоговой и иной обязательной задолженности
Корпоративно-управленческие факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Мнение общественности о руководителе, опыт и стаж, деловые партнерства, отсутствие банкротства в ранее действующих организациях - Смена руководства персонала в течение последних 3 лет - Наличие собственника в реестре массовых учредителей - Участие организации в трудовых спорах, наличие информации о задержках при выплате заработной платы
Информационно-технологические факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Размещение информации о финансовой и нефинансовой деятельности организации на сайтах и инвестиционных порталах - Цитируемость сайта предприятия, наличие отзывов о качестве продукции
Финансовые факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Рентабельность продаж - Коэффициент автономии - Коэффициент текущей ликвидности - Темп роста чистой прибыли - Зависимость от дебиторов - Зависимость от кредиторов
Рыночные факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Темп роста объема продаж - Количество рыночных конкурентов - Возраст предприятия
Этико-поведенческие факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие на сайтах организации кодекса этики, правил и стандартов противодействия коррупции и т.п.
Институциональные факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Участие в госзакупках, госконтрактах, международных выставках и т.п.
Факторы социальной ответственности	<ul style="list-style-type: none"> - Участие в реализации социальных проектов, социальноэкономической жизни региона, участие в выставках и конференциях, реализация природоохранных мероприятий - Объем инвестиций в объекты социальной инфраструктуры

Рисунок 1.3.3 – Методика оценки инвестиционно-репутационного капитала микроэкономической системы

Источник: [150].

В научном исследовании М.И. Кузьминой, Г.С. Мерзликиной, О.А. Минаевой и др. [35] стоимость деловой репутации рассматривается через категорию «гудвилл» и определяется как разность между стоимостью

приобретения предприятия и его рыночной стоимостью. Совокупность методов исследователи подразделяют на качественные и количественные. К первым относятся экспертный и сравнительный методы, ко вторым – методы избыточных прибылей, избыточных ресурсов, балансово-нормативный, оценка себестоимости, полезности деятельности организации (учитывает износ организации, основных фондов) и др.

Поскольку репутация является одним из нематериальных активов организации, то целесообразно в рамках методов измерения экономической репутации исследовать репутационные активы. Данной категории посвящено исследование Л.И. Куликовой и Р.Р. Нургатина, в основе методического подхода которых лежит балльная оценка рыночных показателей деловой активности. Методика включает горизонтальный анализ дисконтированного показателя прибыли на обыкновенную акцию, доли реинвестируемой прибыли, коэффициента котировки обыкновенной акции и дальнейшее суммирование показателей в единую величину, характеризующую деловую активность. Характер динамики данного итогового показателя и определяет деловую репутацию: отрицательная динамика повлечет снижение репутации, положительная – рост деловой репутации [66].

А.В. Комарова и М.Г. Руденко к факторам репутационного капитала относят поддержку профессионального развития, участие в социальных проектах, инновационные продукты, мероприятия по заботе об окружающей среде [63]. Взгляд исследователей следует учитывать при формировании комплексного измерения репутации мезосистемы.

В контексте управления рисками рассматривают управление репутационными активами И.С. Важенина, С.Г. Важенин и В.Е. Ющук. Предложенный ими алгоритм предполагает оценку вероятности и потенциального ущерба репутационных рисков, которые могут негативно сказаться на деловой репутации организации [21].

2. Измерение репутации на мезоуровне.

Как было отмечено ранее, консалтинговая компания The RepTrak Company осуществляет ежегодный мониторинг и оценку репутации компаний мира. В 2019 г. компанией также был опубликован рейтинг стран по уровню репутации, основанный на оценке восхищения, доверия, привязанности и уважения к стране. Первое место заняла Швеция, второе – Швейцария, третье – Норвегия. Россия заняла лишь 51-е место, превышая позиции Саудовской Аравии, Пакистана, Ирана и Ирака [93].

Опираясь на работу И.Г. Рзун и Н.О. Старковой, которые изучают бренд региона через призму привлекательности Краснодарского края [98], целесообразно при оценке экономической репутации мезосистемы учитывать интерес стейкхолдеров, в частности, населения, бизнеса, потребителей, туристов и инвесторов.

Научная работа В.Н. Антонова и Е.А. Солодкого содержит детализированный подход к оценке социально-экономической репутации территории, в частности, аспекты социального, предпринимательского, ресурсного, визуального характера (рисунок 1.3.4), а также категорирование территорий по результатам экспертных оценок на основе пяти признаков: степени проявления, состояния, исключительности, устойчивости и формирования репутации [9].

Значимый вклад в развитие экономической репутации на уровне мезоэкономических систем внесен А.С. Груничевым, Л.А. Ельшиным, М.Р. Сафиуллиным и др. В научной литературе представлен обширный ряд исследований М.Р. Сафиуллина, посвященных изучаемой нами проблематике. В частности, в данных работах систематизированы драйверы развития, а репутационный капитал мезосистемы оценивается как дополнительная стоимость, формируемая при совокупном влиянии восьми частных факторов: количества ссылок, комментариев, сайтов, интернет-пользователей, времени в сети и др. [106].

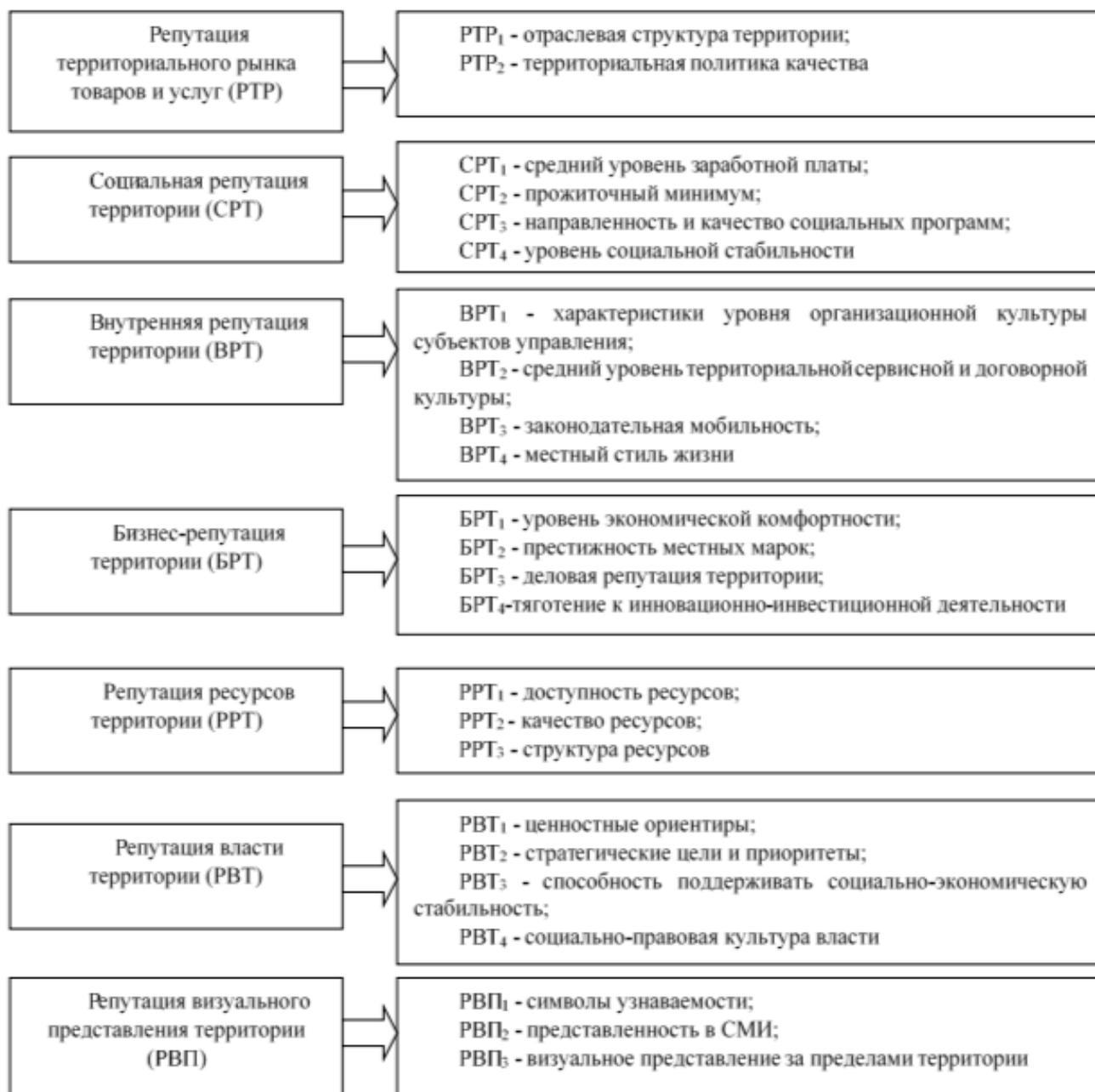


Рисунок 1.3.4 – Факторы, определяющие социально-экономическую репутацию территории

Источник: [9].

В исследовании А.С. Груничева и Л.А. Ельшина категории традиционной экономической теории адаптированы к специфике экономической репутации [30]:

- категорию издержек смещает категория репутационных издержек, связанных с затратами на продвижение продукции и услуг и находящихся в обратной зависимости от репутационной активности;

- классическое понятие прибыли заменяет «репутационная маржа» как дополнительная прибыль, образуемая в результате оптимизации репутационных издержек;

- на смену «цене» приходит «репутационная цена», которую потребитель готов заплатить за высокую репутацию.

В контексте исследования мезоэкономических систем в научной работе А.С. Груничева нашел отражение метод измерения экономической репутации, основанный на расчете индекса репутационного капитала региона, обусловленного уровнем развития информационного поля мезосистемы, социальной сферы, административно-политического устройства, развития технологий, институционального обеспечения. В целом образ экономической репутации мезосистемы формируется на основе экономической, политической, технологической, институциональной и социальной составляющих (рисунок 1.3.5). Исследователем также установлено значимое влияние репутационного капитала на размер инвестиций в основной капитал мезоэкономической системы [31].

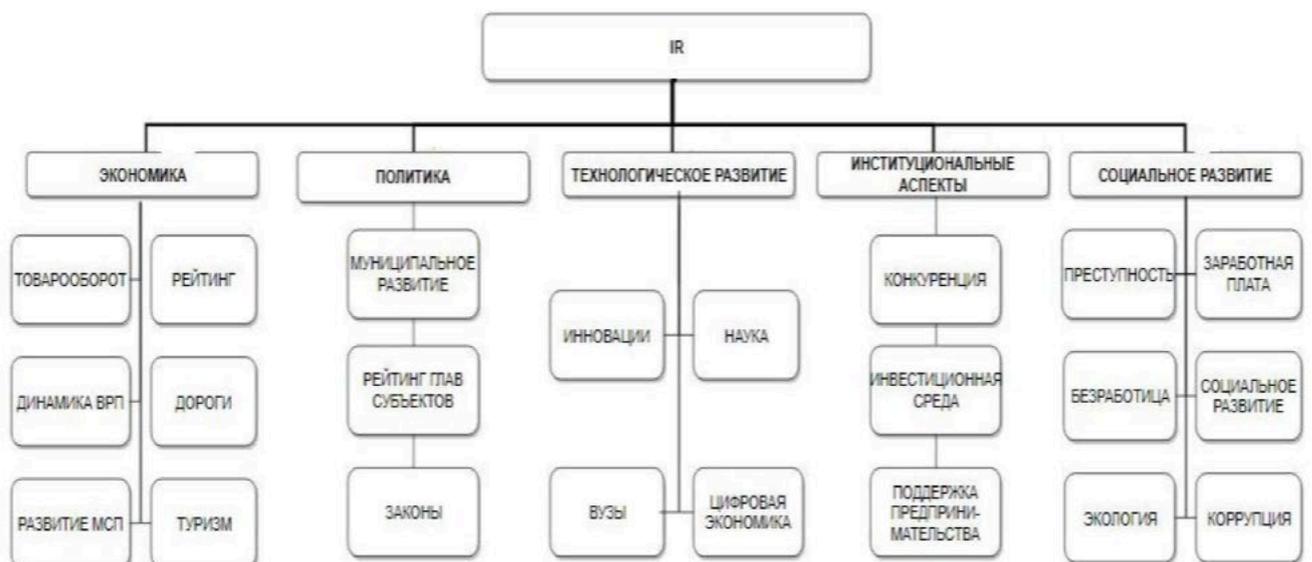


Рисунок 1.3.5 – Ключевые субиндексы формирования репутации региона

Источник: [31].

Таким образом, специфика измерения экономической репутации обусловлена пониманием данной категории. С одной стороны, это субъективный характер восприятия общей репутации экономической системы, с другой –

репутация не формируется обособленно от деятельности экономической системы, последняя инвестирует в собственное развитие, оптимизирует управление ресурсами и бизнес-модель, тем самым непосредственно вносит вклад в формирование репутации.

Систематизация результатов исследования представлена в виде таблицы 1.3.1, которая оценивает учет каждого фактора при измерении репутации на микро- и мезоуровнях различными авторами. Следует отметить, что представленный в рамках анализа спектр методических решений не ограничивается обозначенным перечнем. Выявлено, что экологический фактор

Таблица 1.3.1 – Аналитический обзор подходов к измерению репутации

Аспекты Авторы	Институциональный	Политический	Социальный	Экономический, финансово- экономический	Рынок товаров и услуг	Ведение бизнеса	Инновационный	Инвестиционный	Ресурсный	Кооперация	Развитие персонала	Условия труда	Экологический	Эмоциональный	Визуальный
	Уровень микроэкономики														
Ч. Фомбрун и др.		+	+	+	+							+	+	+	
Х.М. Шамма		+	+	+	+							+	+	+	
The RepTrak Company			+	+	+		+					+			
Х. Шад Манаман и др.														+	
К. Крейвенс и др.				+	+		+			+					
С.В. Шейман	+							+							
В.Я. Якимова	+		+	+	+			+							
Л.И. Куликова и Р.Р. Нургатин				+											
А.В. Комарова и М.Г. Руденко			+				+				+		+		
Уровень мезоэкономики															
И.Г. Рзун и Н.О. Старкова								+						+	
В.Н. Антонов и Е.А. Солодкий		+	+		+	+			+						+
А.С. Груничев	+	+	+	+			+								
Итого	3	4	7	7	6	1	4	3	1	1	1	3	3	4	1
Примечания															
1 Составлено автором.															
2 Звездочка означает, что видение и лидерство оценено с учетом адаптации к мезоэкономической системе.															

зачастую игнорируется авторами методик, хотя, на наш взгляд, в условиях устойчивого развития и перехода к экономике замкнутого цикла забота об окружающей среде имеет немаловажное значение для стейкхолдеров, формирующих экономику мезосистемы. Также отдельные методики учитывают информационные потоки, но не принимают во внимание цифровую трансформацию экономической системы, что повышает доверие и лояльность к ней как к источнику качественных товаров и услуг.

По данным таблицы 1.3.1 наблюдаем, что внимание авторов различных методик сфокусировано преимущественно на социальном, экономическом и финансово-экономическом факторах, а также на качестве товаров и услуг. Такие факторы, как ресурсный, кооперационный, визуальный и развитие персонала, учитываются в меньшей степени. Средний уровень включенности характерен для институционального, инвестиционного и экологического факторов (примечательно, что в условиях повышенного внимания к защите окружающей среды невысокая доля методик учитывает данный аспект функционирования экономических систем и формирования репутации).

Особое значение на уровне мезоэкономики имеет политическое устройство, которое определяет порядок и условия развития общества, бизнеса и, как следствие, привлекательность для стейкхолдеров-нерезидентов.

Представленные выводы целесообразно принять во внимание при разработке комплексной системы измерения репутационного капитала.

Как было отмечено выше, репутация региона формируется под влиянием ряда особенностей (институционального, политического, социального, экономического, финансово-экономического, предпринимательского, инновационного, инвестиционного, ресурсного, кадрового, экологического и другого характера). В современных условиях репутация региона стала особенно важной в части двух аспектов:

- промышленного производства;
- туристического потока.

В обоих случаях в условиях антироссийских санкций возникла острая необходимость в импортозамещении. В первом случае стала важной кооперация мезосистем в части торгово-экономических отношений с целью увеличения доли отечественного производства, во втором – кооперация как внутри туристической сферы, так и во взаимосвязи с основными производственными комплексами регионов, что обусловлено возможностью продвижения выпускаемой в регионе продукции через развитие туристских услуг. Выбор в пользу сотрудничества с тем или иным регионом детерминируется, прежде всего, наличием природных ресурсов, развитостью промышленного производства, а также успехом маркетинговой политики региона.

И.С. Важенина связывает имидж и репутацию региона с маркетингом, который, в свою очередь, призван обеспечивать конкурентоспособность товаров и услуг, генерируемых мезосистемой (рисунок 1.3.6) [18]. Исследователем справедливо отмечена мысль о том, что население России имеет слабое представление о положении и имидже других регионов, что обусловлено отсутствием рекламы, грамотной маркетинговой политики регионов. Несмотря на тиражирование успешного опыта всероссийских и международных конференций научного, научно-практического и политического характера, данная проблема остается актуальной. Кроме того, в диссертационном исследовании И.С. Важениной продемонстрировано различие конкурентных позиций субъектов РФ [19].

Вопросам маркетинга как инструмента управления развитием региона уделяет внимание В.В. Белолипецкая, которая связывает успех инновационной политики мезосистемы с внедрением маркетинговой информационной системы, обеспечивающей возможность мониторинга экзо- и эндогенных факторов, проведением SWOT-анализа [12].

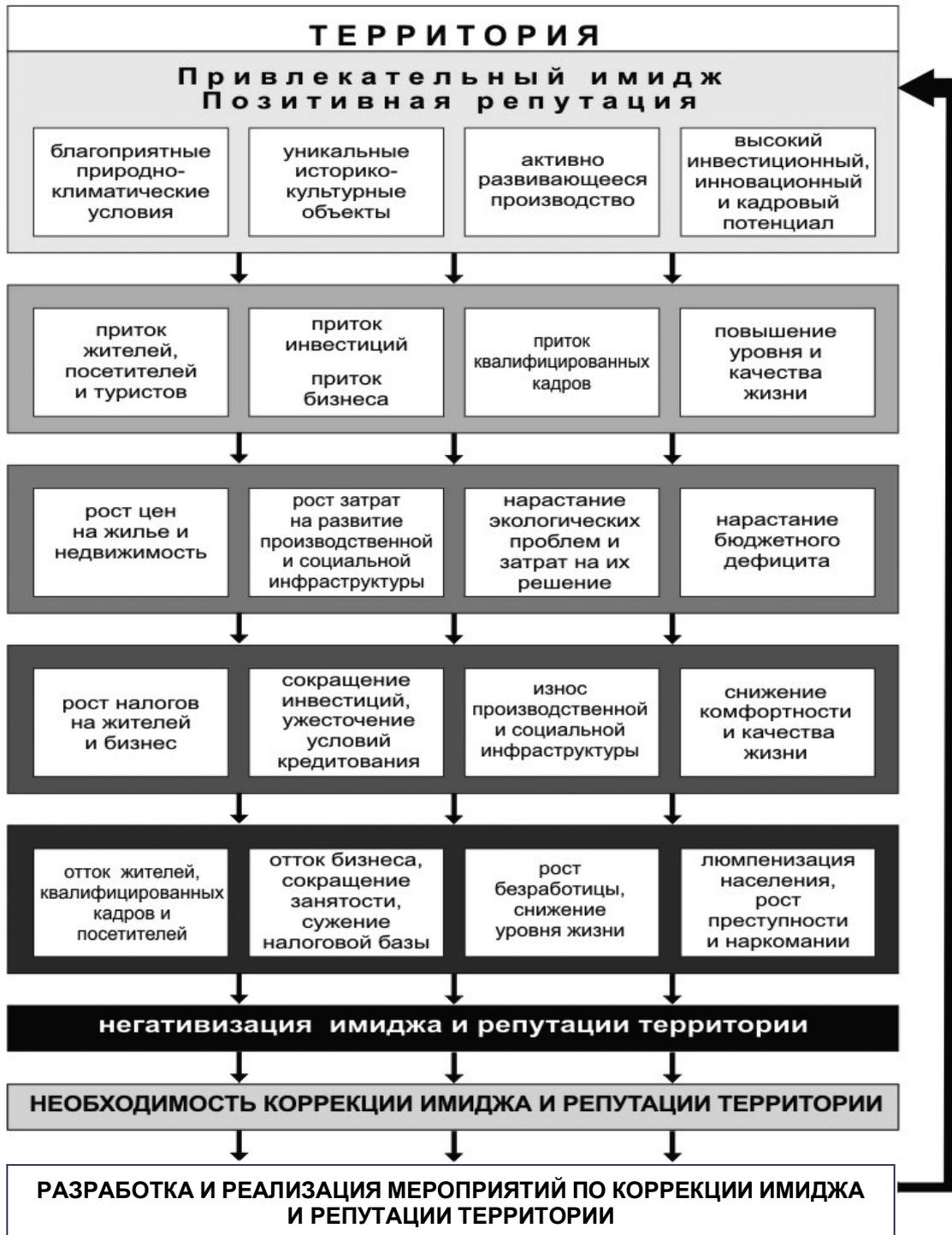


Рисунок 1.3.6 – Процесс изменения имиджа и репутации территории

Источник: [18].

Изучению маркетинга территории посвящен ряд исследований В.А. Бондаренко. В одном из таких трудов В.А. Бондаренко, А.А. Воронов и Н.В. Полуянова рассматривают территориальный маркетинг как управленческий инструмент по гармонизации интересов населения и региона в рамках устойчивого развития региона [13]. В исследовании Е.Г. Щербаковой

систематизированы инструменты маркетинга, грамотная реализация которых способствует формированию положительной деловой репутации региона (на примере автономного учреждения «Технопарк-Мордовия»): инструменты реализации услуг, формирования ценовой политики, реализации коммуникационной политики и сервисной политики (рисунок 1.3.7) [148].



Рисунок 1.3.7 – Маркетинговые инструменты формирования деловой репутации
Источник: [148].

В контексте привлекательности региона для иногородних потребителей туристских услуг В.Ю. Жиленко выделяет два типа факторов, детерминирующих региональную специфику: объективные (география, культура, история, инновационная политика, инвестиционная политика и др.) и субъективные (восприятие потребителем гостеприимства, атрибуты и др.) (рисунок 1.3.8) [41].

Также, по мнению исследователя, разработка имиджа региона должна охватывать разные профессиональные компетенции, способствующие объективной оценке специфики региона.

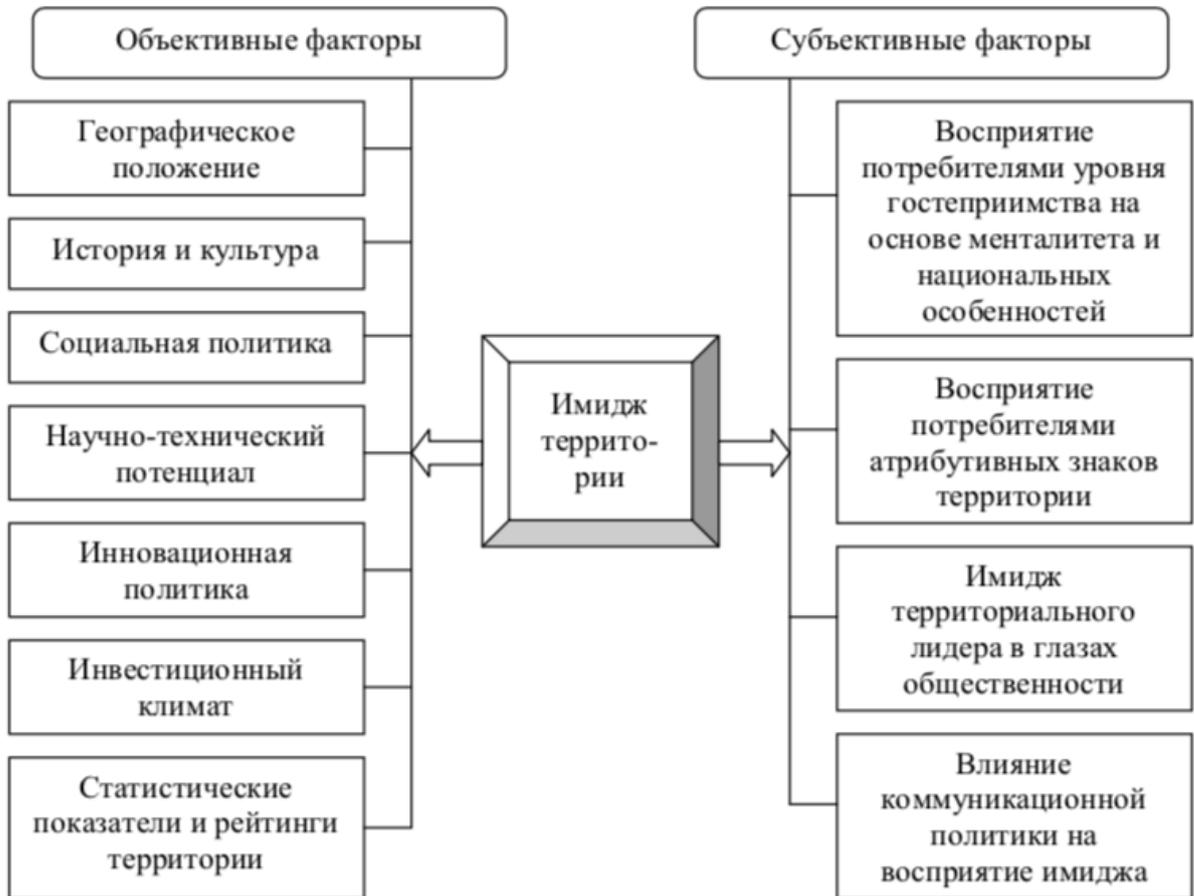


Рисунок 1.3.8 – Факторы, определяющие имидж территории

Источник: [41].

Значимый вклад в исследование региональной специфики формирования репутации внесла Т.С. Романишина. Во-первых, в диссертационном исследовании автора систематизированы мероприятия маркетингового характера, основанные на маркетинговом компенсаторном механизме и ориентированные на укрепление бренда региона (рисунок 1.3.9).



Рисунок 1.3.9 – Комплекс мероприятий в сфере маркетинга по укреплению бренда региона

Источник: [102].

Во-вторых, исследователем предложена типология регионов в зависимости от привлекательности для молодежи: регионы-магниты (характерна высокая востребованность вузов и привлекательность для трудоустройства выпускников учебных заведений), замкнутые регионы (низкая привлекательность вузов, слабая миграция выпускников для трудоустройства), пограничные районы (характерна изменчивость параметров), регионы-транзитеры (высокая востребованность вузов и низкая привлекательность для трудоустройства выпускников учебных заведений), регионы-экспортеры (низкая привлекательность вузов, высокая миграция выпускников для трудоустройства) [102]. В то же время предложенная Т.С. Романишиной типология регионов базируется лишь на двух отмеченных

факторах экономической репутации, что ограничивает объективную сравнительную оценку региональной специфики формирования репутации.

А.А. Жукова и О.А. Гайтерова в основу репутационной специфики регионов закладывают понятие позиционирования, в частности с позиции туриста и инвестора. В качестве механизмов позиционирования авторами выделены реклама (сувенирная продукция или бизнес-выставки), маркетинг имиджа и достопримечательностей (ИТ-инфраструктура, кластеры, экономические зоны), маркетинг инфраструктуры (наличие метро, современных отелей или развитая логистическая инфраструктура), маркетинг персонала (улучшенный сервис или квалифицированные кадры и образовательные платформы) [43].

Исследование имиджа региона Ю.А. Дроздовой включает в себя анализ многонациональности, развития промышленности, географического положения, престижности вузов, наличия рекреационных зон, благоприятных условий для предпринимательства, деятельности региональной власти, работы муниципальных властей, исторической значимости города и условий для сельского хозяйства [38].

Следовательно, можно констатировать, что понятие репутации региона имеет схожие и отличительные особенности с другими категориями, характеризующими с качественной и количественной точек зрения экономику региона, – региональным имиджем, инвестиционным капиталом, маркетингом территории. Так, если под репутацией региона мы понимаем уже устоявшееся мнение среди субъектов хозяйствования, граждан и т.п., то региональный имидж можно охарактеризовать как «совокупный эмоционально воспринимаемый, ценностно-ориентированный образ, напрямую зависящий от собственных ресурсов территории, целенаправленное формирование и трансляция которого осуществляется за счет современных телекоммуникационных средств и технологий» [73, с. 869].

Репутация региона также связана с инвестиционным капиталом. Инвестиционный капитал представляет собой финансовые вложения с целью получения дохода в будущем [119]. В данном случае речь идет об инвестировании

в различные проекты. При этом, полагаем, что инвестировать можно и в создание положительной репутации экономики региона, например, посредством инвестиций в развитие инфраструктурных проектов на территории, туристической, транспортно-логистической инфраструктуры, реализации благотворительных акций и т.п.

Кроме того, близким к значению репутации региона является маркетинг территории. Он представляет собой маркетинговую деятельность по продвижению региона за его пределами на основе использования конкурентных преимуществ для удовлетворения потребностей заинтересованных групп (субъектов хозяйствования, граждан, региональных органов власти, региональных общественных организаций и т.п.) [102]. В данном случае полагаем, что маркетинг территории по аналогии с маркетингом продукта или фирмы связан с использованием инструментов комплекса маркетинга (продукт, цена, система продвижения и распределения) для удовлетворения потребностей заинтересованных групп. Таким образом, можно выстроить следующую цепочку взаимосвязи и взаимодействия рассмотренных категорий: региональный имидж является более субъективной категорией и представляет собой образ, которому должен соответствовать регион с различных позиций (экономической, технологической, социальной, демографической и т.п.); репутация региона более тяготеет к объективным характеристикам и отражает уже сформированное к нему отношение со стороны определенных групп; при этом формировать и развивать положительную репутацию региона возможно посредством использования маркетинга территорий и инвестиционного капитала.

Как можем наблюдать, совокупность представленных выше научных исследований сосредоточена на связи маркетинга региона и его имиджа, репутации. Очевидна ограниченность теоретико-методических положений, посвященных классификации регионов. В связи с этим проведен контент-анализ научных трудов, предметом исследования которых выступили отдельные аспекты экономической репутации региона, содержащие апробацию авторских методических решений на примере субъектов РФ.

Частные факторы регионального экономического развития нашли отражение в научных публикациях ряда ученых, которыми выявлена специфика:

- инновационного развития регионов (заметная динамика наблюдается по Тюменской и Томской областям, Республике Мордовия) [146];

- устойчивого развития инновационных мезосистем (высокие значения в авторском рейтинге демонстрируют Москва, Свердловская и Московская области) [74];

- финансового состояния инновационных предприятий в регионе (рациональное использование вложенных средств отмечается в Республике Мордовия, Рязанской области, Ставропольском крае) [26];

- формирования человеческого капитала в разрезе регионов (к регионам с высоким уровнем человеческого развития отнесены Санкт-Петербург, Москва, Чукотский автономный округ) [151];

- цифровизации регионов (лидерами рейтинга в авторской интерпретации стали Москва, Санкт-Петербург, Ставропольский край) [104]; и др.

Таким образом, следует подчеркнуть, что отсутствует универсальный сбалансированный подход к управлению формированием репутации региона: одни субъекты РФ имеют преимущества в географическом положении (курортные зоны, архитектура, ландшафт), другие – в организации культурного досуга, третьи – в образовательной сфере и т.д. Исходя из этого, требуется дифференцированный подход к оценке и управлению репутацией региона, разработке маркетинговых мероприятий по повышению привлекательности мезосистемы [130; 137].

На основе обобщения теоретических концепций формирования факторов устойчивого экономического развития региона представим модель региональной экономической системы в парадигме экономической репутации, основанную на сочетании входа, выхода, факторов устойчивого экономического развития и обеспечения для формирования положительной репутации (рисунок 1.3.10). Входом в региональную экономическую систему с позиции экономической репутации будут являться материальные и нематериальные активы региона;

выходом – прирост ВРП на душу населения, повышение узнаваемости бренда территории, ее имиджа и т.п., которые, в свою очередь, будут также оказывать влияние на рост репутационного потенциала территории.

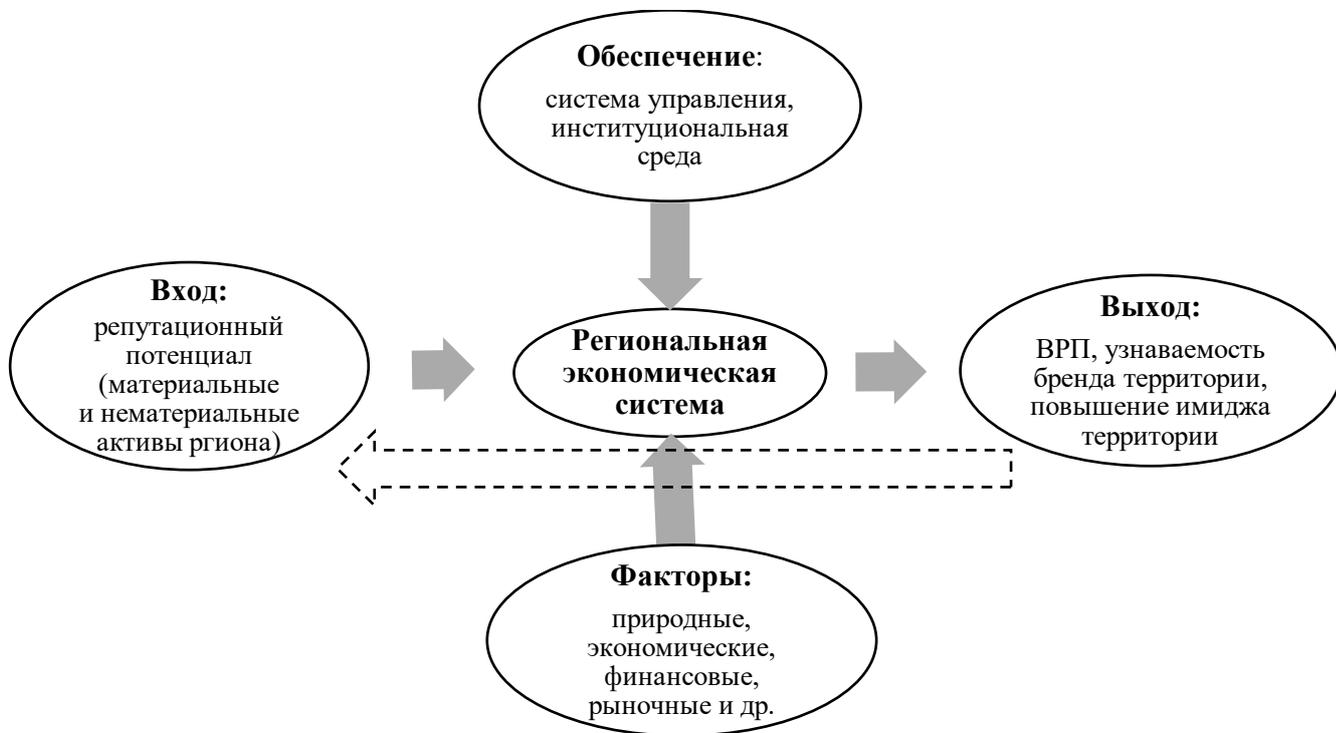


Рисунок 1.3.10 – Модель региональной экономической системы в парадигме экономической репутации

Примечание – Предложено автором.

Система управления, включающая реализацию стратегий развития репутации региона, формирует основу для обеспечения развития региональной экономической системы. Укрепление экономического потенциала региона и повышение уровня его социально-экономического развития представляют собой цели, которые должны быть достигнуты через совершенствование институциональной среды и учет различных факторов – природных, экономических, финансовых, рыночных и др.

Таким образом, по результатам исследования, представленным в первой главе диссертации, можно сделать следующие выводы:

1. Развитие региона – это многогранный процесс, приводящий к повышению уровня благосостояния населения региона посредством сбалансированного совершенствования экономической, социальной и

экологической подсистем. В целом устойчивое развитие региона демонстрирует его жизнеспособность, определяет способность региона сохранять и приумножать параметры уровня жизни и развития производства, противодействуя внешним негативным воздействиям. На устойчивое развитие региона влияет множество факторов: природно-климатические, социальные, институциональные, организационно-управленческие, информационные и др. Однако в научной литературе мало изучен вопрос влияния репутации на достижение устойчивого развития региона.

2. Репутация региона рассматривается как устойчивый нематериальный актив, фактор достижения устойчивого развития экономики региона, характеризующийся самовозрастающей стоимостью и имеющий большую ценность по сравнению с материальными активами в современных экономических реалиях, связанных с развитием цифровой и поведенческой экономики. Репутационная экономика – междисциплинарная наука, изучающая репутацию субъектов экономической деятельности на макро-, мезо- и микроуровнях экономических систем, а также на уровне отдельных индивидов и институтов, которая выступает как способ повышения (в случае положительной репутации) либо уменьшения (в случае отрицательной репутации) социально-экономической эффективности деятельности.

3. Под репутационным потенциалом региона предложено понимать потенциальную возможность по использованию репутации для развития и повышения устойчивости экономических систем, под репутационным капиталом – нематериальный актив региональной экономической системы, который используется как конкурентное преимущество посредством информационных потоков, генерируемых для других участников социально-экономических отношений (органов власти, предприятий и организаций различных секторов экономики, потребителей и прочих факторов влияния). Трансформация репутационного потенциала в репутационный капитал осуществляется посредством управления репутацией (внутренний контур управления) и формирования соответствующей институциональной структуры (внешний контур

управления). Использование механизмов и методов управления, а также соответствующей институциональной среды (институты власти, предпринимательства, финансовые институты, институт государственно-частного партнерства, социальные институты и т.п.), определяющей «правила игры», делает возможной реализацию репутационного потенциала в виде репутационного капитала, который обеспечивает повышение конкурентоспособности и рост эффективности систем различного уровня управления. Используя нормы, правила и модели поведения, как формальные, так и неформальные, которые сформированы в рамках институциональной среды и того или иного института, становится возможным их применение для реализации репутационного потенциала с последующей трансформацией в капитал, отражающего эффект от его реализации в виде роста конкурентоспособности.

4. Предложено использовать следующую цепочку взаимосвязи и взаимодействия категорий «региональный имидж», «репутация региона», «инвестиционный капитал», «маркетинг территории»: региональный имидж является более субъективной категорией и представляет собой образ, которому должен соответствовать регион с различных позиций (экономической, технологической, социальной, демографической и т.п.); репутация региона более тяготеет к объективным характеристикам и отражает уже сформированное отношение к нему со стороны определенных групп; при этом формировать и развивать положительную репутацию региона возможно посредством использования маркетинга территории и инвестиционного капитала.

Научные результаты исследования, представленные в первой главе диссертационного исследования, отражены в работах: [129; 130; 132; 135; 137; 141; 142].

Глава 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

2.1 Исследование зарубежного опыта оценки факторов развития региона*

Проанализируем зарубежный опыт оценки факторов устойчивого экономического развития региона на примере фактора репутации региона. Оценка уровня развития экономической репутации является сложной и многогранной, и до сих пор в мировом научном сообществе нет единого мнения об индикаторах для проведения сопоставительно-динамической оценки данного феномена. Сложность оценки экономической репутации на разных уровнях управления экономическими системами заключается в том, что она является синтетической категорией, объединяющей не столько количественные, сколько качественные показатели. На уровне мировых экономик наибольший информационно-аналитический и методологический инструментарий для оценки экономической репутации принадлежит экспертам Всемирного банка, которые ведут ежегодный учет таких индикаторов экономической репутации в разрезе национальных экономических систем, как:

- 1) индикатор информационно-аналитического потенциала (информационно-аналитическая емкость);
- 2) период времени, необходимый для начала бизнеса;
- 3) величина налоговой нагрузки;
- 4) индекс силы законных прав;

* Настоящий раздел диссертации как один из основных результатов диссертации частично опубликован в рецензируемом научном издании согласно пункту 11 Положения о присуждении ученых степеней Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (в действующей редакции) «О порядке присуждения ученых степеней» в статье: [136]. Об этом сообщается на основании пункта 14 вышеуказанного Положения.

- 5) индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности;
- 6) индекс распределения ресурсов [24; 167].

Индикатор информационно-аналитического потенциала в условиях развития цифровой экономики и информационного общества имеет важное значение, поскольку отражает влияние накопленного массива данных, их интерпретации, анализа, уровня достоверности информации, ее раскрытия, а также своевременности ее использования в принятии управленческих решений, что в последующем позволяет повысить гибкость и конкурентоспособность национальной экономики в целом. Объектами анализа в данном случае выступают статистические службы страны, информационно-аналитические агентства, аккумулирующие и структурирующие информационные потоки по основным аспектам социальной, экономической, политико-правовой и других сфер жизни общества. В методологии Всемирного банка индикатор информационно-аналитического потенциала представляет собой составную оценку потенциала информационно-аналитической и статистической системы страны. Он основан на диагностической структуре, оценивающей такие области, как методология, источники данных, периодичность и своевременность. Страны оцениваются по 25 критериям в этих областях с использованием общедоступной информации. Затем общий показатель информационно-аналитической емкости рассчитывается как простое среднее всех трех показателей области по шкале от 0 до 100.

Применительно к объекту исследования интересной с научной точки зрения видится возможность оценить информационно-аналитическую емкость развитых стран на примере Еврзоны и стран БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южная Африка) [65; 72] как группы стран, демонстрирующих высокий потенциал роста национальных экономических систем и претендующих на «полюс роста» мировой системы хозяйствования в целом [59; 80; 111]. Следует отметить, что индикатор информационно-аналитического потенциала по странам Еврзоны и странам БРИКС за период 2010–2021 гг. практически не имел существенных различий, при этом по странам БРИКС в среднем был даже выше, чем по странам

Евразоны – 78,9 против 78,4. Однако внутри динамического ряда отмечались различные периоды превышения данного показателя в одной группе стран над другой. Обращает на себя внимание, что в 2010–2015 гг. информационно-аналитическая емкость в странах Евразоны была ниже, чем в странах БРИКС, после 2015 г. тенденция изменилась, и по итогам 2021 г. значение показателя составило, соответственно, 81 против 76,2; начиная с 2017 г. информационно-аналитическая емкость стран БРИКС устойчиво снижается (рисунок 2.1.1). Полагаем, что данная тенденция обусловлена реализацией ряда информационных программ и проектов стран БРИКС, относящихся к международному уровню, в период 2005–2015 гг., что и позволило разрабатывать собственные информационные порталы, программы по повышению уровня работы информационно-аналитических и статистических систем в указанный период времени, в то время как в Европейском союзе данная информационная инфраструктура уже существовала и ее модернизация происходила медленнее, чем в странах БРИКС, что и отразилось на сравнительно низких показателях для стран Евразоны.

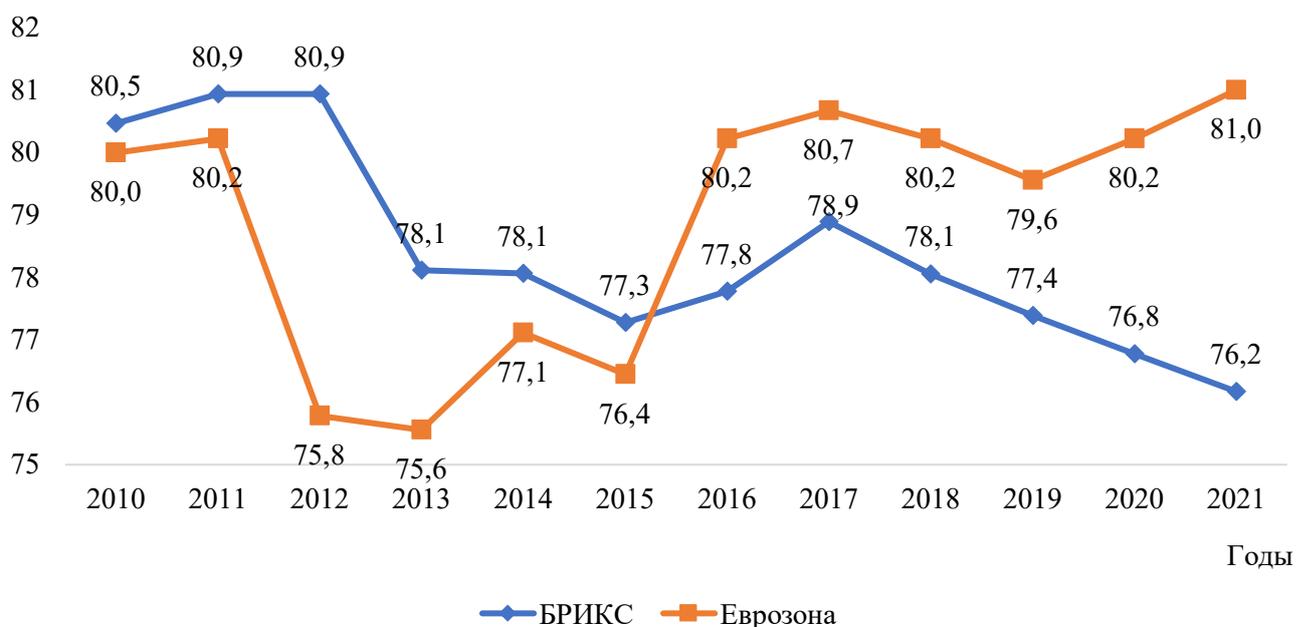


Рисунок 2.1.1 – Динамика информационно-аналитической емкости как индикатора экономической репутации по странам БРИКС и Евразоны

Примечание – Составлено автором по: [24].

Среди стран БРИКС лидерами по информационно-аналитической емкости являются Россия (в среднем за 2010–2021 гг. значение показателя составляло 83,5), Бразилия (79,1) и Индия (78,8) (таблица 2.1.1).

Таблица 2.1.1 – Динамика информационно-аналитической емкости как индикатора экономической репутации в разрезе стран БРИКС

Период	Бразилия	Китай	Индия	Россия	ЮАР
2010 г.	83,3	65,6	81,1	87,8	82,2
2011 г.	84,4	68,9	76,7	90,0	81,1
2012 г.	78,9	70,0	75,6	82,2	72,2
2013 г.	75,6	70,0	73,3	82,2	76,7
2014 г.	75,6	70,0	81,1	84,4	74,4
2015 г.	72,2	70,0	77,8	81,1	81,1
2016 г.	76,7	80,0	81,1	81,1	82,2
2017 г.	74,4	78,9	91,1	83,3	75,6
2018 г.	84,4	80,0	77,8	83,3	75,6
2019 г.	84,4	80,0	75,6	82,2	75,6
2020 г.	81,1	80,0	76,7	82,2	81,1
2021 г.	77,9	80,0	77,8	82,2	87,1
Среднее за 2010–2021 гг.	79,1	74,4	78,8	83,5	78,7
Примечание – Составлено автором по: [24].					

Показательным с точки зрения экономической репутации является среднее количество дней в стране, которое тратится на организацию собственного бизнеса или запуск стартапа. В методологии Всемирного банка время, необходимое для начала бизнеса, – это количество календарных дней, необходимое для завершения процедур для легального ведения бизнеса. Если процедуру можно ускорить за дополнительную плату, выбирается самая быстрая процедура, не зависящая от стоимости. В среднем за 2010–2021 гг. количество дней, требуемых для запуска бизнеса или стартапа, в развитых странах было существенно меньше, чем в странах БРИКС. Например, данный показатель в США и Франции составлял 5 дней, в Великобритании – 7 дней, в Германии – 11 дней, в то время как в Китае – 21 день, в Индии – 25 дней, в ЮАР – 44 дня, в Бразилии – 54 дня. Примечательно, что показатель по России соответствовал уровню развитых стран и составлял в среднем 11 дней. При этом количество дней для организации бизнеса сократилось с 13 дней в 2010 г. до 10 дней в 2021 г. (таблица 2.1.2).

Таблица 2.1.2 – Динамика времени, необходимого для начала бизнеса, как индикатора экономической репутации в разрезе стран БРИКС и развитых стран

В днях

Период	Бразилия	Китай	Индия	Россия	ЮАР	США	Германия
2010 г.	87	34	33	13	45	6	15
2011 г.	87	34	33	13	45	6	15
2012 г.	87	34	33	13	45	6	15
2013 г.	87	34	33	13	45	6	15
2014 г.	84	31	35	12	46	6	15
2015 г.	86	31	30	11	46	6	11
2016 г.	83	29	29	10	45	6	8
2017 г.	83	25	30	10	45	6	8
2018 г.	20	9	17	10	40	6	8
2019 г.	17	9	18	10	40	4	8
2020 г.	14	9	19	10	40	3	8
2021 г.	11	9	20	10	40	2	8
Среднее за 2010–2021 гг.	54	21	25	11	44	5	11
Примечание – Составлено автором по: [24].							

В репутационной экономике показательной будет являться величина налоговой нагрузки на субъекты предпринимательской деятельности, которая изымается в пользу государства для реализации им своих функций управления социально-экономической системой. С позиции экономической репутации общая налоговая ставка измеряет сумму налогов и обязательных отчислений, подлежащих уплате предприятиями после учета допустимых вычетов и освобождений, как долю от коммерческой прибыли. Налоги, удержанные (например, налог на доходы физических лиц) или собранные и перечисленные налоговым органам (например, налоги на добавленную стоимость, налоги с продаж или налоги на товары и услуги), исключаются. Анализ динамики налоговой нагрузки в развитых странах и странах БРИКС не показал превышения величины налогов в зависимости от уровня развития государств. Так, среди рассматриваемых государств наименьшая средняя величина налоговой нагрузки за период 2010–2021 гг. отмечалась в Южной Африке – 29,6%, в Великобритании – 32,7%, в США – 39,5%; наибольшая – во Франции – 65,2%, в Бразилии – 65,4%, в Китае – 63,2%. Показатель по России составлял в среднем 47,1% и сократился с 48,7% в 2010 г. до 46% в 2021 г. (таблица 2.1.3).

Таблица 2.1.3 – Динамика величины налоговой нагрузки как индикатора экономической репутации в разрезе стран БРИКС и развитых стран

В процентах

Период	Бразилия	Китай	Индия	Россия	ЮАР	США	Германия
2010 г.	66,1	68,8	55,7	48,7	30,2	43,8	47,0
2011 г.	66,1	68,8	55,7	48,7	31,8	43,8	45,6
2012 г.	66,1	68,8	55,7	48,7	32,0	43,8	45,9
2013 г.	66,1	68,8	55,7	48,7	28,7	43,8	49,1
2014 г.	66,0	68,6	55,5	48,9	28,9	43,8	48,8
2015 г.	65,6	67,9	55,5	47,0	28,8	43,9	48,8
2016 г.	65,3	68,2	56,2	47,4	28,8	44,0	48,9
2017 г.	65,1	66,5	56,2	47,5	28,9	43,8	48,9
2018 г.	65,1	64,0	52,1	46,3	29,1	43,8	49,0
2019 г.	65,1	59,2	49,7	46,2	29,2	36,6	48,8
2020 г.	65,1	54,8	47,4	46,1	29,3	30,6	48,6
2021 г.	65,1	50,7	45,2	46,0	29,4	25,6	48,4
Среднее за 2010–2021 гг.	65,4	63,2	52,6	47,1	29,6	39,5	48,2

Примечание – Составлено автором по: [24].

Немаловажное значение в развитии репутационной экономики принадлежит институциональным факторам, обеспечивающими «правила игры» в экономических системах [52]. Одним из индикаторов, характеризующих силу исполнения нормативно-правовых актов, следование законодательным предписаниям в ведении бизнеса, его порядочности и добросовестности, основываясь на силе закона, является индекс силы законных прав. В методологии Всемирного банка индекс силы законных прав измеряет степень, в которой законы о залоге и банкротстве защищают права заемщиков и кредиторов и таким образом облегчают кредитование. Индекс колеблется от 0 до 12, при этом более высокие баллы указывают на то, что эти законы лучше разработаны для расширения доступа к кредитам. Показатель рассчитывается с 2013 г. В среднем за 2013–2021 гг. индекс силы законных прав среди рассматриваемых государств был наибольшим в США и составлял 11 пунктов, далее следовала Индия – 8 пунктов, Россия и Великобритания – 7 пунктов; наименьшее значение показателя было характерно для Китая – 3 пункта и для Бразилии – 2 пункта. В целом отмечается превышение силы законных прав развитых стран над странами БРИКС ввиду их более устоявшейся и более развитой нормативно-правовой базы,

обеспечивающей функционирование бизнеса, в том числе в части кредитования и рассмотрения процедур о банкротстве. Заслуживает положительной оценки рост индекса силы законных прав по России с 4 пунктов в 2013 г. до 9 пунктов в 2021 г. В то же время не изменялась величина индекса за рассматриваемый период в Китае, Бразилии и ЮАР, имеющих наименьшее значение показателя (таблица 2.1.4).

Таблица 2.1.4 – Динамика индекса силы законных прав как индикатора экономической репутации в разрезе стран БРИКС и развитых стран

В пунктах

Период	Бразилия	Китай	Индия	Россия	ЮАР	США	Германия
2013 г.	2	3	6	4	5	11	6
2014 г.	2	3	6	4	5	11	6
2015 г.	2	3	6	7	5	11	6
2016 г.	2	3	6	7	5	11	6
2017 г.	2	3	8	9	5	11	6
2018 г.	2	3	9	9	5	11	6
2019 г.	2	3	9	9	5	11	6
2020 г.	2	3	9	9	5	11	6
2021 г.	2	3	9	9	5	11	6
Среднее за 2013–2021 гг.	2	3	8	7	5	11	6
Примечание – Составлено автором по: [24].							

Индекс корпоративной ответственности, включающий социальную и финансовую ответственность перед обществом, инвесторами, работниками, акционерами, также характеризует уровень развития экономической репутации в стране. Индекс корпоративной ответственности измеряет степень защиты стейкхолдеров посредством раскрытия информации о собственности и финансовой информации. Индекс варьируется от 0 до 10, при этом более высокие значения указывают на более широкое раскрытие информации и уровень корпоративной ответственности бизнеса. Среди рассматриваемых государств в среднем за 2010–2021 гг. наибольший уровень корпоративной ответственности был характерен для Великобритании и Китая – 10 пунктов, во Франции и Южной Африке он составил 8 пунктов, в Индии и США – 7 пунктов, в России – 6 пунктов; наименьшее значение показателя было отмечено в Бразилии и Германии

– 5 пунктов. Как видим, уровень развития стран не коррелирует с величиной индекса корпоративной ответственности, где данные по развитым странам и странам БРИКС во многом схожи. Значение показателя по России за анализируемый период было неизменным и составляло 6 пунктов (таблица 2.1.5).

Таблица 2.1.5 – Динамика индекса корпоративной ответственности как индикатора экономической репутации в разрезе стран БРИКС и развитых стран

В пунктах

Период	Бразилия	Китай	Индия	Россия	ЮАР	США	Германия
2010 г.	5	10	6	6	8	7	5
2011 г.	5	10	6	6	8	7	5
2012 г.	5	10	6	6	8	7	5
2013 г.	5	10	6	6	8	7	5
2014 г.	5	10	7	6	8	7	5
2015 г.	5	10	7	6	8	7	5
2016 г.	5	10	7	6	8	7	5
2017 г.	5	10	8	6	8	7	5
2018 г.	5	10	8	6	8	7	5
2019 г.	5	10	8	6	8	7	5
2020 г.	5	10	8	6	8	7	5
2021 г.	5	10	8	6	8	7	5
Среднее за 2010–2021 гг.	5	10	7	6	8	7	5
Примечание – Составлено автором по: [24].							

В репутационной экономике важным видится также уровень распределения ресурсов в экономической системе. Индекс распределения ресурсов выводится путем расчета среднего балла для каждого сектора (государство, бизнес, домашние хозяйства), а затем путем усреднения этих баллов. По каждому из 16 критериев страны оцениваются по шкале от 1 (низкий) до 6 (высокий). Указанные 16 критериев сгруппированы в четыре кластера:

- управление экономикой;
- структурная политика;
- политика социальной интеграции и справедливости;
- управление и институты государственного сектора.

Данные критерии направлены на то, чтобы сбалансировать учет ключевых факторов, способствующих экономическому росту и сокращению бедности в стране.

По данному показателю в расчетах Всемирного банка присутствуют только агрегированные данные по странам Европейского союза и странам БРИКС. Отметим, что индекс уровня распределения ресурсов в странах Еврозоны за 2010–2021 гг. был в среднем выше, чем в странах БРИКС, и составлял 3,6 пункта против 3,2 пункта. По итогам 2021 г. значение показателя для стран БРИКС составило 3,1 пункта, для стран Еврозоны – 3,5 пункта (в 2010 г. – 3,4 и 3,7 пункта соответственно). В целом в обеих группах стран отмечается отрицательный тренд в динамике данного показателя, на что указывает отрицательное значение коэффициентов регрессии экономико-математических моделей (рисунок 2.1.2).

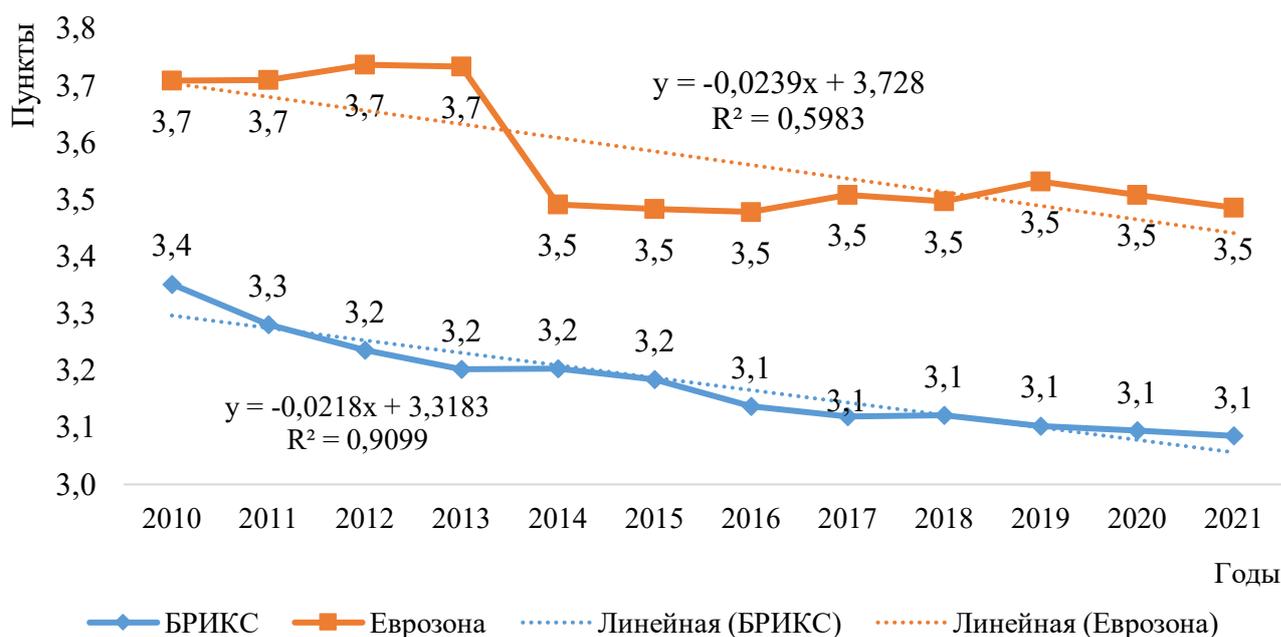


Рисунок 2.1.2 – Динамика индекса распределения ресурсов как индикатора экономической репутации по странам БРИКС и Еврозоны

Примечание – Составлено автором по: [24].

Таким образом, проведенный с позиции показателей развития экономической репутации в развитых странах и странах БРИКС анализ продемонстрировал следующее: в целом за 2010–2021 гг. индекс информационно-

аналитической емкости, индекс распределения ресурсов и индекс силы законных прав в развитых странах были выше, чем в странах БРИКС. При этом индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности и величина налоговой нагрузки не зависели от экономического развития государств. Несмотря на то что среднее время начала бизнеса или стартапа в развитых странах было меньше, чем в странах БРИКС, показатель по России соответствовал уровню развитых государств [136].

Для целей исследования принципиально важным видится оценить уровень взаимосвязи между индикаторами экономической репутации для мировых экономических систем. Для этого была использована база статистических показателей Всемирного банка в среднем за 2010–2021 гг. в разрезе 265 государств. Поскольку исходные данные представлены в разных единицах измерения, нами они были стандартизированы для получения адекватной сопоставимой оценки и ухода от размерности величин, для чего был использован натуральный логарифм исходных индикаторов, преобразованный вид которых в относительные показатели сведен в приложении А.

Расчет коэффициентов парной корреляции Пирсона показал, что статистически достоверная связь присутствует в следующих парах индикаторов экономической репутации:

- налоговая нагрузка и индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности (коэффициент корреляции составил 0,7);
- индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности и индекс силы закона (0,6);
- налоговая нагрузка и среднее время начала бизнеса (0,6);
- налоговая нагрузка и индекс информационно-аналитической емкости (0,4);
- индекс информационно-аналитической емкости и среднее время начала бизнеса (0,4).

Результаты расчета коэффициента корреляции показали, что наибольшая взаимосвязь отмечается с индикатором налоговой нагрузки. При этом полученные коэффициенты корреляции имеют средневысокий уровень значения (0,6–0,7) или

средне-низкий (0,4), однако являются статистически значимыми ($P \leq 0,05$). Между остальными показателями экономической репутации в разрезе стран мира статистически значимой корреляции не обнаружено. Результаты корреляционного анализа индикаторов экономической репутации представлены в таблице 2.1.6.

Таблица 2.1.6 – Результаты корреляционного анализа индикаторов экономической репутации по странам мира

Индикатор экономической репутации	Время начала бизнеса	Индекс корпоративной ответственности	Индекс информационно-аналит. емкости	Индекс распределения ресурсов	Налоговая нагрузка	Индекс силы закона
Время начала бизнеса	1,0	0,3	0,4	0,3	0,6	0,2
Индекс корпоративной ответственности	0,3	1,0	0,2	0,1	0,7	0,6
Индекс информационно-аналит. емкости	0,4	0,2	1,0	0,4	0,4	0,2
Индекс распределения ресурсов	0,3	0,1	0,4	1,0	0,3	0,2
Налоговая нагрузка	0,6	0,7	0,4	0,3	1,0	0,5
Индекс силы закона	0,2	0,6	0,2	0,2	0,5	1,0
Примечания						
1 Красным цветом отмечены статистически значимые коэффициенты корреляции при $P \leq 0,05$.						
2 Рассчитано автором.						

В целом в странах мира, где отмечается высокая налоговая нагрузка, одновременно наблюдается и высокое значение индекса корпоративной социальной и финансовой ответственности, что правомерно для развитых стран, преимущественно для стран Еврозоны, в то время как для развивающихся стран увеличение налоговой нагрузки сочетается со снижением стимулов для бизнеса раскрывать результаты социальных и финансовых обязательств для государства и партнеров для бизнеса (рисунок 2.1.3).

На повышение индекса корпоративной социальной и финансовой ответственности оказывает влияние сила верховенства закона: чем более

надежными являются установленные институциональные рамки в сфере нормативно-правового регулирования предпринимательской деятельности, тем выше уровень доступности информации о реализуемых социальных и финансовых проектах и программах в сфере бизнеса (рисунок 2.1.4).

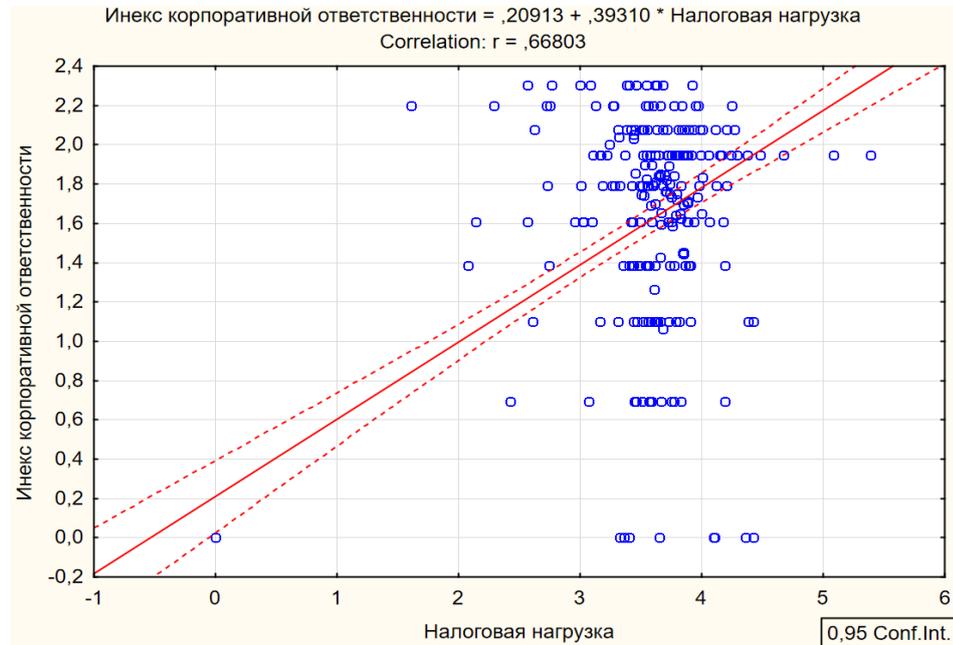


Рисунок 2.1.3 – Диаграмма рассеяния налоговой нагрузки и индекса корпоративной социальной и финансовой ответственности

Примечание – Рассчитано автором.

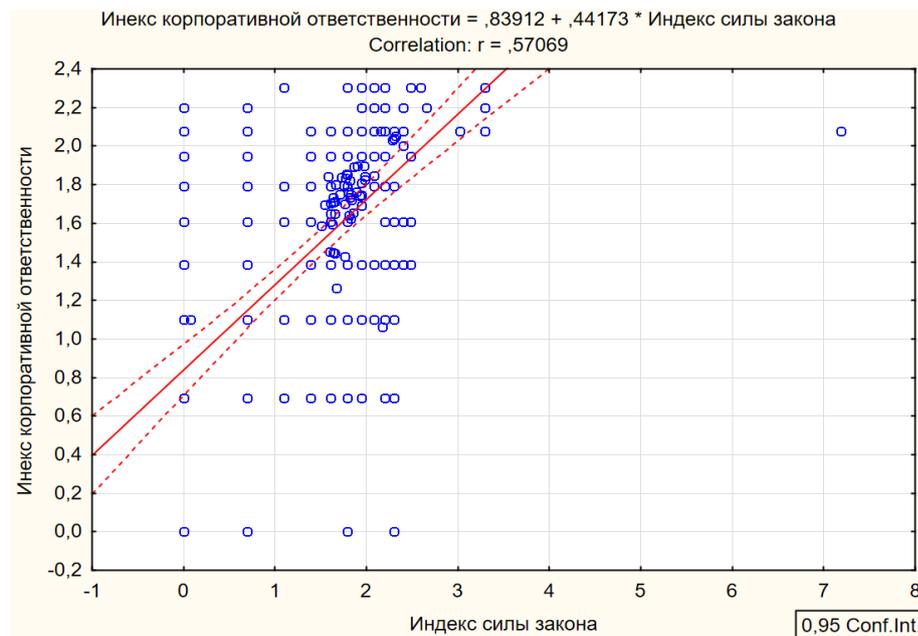


Рисунок 2.1.4 – Диаграмма рассеяния индекса силы закона и индекса корпоративной социальной и финансовой ответственности

Примечание – Рассчитано автором.

Величина налоговой нагрузки непосредственно связана со временем, необходимым для начала бизнеса или открытия стартапа. Выявлено, что в странах, имеющих более длительный период времени для начала бизнеса, отмечается и более высокая величина налоговой нагрузки на субъекты предпринимательской деятельности, в то же время справедливо и обратное – чем меньше величина налоговой нагрузки, тем, как правило, меньше времени требуется на открытие бизнеса (рисунок 2.1.5).

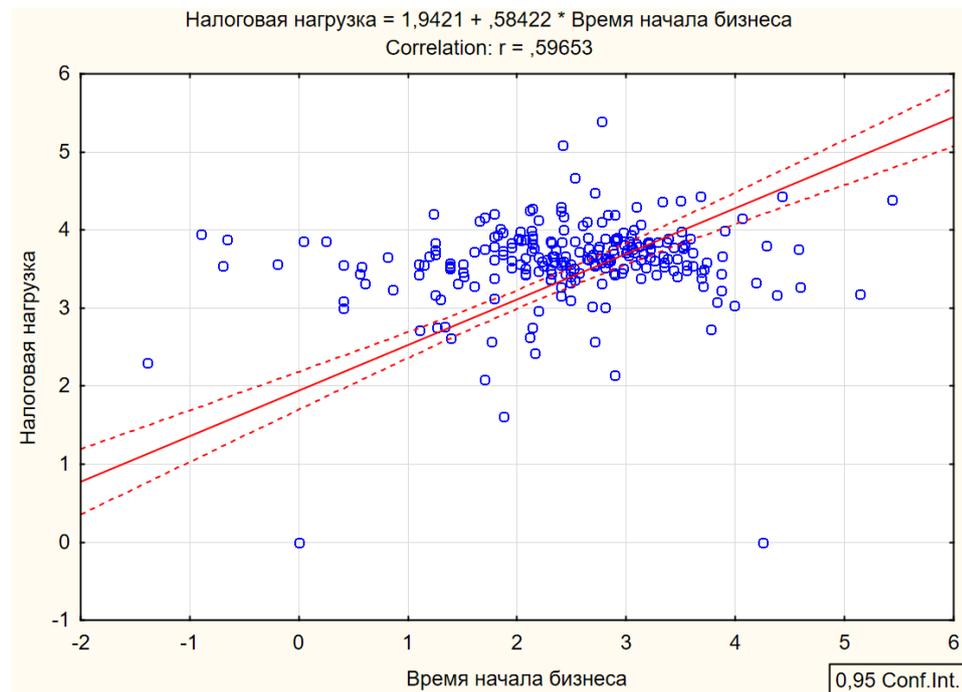


Рисунок 2.1.5 – Диаграмма рассеяния времени начала бизнеса и величины налоговой нагрузки

Примечание – Рассчитано автором.

Средний период времени для начала бизнеса отражается на индексе информационно-аналитической емкости. Определено, что для государств, имеющих более длительный период времени для открытия бизнеса, индекс информационно-аналитической емкости также является более высоким. Так, на диаграмме рассеяния можно заметить две зоны корреляций для данной пары показателей: нижняя граница демонстрирует неизменность низкого индекса информационно-аналитической емкости с ростом времени начала бизнеса (развивающиеся страны), верхняя граница указывает на неизменность высокого

индекса информационно-аналитической емкости с ростом времени начала бизнеса (развитые страны) (рисунок 2.1.6).

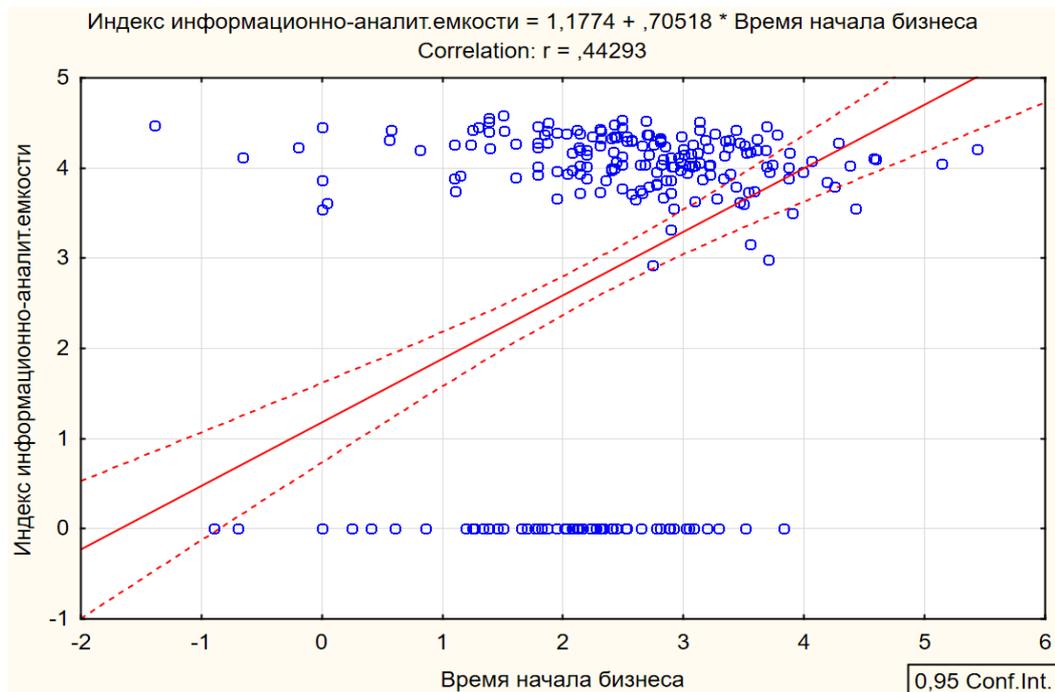


Рисунок 2.1.6 – Диаграмма рассеяния времени начала бизнеса и индекса информационно-аналитической емкости

Примечание – Рассчитано автором.

Аналогичная закономерность в разрезе мировых экономик выявлена для пары показателей налоговой нагрузки и индекса информационно-аналитической емкости. Так, на диаграмме рассеяния можно также заметить две зоны корреляций для данной пары показателей: нижняя граница демонстрирует неизменность низкого индекса информационно-аналитической емкости с ростом налоговой нагрузки (развивающиеся страны), верхняя граница указывает на неизменность высокого индекса информационно-аналитической емкости с ростом налоговой нагрузки (развитые страны) (рисунок 2.1.7).

Таким образом, результаты расчета коэффициентов парной корреляции в разрезе национальных экономических систем позволили выявить средне-высокую и среднюю статистически значимую взаимосвязь между следующими индикаторами экономической репутации: налоговая нагрузка и индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности; индекс корпоративной

социальной и финансовой ответственности и индекс силы закона; налоговая нагрузка и среднее время начала бизнеса; налоговая нагрузка и индекс информационно-аналитической емкости.

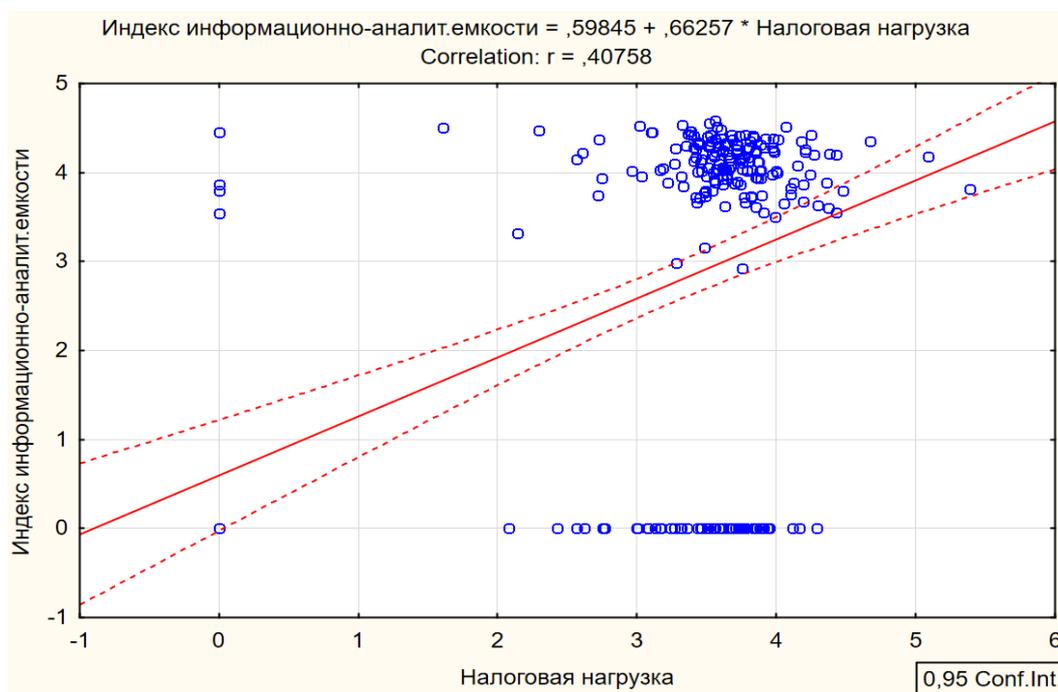


Рисунок 2.1.7 – Диаграмма рассеяния налоговой нагрузки и индекса информационно-аналитической емкости

Примечание – Рассчитано автором.

Полученные результаты и выводы могут быть использованы при разработке программ стимулирования развития экономической репутации на основе повышения прозрачности ведения бизнеса, корпоративной социальной и финансовой ответственности, а также применения инструмента налоговых льгот и программ открытия нового бизнеса на национальном уровне управления экономическими системами. Изучение зарубежного опыта оценки репутации как фактора устойчивого экономического развития наводит на мысль о целесообразности включения рассмотренных индикаторов в оценку репутации регионов на нижестоящих уровнях управления экономическими системами – на мезоуровне управления. Устойчивое развитие региональных систем, опираясь на принцип дополнительности, включает принципы и механизмы более высокого уровня организации, что позволяет рассмотреть возможность интеграции

индикаторов устойчивого развития национальных экономических систем. Например, уровень налоговой нагрузки, который сильно коррелирует с другими факторами устойчивого развития, может быть рекомендован для включения в комплексный показатель оценки репутации региона как фактора его устойчивого развития.

2.2 Методические подходы к моделям оценки репутации региона как фактора развития в субъектах Российской Федерации*

В современных исследованиях, учитывая ограниченный горизонт изучения феномена экономической репутации, особенно на разных уровнях управления экономическими системами, не сформировано единой методологии для оценки уровня ее развития в национальных и региональных системах хозяйствования.

Применительно к мезоуровню управления экономическими системами одним из количественных показателей, характеризующих репутацию региона, может выступать уровень его инвестиционной привлекательности. Национальным рейтинговым агентством ежегодно проводится расчет рейтинга инвестиционной привлекательности регионов. Факторами, влияющими на инвестиционную привлекательность регионов, описываемыми набором количественных показателей и сведенными в единый интегральный показатель, являются следующие:

- внутренний рынок;
- потенциал производства региона;

* Настоящий раздел диссертации как один из основных результатов диссертации частично опубликован в рецензируемых научных изданиях согласно пункту 11 Положения о присуждении ученых степеней Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (в действующей редакции) «О порядке присуждения ученых степеней» в статьях: [137; 140]. Об этом сообщается на основании пункта 14 вышеуказанного Положения.

- региональная инфраструктура;
- институциональная среда;
- финансовая устойчивость;
- трудовые ресурсы региона;
- природные ресурсы региона и географическое положение.

Распределение составляющих рейтинга инвестиционной привлекательности региона представлено на рисунке 2.2.1.

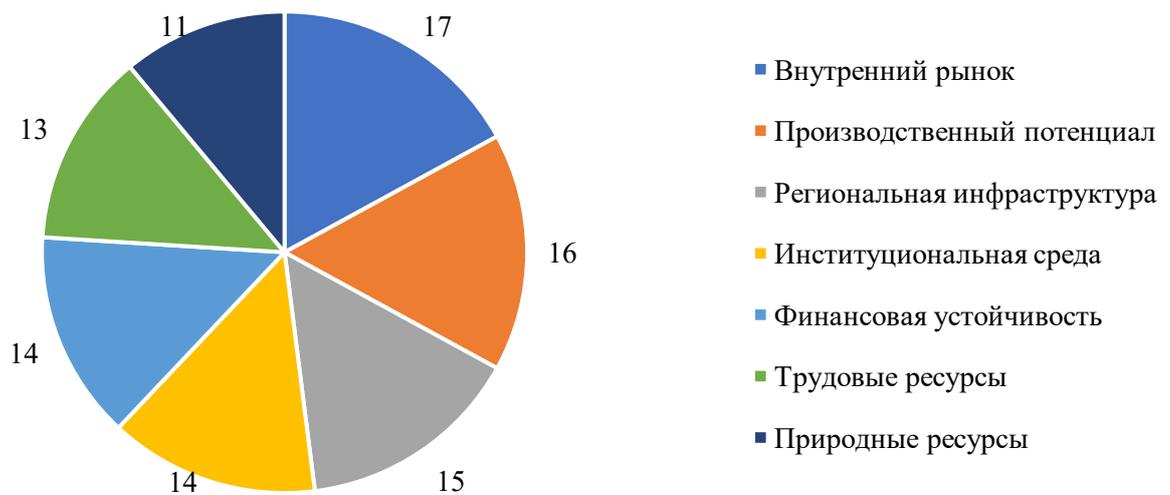


Рисунок 2.2.1 – Составляющие рейтинга инвестиционной привлекательности региона, % к итогу

Примечание – Составлено автором по: [39].

Всего рейтинг охватывает 56 показателей, по которым оценивается 85 регионов; данные носят как количественный, так и качественный характер, оцениваемый с помощью системы рейтинговых оценок. Интегральный рейтинг инвестиционной привлекательности регионов позволяет подразделить их на три категории: регионы с высокой, средней и умеренной инвестиционной привлекательностью (рисунок 2.2.2).

Категория «регионы с высоким уровнем инвестиционной привлекательности»

Группа IC1	высокая инвестиционная привлекательность – первый уровень
Группа IC2	высокая инвестиционная привлекательность – второй уровень
Группа IC3	высокая инвестиционная привлекательность – третий уровень

Категория «регионы со средним уровнем инвестиционной привлекательности»

Группа IC4	средняя инвестиционная привлекательность – первый уровень
Группа IC5	средняя инвестиционная привлекательность – второй уровень
Группа IC6	средняя инвестиционная привлекательность – третий уровень

Категория «регионы с умеренным уровнем инвестиционной привлекательности»

Группа IC7	умеренная инвестиционная привлекательность – первый уровень
Группа IC8	умеренная инвестиционная привлекательность – второй уровень
Группа IC9	умеренная инвестиционная привлекательность – третий уровень

Рисунок 2.2.2 – Тепловая карта индикаторов рейтинга инвестиционной привлекательности регионов

Источник: [74].

По итогам 2021 г. в рейтинге с высоким уровнем инвестиционной привлекательности регионов представлено 24 субъекта федерации, со средним – 40, с низким – 21 субъект (рисунок 2.2.3).

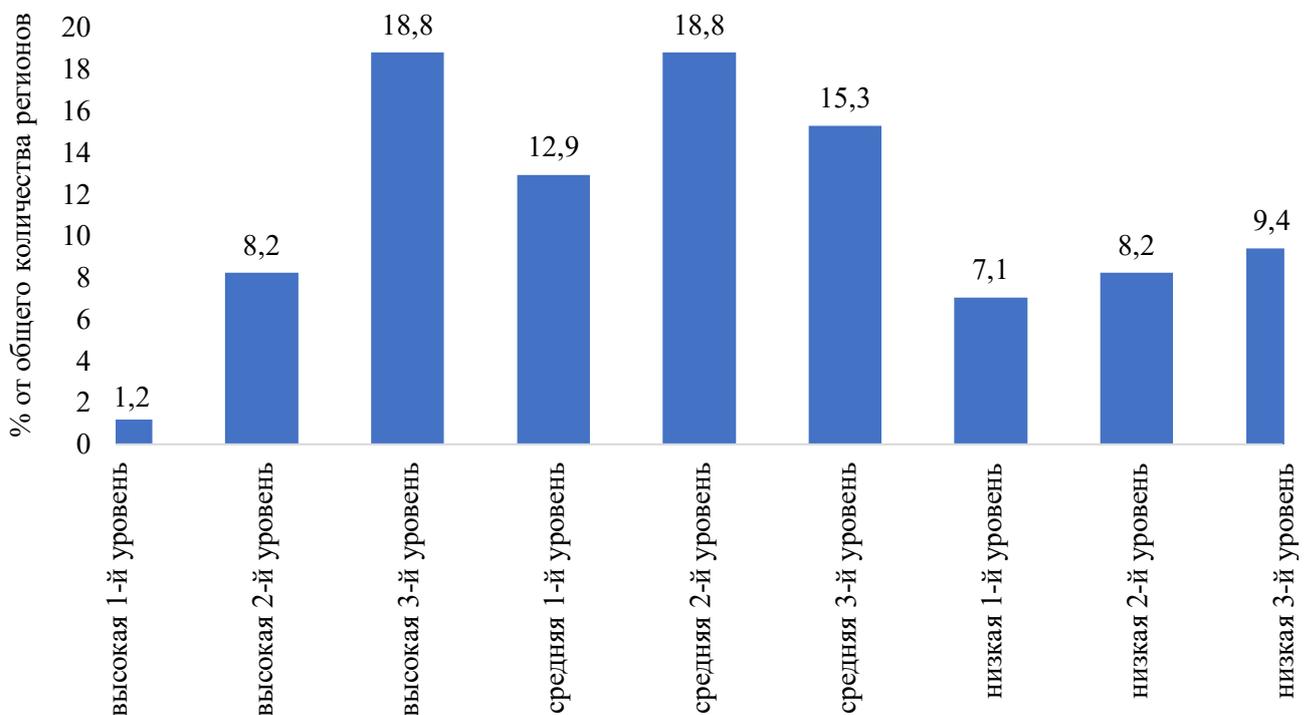


Рисунок 2.2.3 – Распределение регионов по уровню инвестиционной привлекательности

Примечание – Составлено автором по: [39].

При этом был понижен рейтинг Ленинградской и Калининградской областей до высокого третьего уровня, Пермского и Краснодарского края – до среднего высокого уровня, Томской, Мурманской, Волгоградской областей и Хабаровского края – до среднего второго уровня, Архангельской области и г. Севастополя – до среднего третьего уровня. В то же время отмечен рост инвестиционной привлекательности для Новосибирской, Курской областей и Камчатского края – до высокого третьего уровня, Чукотского автономного округа, Республики Саха (Якутия), Оренбургской области – до среднего высокого уровня, Чувашской Республики, Республики Адыгея, Саратовской и Пензенской областей – до среднего второго уровня, Алтайского края, Республики Мордовия, Омской, Псковской и Орловской областей – до среднего третьего уровня, Кировской области и Республики Алтай – до умеренного первого уровня и Республики Бурятия – до умеренного второго уровня. В целом 19 регионов повысили свой рейтинг инвестиционной привлекательности (22,5%), большинство – 56 регионов (65,9%) подтвердили рейтинг и 10 регионов (11,6%) понизили рейтинг (рисунок 2.2.4).

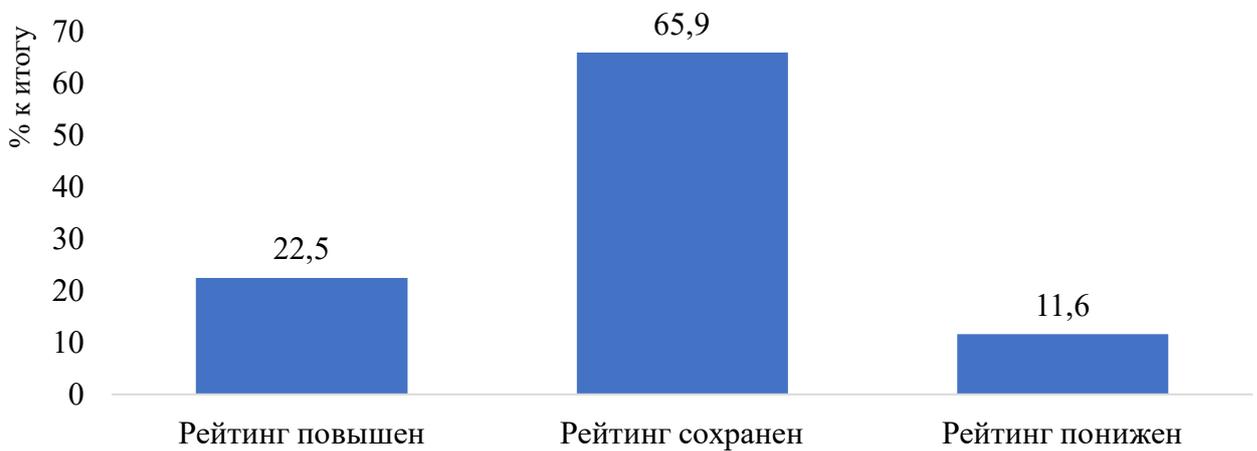


Рисунок 2.2.4 – Изменение положения регионов в рейтинге инвестиционной привлекательности

Примечание – Составлено автором по: [39].

Тепловая карта распределения регионов по рейтингу инвестиционной привлекательности представлена на рисунке 2.2.5.



Рисунок 2.2.5 – Тепловая карта распределения регионов по рейтингу инвестиционной привлекательности

Источник: [39].

Распределение регионов Российской Федерации по величине основного макроэкономического показателя – валового регионального продукта на душу населения и позиции в рейтинге инвестиционной привлекательности показало, что существуют различия между группами регионов. Данные для анализа представлены в приложении Б. Так, данные ящичной диаграммы демонстрируют, что в регионах с высоким рейтингом инвестиционной привлекательности отмечается наибольшее значение величины ВРП на душу населения – 1250855,8 руб., с умеренным рейтингом, напротив, минимальное значение – 316876,7 руб. (рисунок 2.2.6).

При этом обратим внимание, что величина ВРП на душу населения между регионами, входящими в группу с умеренным и средним уровнем инвестиционной привлекательности, существенно отличается от регионов, представленных в группе с высоким рейтингом. Соотношение между ними составило, соответственно, 3,9 и 2,4 раза. Максимальное значение ВРП на душу населения в группе с высоким рейтингом инвестиционной привлекательности

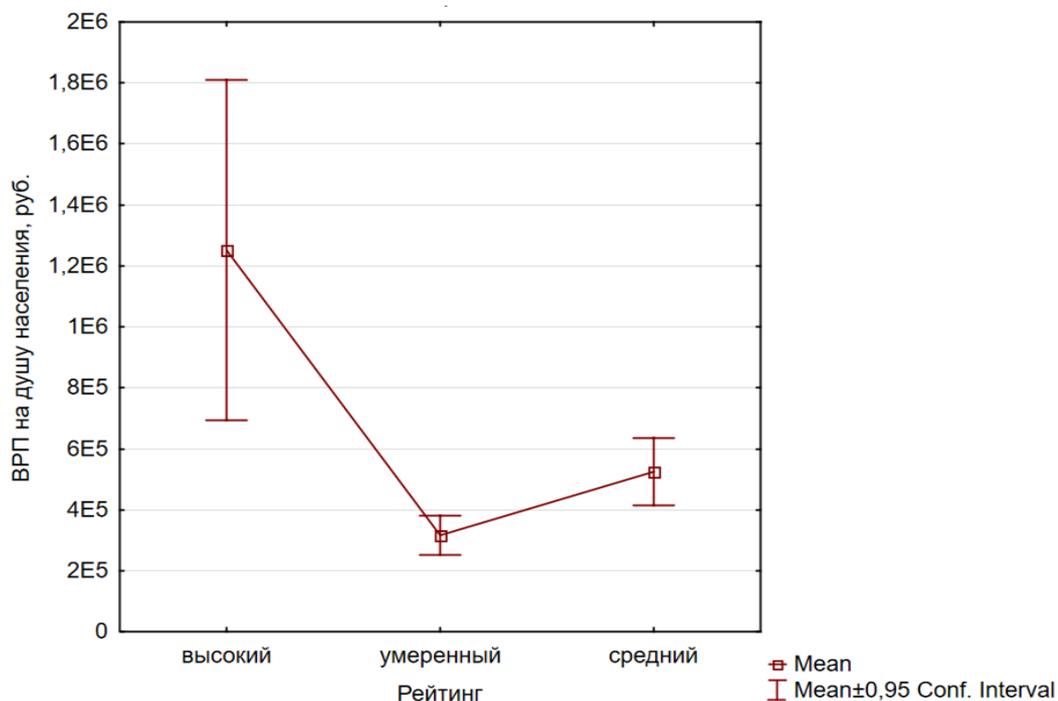


Рисунок 2.2.6 – Ящичная диаграмма величины ВРП на душу населения по группам в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов

Примечание – Рассчитано и построено автором по: [122].

фиксировалось в Ненецком автономном округе – 5206287,1 руб. (высокий рейтинг третьего уровня), со средним – в Чукотском автономном округе – 2404271,2 руб. (средний рейтинг первого уровня), с умеренным – в Республике Коми – 749219,3 руб. (умеренный рейтинг первого уровня). Наибольший разброс величины ВРП на душу населения фиксировался в группе с высоким рейтингом инвестиционной привлекательности, наименьший – с умеренным, где коэффициенты вариации составили, собственно, 105,8 и 42,7 (таблица 2.2.1).

Таблица 2.2.1 – Показатели описательной статистики ВРП на душу населения в группах регионов по уровню инвестиционной привлекательности

В рублях

Рейтинг	Высокий	Средний	Умеренный
Среднее	1250856	525443,1	316876,7
Минимум	425161	283451,4	142199,7
Максимум	5206287	2404271,2	749219,3
Размах	4781126	2120819,8	607019,6
Стандартное отклонение	1323648	355996	135180,7
Коэффициент вариации	105,8	67,8	42,7
Примечание – Рассчитано автором.			

Анализ достоверности различий величины ВРП на душу населения в зависимости от принадлежности региона к группе в рейтинге инвестиционной привлекательности проведен с помощью теста Краскела – Уоллиса, который показал присутствие статистически значимых отличий в анализируемом показателе. Следовательно, подтверждается гипотеза о том, что величина ВРП на душу населения в регионах с высоким рейтингом инвестиционной привлекательности выше, чем в других группах. В то же время верно и обратное утверждение, что более низкая позиция в рейтинге коррелирует с низкой величиной ВРП на душу населения (таблица 2.2.2).

Таблица 2.2.2 – Критерий Краскела – Уоллиса для сравнения ВРП на душу населения и положения регионов в рейтинге инвестиционной привлекательности

ВРП на душу населения, руб.	z-значение		
	Критерий Краскела – Уоллиса: $H(2, N=85) = 37,37251, p = 0,0000$		
	высокий	умеренный	средний
Высокий		6,088966	3,690827
Умеренный	6,088966		3,347009
Средний	3,690827	3,347009	
	p-значение		
	высокий	умеренный	средний
Высокий		0,000000	0,000671
Умеренный	0,000000		0,002451
Средний	0,000671	0,002451	
Примечания			
1 Оценка статистической значимости на уровне $P \leq 0,05$.			
2 Красным указаны статистически значимые коэффициенты корреляции.			
3 Рассчитано автором.			

Однако, полагаем, в силу того, что отсутствует единая общепринятая методика оценки репутации региона, могут быть применены индикаторы эффективности региональных экономических систем по экономическим показателям [22; 81; 83].

Предлагаемые методические подходы охватывают:

- 1) включение экономических индикаторов репутации (подход 1);
- 2) включение всех факторов, в разной степени определяющих уровень репутации регионального развития экономики (подход 2, расширенный).

Методический подход 1.

Используя экономические индикаторы репутации, мы подходим к изучению целей и задач репутационной экономики, которая не ограничивается только воздействием экономических факторов на развитие региональных экономических систем. В качестве метода исследования предложено использовать балльно-рейтинговую оценку субъектов федерации по уровню развития экономической репутации [79; 82; 163]. В качестве информационной базы исследования использованы данные Федеральной службы государственной статистики по экономическим показателям эффективности региональных экономических систем в среднем за период 2010–2021 гг. 82 субъектов Российской Федерации, исключая автономные округа, входящие в состав областей и краев. По каждому экономическому показателю в разрезе регионов рассчитывались средние значения за указанный период, проводилось их прямое ранжирование и определялось соотношение со среднероссийским уровнем, что позволило выявить регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по отдельным экономическим индикаторам экономической репутации, а также их положение относительно друг друга по итоговому рангу экономической репутации, рассчитанному на основе средней арифметической по отдельным экономическим показателям репутации. Для оценки экономической репутации на уровне субъектов Российской Федерации использованы следующие экономические показатели:

- валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения, руб.;
- инвестиции в основной капитал на душу населения, руб.;
- доля малого и среднего бизнеса в ВРП, %;
- доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП, %;
- доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, %;
- доля инвестиций в основной капитал в ВРП, %;
- уровень инновационной активности, %;
- индекс производительности труда, % [122].

Безусловно, данный перечень показателей не является исчерпывающим, однако при отборе экономических индикаторов репутации мы опирались, прежде

всего, на официальную статистическую информацию для мониторинга хода исполнения поручений, содержащихся в указах Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 596–606 [1].

Важнейшим макроэкономическим показателем, характеризующим репутационную экономику, является величина ВРП на душу населения, где лидирующие позиции занимали добывающие регионы – Сахалинская область, Тюменская область, Чукотский автономный округ, Магаданская область, а также г. Москва как центр аккумуляции информационных и финансовых потоков, как лидер сферы услуг (прежде всего для корпоративного сектора экономики). Величина ВРП на душу населения в этих регионах превышала среднероссийский показатель на 269,4–412,6%. Наименьшие средние значения величины ВРП на душу населения были выявлены в следующих регионах: Республика Тыва, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Республика, Республика Ингушетия, где значение показателя относительно среднероссийского уровня колебалось от 27,3% до 47,3%. Республика Татарстан по средней величине ВРП на душу населения (510153,9 руб.) занимала в рейтинге 13-ю позицию, превысив среднероссийский показатель на 25,6% (таблица 2.2.3).

Таблица 2.2.3 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по величине ВРП на душу населения

Регион	ВРП на д. н., руб.	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Сахалинская область	1 675 956,6	1	412,6
Тюменская область	1 659 417,9	2	408,5
Чукотский автономный округ	1 478 252,1	3	363,9
Москва	1 197 583,5	4	294,8
Магаданская область	1 094 112,3	5	269,4
Республика Татарстан	510 153,9	13	125,6
Республика Тыва	177 375,7	78	43,7
Кабардино-Балкарская Республика	158 372,7	79	39,0
Карачаево-Черкесская Республика	157 961,7	80	38,9
Чеченская Республика	123 096,9	81	30,3
Республика Ингушетия	110 942,1	82	27,3
Примечание – Рассчитано автором.			

По величине инвестиций в основной капитал на душу населения также лидировали добывающие регионы: Тюменская область, Сахалинская область, Чукотский автономный округ, Магаданская область, Республика Саха (Якутия), где величина инвестиций в основной капитал превышала среднероссийский уровень на 281,1–520,7%; наименьшие средние значения показателя были характерны для Костромской области, Курганской области, Кабардино-Балкарской Республики, Республики Ингушетия, Ивановской области (от 32,3% до 38,8% относительно среднероссийского уровня). Республика Татарстан в рейтинге по данному показателю располагалась на 12-м месте со значением 144 980 руб., или 146,1% относительно среднероссийского уровня (таблица 2.2.4).

Примечательно, что регионы, имеющие низкие показатели ВРП на душу населения и инвестиций в основной капитал на душу населения, характеризуются наиболее высокой долей субъектов малого среднего предпринимательства в создании валовой добавленной стоимости в регионе, что может быть использовано как импульс для развития региональной экономики и повышения уровня ее репутации среди других регионов и на национальном уровне в целом.

Таблица 2.2.4 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по величине инвестиций в основной капитал на душу населения

Регион	Инвестиции в основной капитал на д.н., руб.	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Тюменская область	516787	1	520,7
Сахалинская область	423426	2	426,6
Чукотский автономный округ	360835	3	363,6
Магаданская область	288679	4	290,9
Республика Саха (Якутия)	278960	5	281,1
Республика Татарстан	144980	12	146,1
Костромская область	38514	78	38,8
Курганская область	38412	79	38,7
Кабардино-Балкарская Республика	37498	80	37,8
Республика Ингушетия	37193	81	37,5
Ивановская область	32061	82	32,3
Примечание – Рассчитано автором.			

Так, наибольшая доля субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) отмечалась в следующих регионах: Ивановская область, Кабардино-

Балкарская Республика, Новосибирская область, Алтайский край, Костромская область, где значение показателя варьировалось от 35% до 40,9%, при этом среднее значение по Российской Федерации составляло 25%. Наименьшее значение данного показателя было в следующих регионах: Красноярский край, Сахалинская область, Республика Коми, Тюменская область, Чукотский автономный округ (от 7,5% до 11,8%), которые демонстрировали лидирующие позиции по ВРП и инвестициям в основной капитал на душу населения. Республика Татарстан среди регионов занимала 48-е место со средним показателем 24,8% (таблица 2.2.5).

Таблица 2.2.5 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по доле малого и среднего предпринимательства в ВРП

Регион	Доля МСП в ВРП, %	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Ивановская область	40,9	1	163,7
Кабардино-Балкарская Республика	36,8	2	147,1
Новосибирская область	36,8	2	147,1
Алтайский край	36,5	4	145,9
Костромская область	35,0	5	139,9
Республика Татарстан	24,8	48	99,3
Красноярский край	11,8	78	47,2
Сахалинская область	11,1	79	44,2
Республика Коми	10,8	80	43,0
Тюменская область	8,0	81	32,0
Чукотский автономный округ	7,5	82	29,8
Примечание – Рассчитано автором.			

Наибольшие значения средней доли наукоемкой и высокотехнологичной продукции в ВРП наблюдались в Калужской области, Чувашской Республике, г. Санкт-Петербурге, Ульяновской области, Пермском крае – от 29,7% до 33,6% при среднероссийском показателе 19,5%; наименьшие – в Астраханской области, Белгородской области, Оренбургской области, Сахалинской области, Тюменской области – от 8% до 10,8%. Республика Татарстан среди регионов занимала 44-е место со средним показателем 19,1% (таблица 2.2.6).

Доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции непосредственно связана с таким показателем инновационной экономики, как доля затрат на

научные исследования и разработки в ВРП. Несмотря на то что данный показатель в среднем по Российской Федерации не превышал 1%, отмечались регионы, имеющие значение данного индикатора в несколько раз превышающим среднероссийский уровень: Нижегородская область, Московская область, г. Санкт-Петербург, Ульяновская область, Томская область – от 2,5% до 5,3%.

Таблица 2.2.6 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по доле наукоёмкой и высокотехнологичной (НиВТ) продукции в ВРП

Регион	Доля НиВТ продукции в ВРП, %	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Калужская область	33,6	1	172,0
Чувашская Республика	30,5	2	155,9
Санкт-Петербург	30,1	3	153,8
Ульяновская область	29,8	4	152,3
Пермский край	29,7	5	151,8
Республика Татарстан	19,1	44	97,8
Астраханская область	10,8	78	55,1
Белгородская область	10,5	79	53,7
Оренбургская область	10,4	80	53,4
Сахалинская область	9,6	81	49,0
Тюменская область	8,0	82	41,0
Примечание – Рассчитано автором.			

Наименьшая величина доли затрат на научные исследования и разработки в ВРП наблюдалась в следующих регионах: Оренбургская область, Забайкальский край, Сахалинская область, Чукотский автономный округ, Республика Хакасия – от 0,05% до 0,1%. Республика Татарстан среди регионов занимала 26-е место со средним показателем, соответствующим среднероссийскому уровню, – 0,7% (таблица 2.2.7).

По величине инвестиций в основной капитал в ВРП распределение регионов было следующим. Наибольшее среднее значение показателей было характерно для Амурской области, Чеченской Республики, Ленинградской области, Республики Дагестан, Республики Крым – от 35,9% до 56,7% при среднероссийском показателе, равном 25,1%. Отметим, что здесь преобладали федеральные инвестиции на развитие крупных инфраструктурных проектов, в том числе реализуемых на принципах государственно-частного партнерства.

Таблица 2.2.7 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по доле затрат на научные исследования и разработки в ВРП

Регион	Доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, %	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Нижегородская область	5,3	1	757,1
Московская область	3,1	2	442,9
Санкт-Петербург	3,1	2	442,9
Ульяновская область	3,0	4	428,6
Томская область	2,5	5	357,1
Республика Татарстан	0,7	26	100,0
Оренбургская область	0,1	72	14,3
Забайкальский край	0,1	72	14,3
Сахалинская область	0,1	72	14,3
Чукотский автономный округ	0,1	72	14,3
Республика Хакасия	0,05	82	7,1
Примечание – Рассчитано автором.			

Наименьшая средняя доля инвестиций в основной капитал в ВРП отмечалась в следующих регионах: Республика Карелия, Удмуртская Республика, г. Санкт-Петербург, Костромская область, г. Москва – от 13,3% до 17,4%. Республика Татарстан среди регионов занимала 20-е место с средним показателем 29,1% против среднероссийского уровня 25,1% (таблица 2.2.8).

Таблица 2.2.8 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по доле инвестиций в основной капитал в ВРП

Регион	Доля инвестиций в основной капитал в ВРП, %	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Амурская область	56,7	1	225,7
Чеченская Республика	40,0	2	159,4
Ленинградская область	37,5	3	149,4
Республика Дагестан	36,7	4	146,0
Республика Крым	35,9	5	142,8
Республика Татарстан	29,1	20	115,6
Республика Карелия	17,4	78	69,3
Удмуртская Республика	17,4	79	69,2
Санкт-Петербург	16,9	80	67,4
Костромская область	15,0	81	59,5
Москва	13,3	82	52,8
Примечание – Рассчитано автором.			

В инновационной экономике уровень репутации регионов также во многом определяется уровнем инновационной активности субъектов хозяйствования. По данному показателю регионами-лидерами в среднем за 2010–2021 гг. были такие субъекты федерации, как Республика Татарстан, Чувашская Республика, города Москва и Санкт-Петербург, Томская область, со средним значением показателей от 17,7% до 22,2% при среднероссийском уровне, равном 10%. Наименьшее значение показателя отмечалось в следующих регионах: Забайкальский край, Карачаево-Черкесская Республика, Сахалинская область, Республика Калмыкия, Чеченская Республика – от 1,8% до 4,4% (таблица 2.2.9).

Таблица 2.2.9 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по уровню инновационной активности

Регион	Уровень инновационной активности, %	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Республика Татарстан	22,2	1	222,3
Чувашская Республика	20,8	2	208,4
Москва	18,7	3	187,1
Санкт-Петербург	18,6	4	186,6
Томская область	17,7	5	177,4
Забайкальский край	4,4	80	44,4
Карачаево-Черкесская Республика	4,3	81	42,8
Сахалинская область	4,2	82	41,8
Республика Калмыкия	2,9	83	28,8
Чеченская Республика	1,8	84	17,6
Примечание – Рассчитано автором.			

По величине индекса производительности труда в рейтинге распределение регионов сложилось следующим образом. Наибольшее среднее значение показателей было характерно для Астраханской области, Брянской области, Мурманской области, Пензенской области и Курской области – от 104,7% до 106,3% при среднероссийском показателе 102,4%. Наименьший индекс производительности труда отмечался в следующих регионах: Тюменская область, Томская область, Республика Калмыкия, Республика Саха (Якутия),

г. Севастополь – от 100% до 100,2%. Республика Татарстан среди регионов занимала 63-ю позицию со средним показателем 101,3% (таблица 2.2.10).

Таблица 2.2.10 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по индексу производительности труда

Регион	Индекс производительности труда, %	Ранг	Соотношение со среднероссийским уровнем, %
Астраханская область	106,3	1	103,7
Брянская область	105,3	2	102,8
Мурманская область	105,2	3	102,7
Пензенская область	104,8	4	102,4
Курская область	104,7	5	102,3
Республика Татарстан	101,3	63	98,9
Тюменская область	100,2	78	97,8
Томская область	100,1	79	97,7
Республика Калмыкия	100,1	80	97,7
Республика Саха (Якутия)	100,0	81	97,7
Севастополь	100,0	82	97,7
Примечание – Рассчитано автором.			

Используя ранги, полученные по результатам расположения регионов по отдельным экономическим показателям репутации, был рассчитан итоговый ранг по совокупности экономических показателей репутации как сумма рангов и проведено повторное ранжирование регионов уже с учетом суммы рангов. В результате был получен следующий ряд итоговых значений рангов регионов Российской Федерации по уровню развития экономической репутации.

Лидирующие позиции в рейтинге принадлежат следующим субъектам федерации: Калужская область, г. Санкт-Петербург, Воронежская область, Нижегородская область, Магаданская область, Пензенская область, Тульская область, Республика Татарстан, Ярославская область, Новгородская область. В частности, высокие позиции в рейтинге Республике Татарстан обеспечили такие экономические индикаторы репутации, как уровень инновационной активности (1-е место), инвестиции на душу населения (12-е место), ВРП на душу населения (13-е место). При этом регионами-аутсайдерами по итоговому рангу

экономической репутации стали Псковская область, Кемеровская область, Курганская область, Республика Северная Осетия – Алания, Республика Тыва, Костромская область, Республика Ингушетия, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Хакасия, Республика Калмыкия. Результаты расчета итогового ранга экономической репутации в разрезе субъектов федерации приведены в таблице 2.2.11 и в приложении В.

Таблица 2.2.11 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по уровню развития экономической репутации

Регион	Показатели								Сумма рангов	Итоговый ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8		
Калужская область	15	43	1	25	27	6	27	23	167	1
Санкт-Петербург	53	20	3	16	7	2	80	4	185	2
Воронежская область	33	6	38	22	41	17	16	17	190	3
Нижегородская область	38	34	6	36	32	1	35	11	193	4
Магаданская область	7	63	76	4	5	26	17	7	205	5
Пензенская область	4	7	33	59	58	13	42	6	222	6
Тульская область	10	39	17	41	42	19	43	13	224	7
Республика Татарстан	63	48	44	12	13	26	20	1	227	8
Ярославская область	19	26	8	44	34	10	65	25	231	9
Новгородская область	9	66	7	30	33	26	32	35	238	10
Псковская область	66	23	45	70	62	72	58	40	436	73
Кемеровская область	77	70	59	34	43	59	29	70	441	74
Курганская область	74	36	11	79	69	59	77	39	444	75
Республика Северная Осетия – Алания	24	31	52	77	75	48	64	74	445	76
Республика Тыва	76	77	9	75	78	38	19	73	445	76
Костромская область	49	5	48	78	59	72	81	68	460	78
Республика Ингушетия	67	51	24	81	82	72	9	76	462	79
Карачаево-Черкесская Республика	73	61	47	74	80	32	26	79	472	80
Республика Хакасия	13	72	64	55	37	82	74	75	472	80
Республика Калмыкия	80	71	71	61	67	59	8	81	498	82

Условные обозначения: 1 – индекс производительности труда, %; 2 – доля малого и среднего бизнеса в ВРП, %; 3 – доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП, %; 4 – инвестиции в основной капитал на душу населения, руб.; 5 – ВРП на душу населения, руб.; 6 – доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, %; 7 – доля инвестиций в основной капитал в ВРП, %; 8 – уровень инновационной активности, %.

Примечание – Рассчитано автором.

Используя значения рангов по индикаторам экономической репутации, был проведен расчет степени взаимосвязи между ними с применением коэффициента

ранговой корреляции Спирмена, который показал статистически значимую взаимосвязь между следующими парами рангов показателей ($P \leq 0,05$):

- инвестиции в основной капитал на душу населения и ВРП на душу населения (коэффициент корреляции составил 0,89);

- доля малого и среднего бизнеса в ВРП и инвестиции в основной капитал на душу населения (-0,54);

- доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП и уровень инновационной активности (0,51);

- доля малого и среднего бизнеса в ВРП и валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения (-0,50);

- доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП и доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП (0,49) (таблица 2.2.12).

Таблица 2.2.12 – Коэффициенты ранговой корреляции Спирмена по рангам показателей экономической репутации по регионам Российской Федерации

Показатели	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1,00	0,21	0,06	-0,10	-0,12	0,08	-0,04	0,19
2	0,21	1,00	0,42	-0,54	-0,50	0,23	-0,30	0,18
3	0,06	0,42	1,00	-0,44	-0,30	0,49	-0,37	0,25
4	-0,10	-0,54	-0,44	1,00	0,89	0,14	0,35	0,20
5	-0,12	-0,50	-0,30	0,89	1,00	0,24	-0,04	0,32
6	0,08	0,23	0,49	0,14	0,24	1,00	-0,27	0,51
7	-0,04	-0,30	-0,37	0,35	-0,04	-0,27	1,00	-0,33
8	0,19	0,18	0,25	0,20	0,32	0,51	-0,33	1,00

Условные обозначения: 1 – индекс производительности труда, %; 2 – доля малого и среднего бизнеса в ВРП, %; 3 – доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП, %; 4 – инвестиции в основной капитал на душу населения, руб.; 5 – ВРП на душу населения, руб.; 6 – доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, %; 7 – доля инвестиций в основной капитал в ВРП, %; 8 – уровень инновационной активности, %.

Примечания

1 Красным цветом отмечена статистически значимая корреляция ($P \leq 0,05$).

2 Рассчитано автором.

На примере регионов Российской Федерации было выявлено, что с ростом инвестиций в основной капитал увеличивается ВРП на душу населения, данная закономерность определена со статистической точностью в 89%. Соответственно, чем выше рейтинг региона по величине инвестиций в основной капитал на душу

населения, тем выше его рейтинг по величине ВРП на душу населения (рисунок 2.2.7).

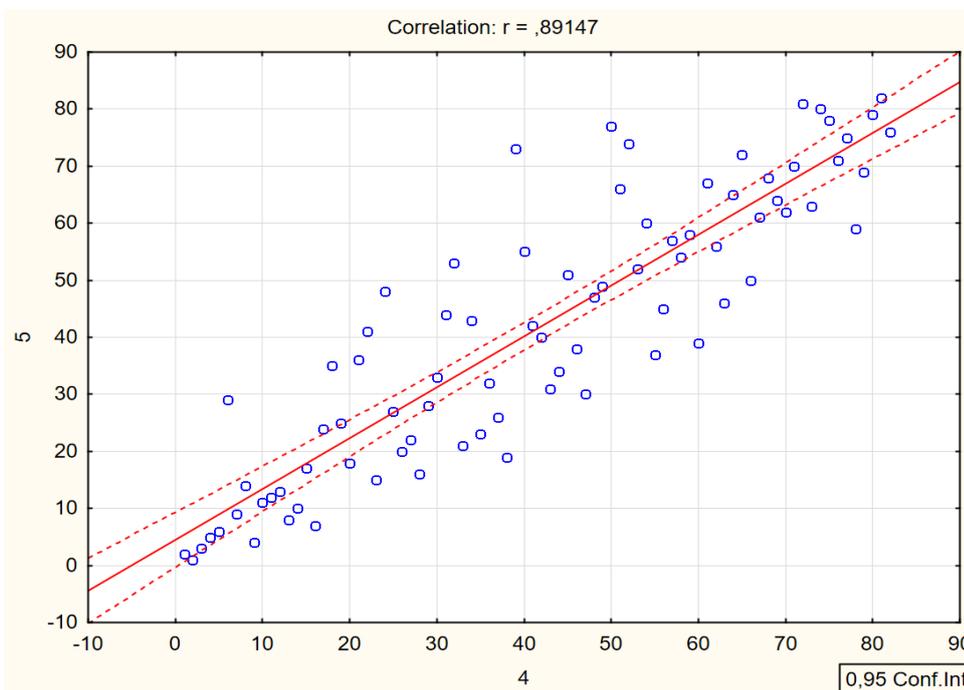


Рисунок 2.2.7 – Диаграмма рассеяния инвестиций в основной капитал на душу населения и ВРП на душу населения

Примечание – Построено автором.

Обратная связь установлена для доли малого и среднего бизнеса в ВРП и инвестиций в основной капитал на душу населения: с ростом доли малого и среднего бизнеса в ВРП региона величина объема инвестиций на душу населения имеет тенденцию к снижению его ранга относительно других регионов Российской Федерации, что характерно для 54% регионов. Однако данное явление может быть объяснено тем, что после 2015 г. в субъектах Российской Федерации начали активно развиваться программы по стимулированию малого и среднего предпринимательства для наращивания темпов экономического роста, прирост доли которых опережал прирост объема инвестиций, что отразилось на отрицательном значении коэффициента корреляции (рисунок 2.2.8).

Для свыше половины регионов (51%) было характерно более высокое значение ранга по показателю «доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП» с высоким рангом по показателю «уровень инновационной активности», что является логичным и закономерным в условиях развития

инновационной экономики и стимулирования наукоемких интеллектуальных производств (рисунок 2.2.9).

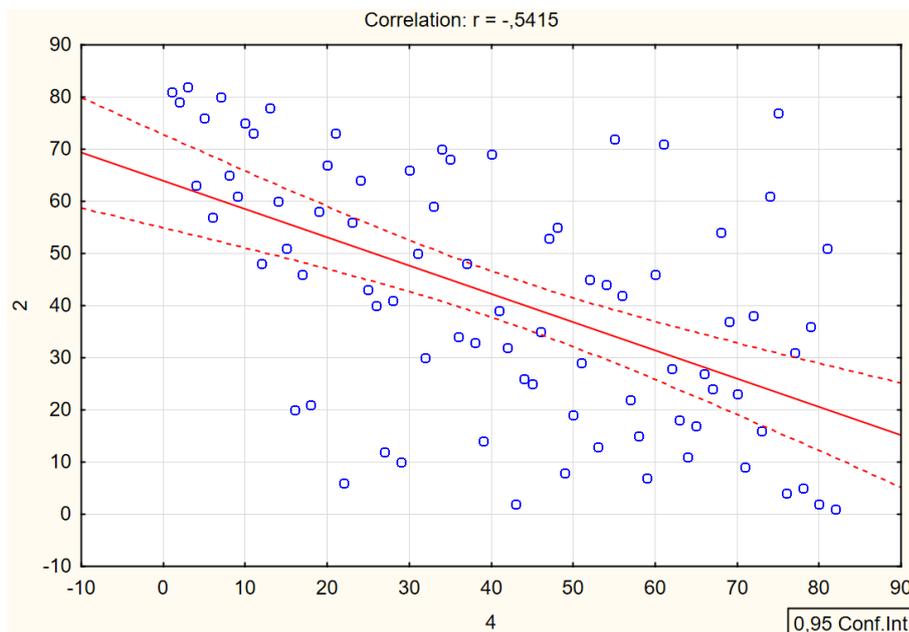


Рисунок 2.2.8 – Диаграмма рассеяния доли малого и среднего бизнеса в ВРП и инвестиций в основной капитал на душу населения

Примечание – Построено автором.

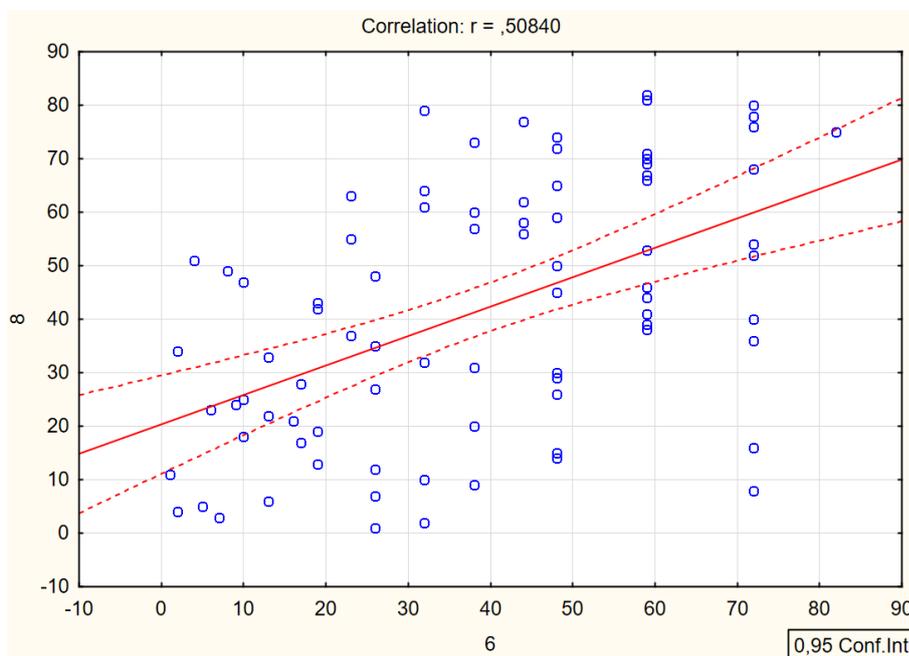


Рисунок 2.2.9 – Диаграмма рассеяния доли затрат на научные исследования и разработки в ВРП и уровня инновационной активности

Примечание – Построено автором.

Аналогично обратная связь была установлена между показателями ранга региона по доле малого и среднего бизнеса в ВРП и уровнем валового регионального продукта на душу населения: в 50% регионов более высокое значение ранга по доле малого и среднего бизнеса было сопряжено с более низким рейтингом по величине ВРП на душу населения, что, как было отмечено ранее, связано с развитием программ стимулирования темпов роста экономических систем регионов, являющихся дотационными (рисунок 2.2.10).

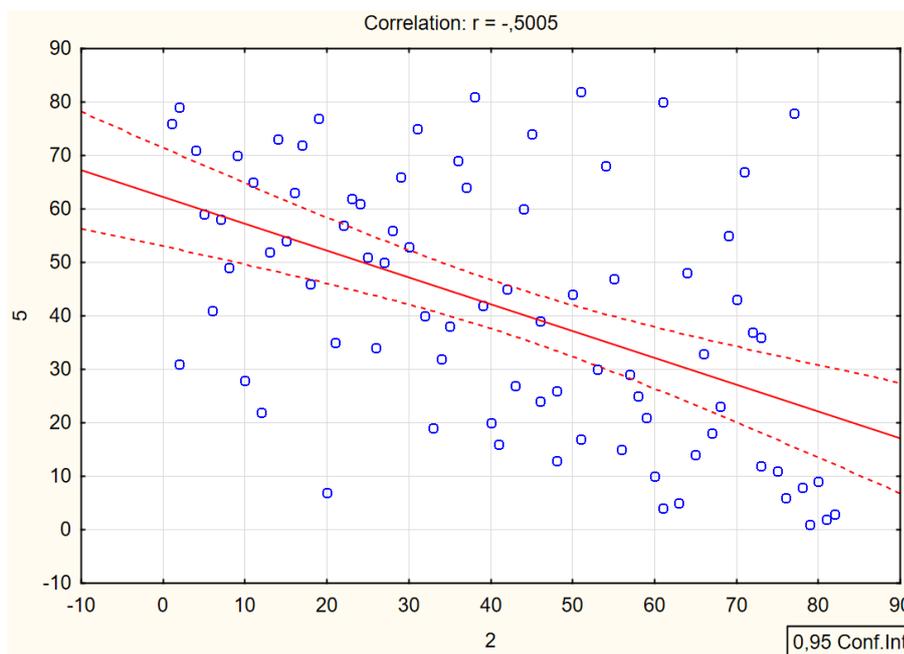


Рисунок 2.2.10 – Диаграмма рассеяния доли малого и среднего бизнеса в ВРП и ВРП на душу населения

Примечание – Построено автором.

Средняя степень взаимосвязи рангов выявлена между показателями доли высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП и доли затрат на научные исследования и разработки в ВРП, однако связь установлена прямая – более высокий ранг по доле высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП соответствует более высокому рангу по доле затрат на научные исследования и разработки в ВРП, что является следствием стимулирования государственной научно-технической политики и выстраивания логической цепочки знаний, начиная от научной составляющей высокотехнологичного производства и

заканчивая выпуском инновационной наукоемкой продукции, что было характерно для 49% регионов (рисунок 2.2.11).

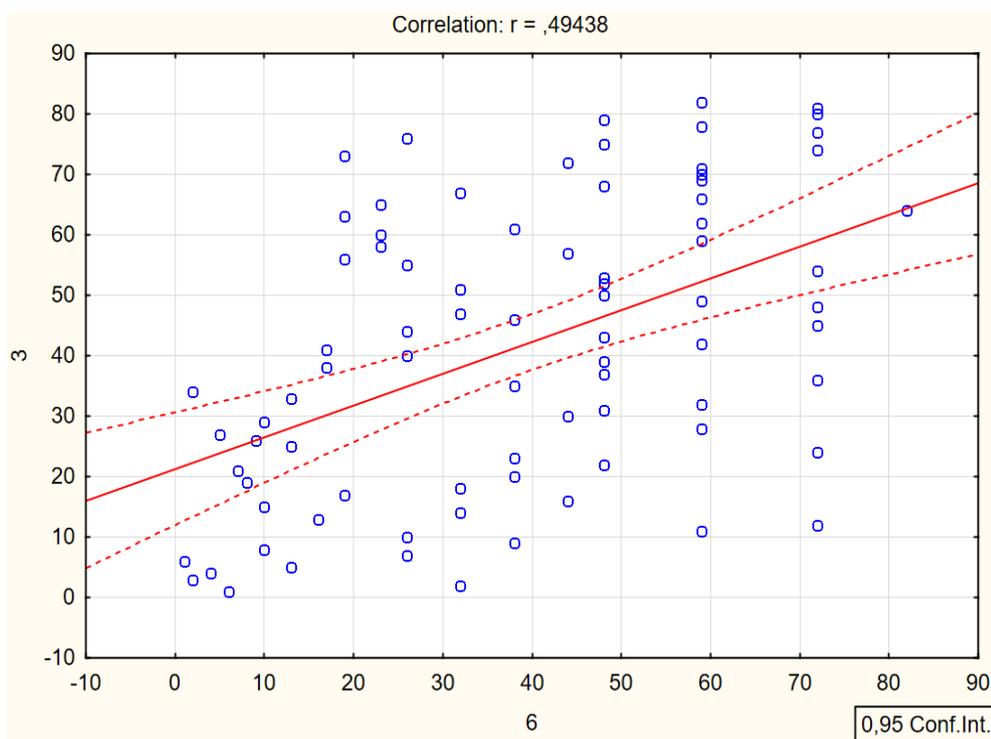


Рисунок 2.2.11 – Диаграмма рассеяния доли высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП и доли затрат на научные исследования и разработки в ВРП

Примечание – Построено автором.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать следующие выводы. Лидерами по индикаторам экономической репутации являются Калужская область, г. Санкт-Петербург, Воронежская область, Нижегородская область, Магаданская область, Пензенская область, Тульская область, Республика Татарстан, Ярославская область, Новгородская область. Высокие позиции в рейтинге Республике Татарстан обеспечили такие индикаторы экономической репутации, как уровень инновационной активности (1-е место), инвестиции на душу населения (12-е место), ВРП на душу населения (13-е место среди других субъектов федерации). Выявлена статистически значимая взаимосвязь на уровне регионов Российской Федерации по следующим показателям экономической репутации: инвестиции в основной капитал на душу населения и ВРП на душу населения; доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП и уровень

инновационной активности; доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП и доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, для которых была характерна прямая связь. Примечательно, что для доли малого и среднего бизнеса в ВРП и инвестиций в основной капитал на душу населения, а также для доли малого и среднего бизнеса в ВРП и ВРП на душу населения выявлена обратная связь, что может быть связано с активизацией программ поддержки дотационных регионов посредством развития малого и среднего предпринимательства, привлечением дополнительных инвестиций в указанные регионы [140].

Методический подход 2 (расширенный).

Среди множества методов оценки экономического развития регионов Индекс конкурентоспособности регионов AV RCI выделяется своей методикой, которая анализирует рынки, институты, человеческий капитал, инновации, природные ресурсы, пространство и инвестиции [51]. С позиции оценки репутации данного комплекса направлений конкуренции недостаточно. Формирование экономической репутации региона не ограничивается экономическими факторами, но является следствием благоприятного климата в социальной, политической, экологической и других сферах развития общества. В связи с вышесказанным предлагается емкая многофакторная структура измерительных инструментов, способных наиболее объективно и полно представить позиции мезосистем в рейтинге экономической репутационной страны:

$$УЭР_{\text{рег}} = \sum_{i=1}^{15} (F_i \times w_i), \quad (2.2.1)$$

где $УЭР_{\text{рег}}$ – уровень экономической репутации региона; F_i – оценка i -го фактора (F_1 – институциональный, F_2 – политический, F_3 – социальный, F_4 – экономический, финансово-экономический, F_5 – качество товаров и услуг на рынке, F_6 – бизнес, F_7 – инновационный, F_8 – инвестиционный, F_9 – ресурсный, F_{10} – кооперация, F_{11} – развитие персонала, F_{12} – условия труда, F_{13} – экологический, F_{14} – эмоциональный, F_{15} – событийный); w_i – вес i -го фактора.

Совокупность указанных факторов характеризуется набором социально-экономических и финансовых показателей, которые могут быть положены в разработку различных методик оценки репутации экономики региона. Кроме того, уровень экономической репутации региона можно рассматривать как категорию, тождественную экономике региона, которая описывается системой взаимосвязанных факторов различного характера (экономического, социального, институционального и др.).

К институциональному фактору следует относить не только участие в государственных закупках (как отмечено В.А. Якимовой) и налоговую дисциплину, но и нормативно-правовую составляющую (стратегии развития региона, дорожные программы, прогнозы и др.) и уровень ее сформированности в регионе, наличие эффективно функционирующих бизнес-инкубаторов, инвестиционных компаний и других участников экономической системы и их объединений. Здесь же следует учитывать неформальные нормы – менталитет местного населения, традиции и обычаи. К политическому фактору предлагается относить агрегированную оценку репутации глав регионов и муниципальных образований, прозрачность распределения и освоения бюджетных средств, государственную поддержку развития региона. Социальный фактор оценивает развитие социальной сферы, занятости населения, средний уровень заработной платы, уровень социальной стабильности, миграцию населения из других регионов и т.п. Экономический фактор должен учитывать валовой региональный продукт и его темпы роста, товарооборот, совокупную прибыль, ее темпы роста и показатели рентабельности хозяйствующих субъектов региона, их платежную дисциплину, конкурентоспособность региона на внутреннем и внешнем рынках, уровень банкротства и др. Рынок товаров и услуг предполагает диагностику ценности товаров и услуг для потребителя, добавленной стоимости, отраслевой структуры рынка. Бизнес-фактор учитывает престижность местных марок, предпринимательский климат, оценку издержек оппортунистического поведения. Инновационный фактор – это совокупность показателей инновационного развития региона, численность ученых и персонала, занятого исследования и

разработками, доля инновационных товаров и услуг в регионе, количество выданных патентов. Инвестиционный фактор оценивает привлекательность региона для инвесторов и объем инвестиций в развитие стратегически значимых сфер жизни общества. Ресурсный фактор – доступность и качество ресурсов, оборотное использование ресурсов, актуальное в условиях перехода к экономике замкнутого цикла. Уровень кооперации оценивается по степени взаимодействия институциональных акторов в рамках модели «тройной спирали» (наука – бизнес – государство), т.е. речь идет о развитости государственно-частного партнерства, технологических платформ, промышленных кластеров, консорциумов и т.д. Под развитием персонала подразумевается наличие региональных программ, грантов, конкурсов, обеспечивающих возможность повышения квалификации, получения дополнительного профессионального образования и развития компетенций на бюджетной основе (в частности, эффективность реализации мероприятий в рамках действующей программы «Приоритет 2030»). Условия труда учитывают нормативно-правовую базу охраны труда, соблюдение трудового законодательства в организациях региона и др. Экологический фактор основан на измерении вклада региона в сокращение выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, гидросферу, уровень нормативно-правового регулирования и стимулирования защиты окружающей среды хозяйствующими субъектами региона. Эмоциональный фактор – восприятие резидентами информации о регионе, характер сообщений и статей в социальных сетях при упоминании о данном регионе, уровень доверия. Визуальный фактор оценивает символы узнаваемости региона в онлайн- и офлайн-режимах.

Предложенный подход подразумевает учет обширного перечня факторов, детерминирующих уровень репутации региона, включение элемента взвешивания факторов позволяет учесть различие вклада (значимости) факторов в формирование интегрального показателя. Методика учитывает тот факт, что репутацию невозможно приобрести за финансовые ресурсы – она является нематериальным результатом совокупности инвестиций и внешнего восприятия стейкхолдерами [155].

Таким образом, ученые и практики оперируют различными категориями при оценке репутации экономической системы: репутационный капитал, репутационные активы, репутационные риски и др. Это определяет содержание метода измерения экономической репутации. Несмотря на обширную совокупность работ, посвященных методике измерения корпоративной репутации и менее популярной в литературе оценке экономической репутации региона, комплексная и всесторонняя методика измерения, на наш взгляд, отсутствует. В связи с этим проведен критический обзор известных подходов и предложена емкая многофакторная структура измерения экономической репутации региона, позволяющая повысить объективность оценки.

Современный инструментарий управления экономическими системами основывается на автоматизации и цифровых технологиях, которые проникают во все сферы общественной жизни. Данный тренд имеет двойственное значение в рамках исследуемой проблематики: с одной стороны, это фактор формирования репутации региона, отражающий технологическое развитие мезосистемы, с другой – инструмент формирования репутации, обеспечивающий платформизацию коммуникаций стейкхолдеров регионального развития.

Восприятие цифровизации на региональном уровне имеет как позитивный, так и негативный характер, что необходимо учитывать при разработке инструментального обеспечения для оценки репутации. В первом случае очевидны преимущества в виде прозрачности и упрощения процессов и операций в государственных структурах, бизнесе, бюджетных учреждениях. Во втором случае речь идет о кибератаках на информационные системы, поддерживающие данные процессы и операции, и рисках утечки информации, что влечет за собой высокие расходы на обеспечение информационной безопасности.

Тем не менее, полагаясь на преимущества, обеспечиваемые цифровыми технологиями, целесообразной кажется разработка ресурса для оценки репутации региона, опирающегося на авторскую методику, охватывающую два ключевых этапа – определение весовых коэффициентов факторов репутации и рейтинговой оценки регионов в разрезе данных факторов (гл. 1 диссертационного

исследования). С учетом современных цифровых трендов целесообразным видится формирование Dataset (набора данных в табличном формате, где строки – это наблюдения, а столбцы – признаки/переменные) для Data Mining.

Разрабатываемая форма отличается простотой, прозрачностью, универсальным характером применения. Для определения весовых коэффициентов предлагается формирование табличной формы (таблица 2.2.13). Для определения весов предлагается использовать метод рейтинговой оценки: определение эталонных значений среди всех наблюдений; ранжирование показателей (методом корреляции); определение весовых коэффициентов как отношение ранга критерия к количеству критериев.

Таблица 2.2.13 – Форма для определения весовых коэффициентов по факторам экономической репутации региона методом корреляции

	Коэффициент корреляции r ($ВРП_{д.н}; \Sigma$)	Абсолютное значение, r	Ранг	Вес
F_1				
F_2				
...				
F_{15}				
Примечание – Составлено автором.				

Метод корреляции заключается в оценке тесноты связи между ключевым показателем экономического развития региона и суммой рейтинговой оценки (до процедуры взвешивания факторов). Далее расставляется ранг, который отражает значимость фактора: чем выше коэффициент корреляции, тем выше ранг фактора. Весовой коэффициент определяется как частное от ранга и количества анализируемых факторов:

$$w_i = \text{Ранг}_i / 15. \quad (2.2.2)$$

Сумма весовых коэффициентов по всем исследуемым факторам составит 8.

Следующий этап оценки репутации – сбор первичных данных и непосредственно составление рейтинга регионов. Каждый фактор репутации предполагает системный подход, базирующийся на учете комплекса показателей. В развитие методики оценки регионов по факторам репутации предлагается

система количественных показателей (таблица 2.2.14). Источники информации и методические комментарии расширенно представлены в приложении Г.

Таблица 2.2.14 – Система количественных показателей для оценки экономической репутации региона

Фактор репутации	Показатели
Институциональный фактор (F ₁)	- Демография организаций (П _{1.1}) - Налоговая дисциплина (П _{1.2}) - Коррупция (П _{1.3})
Политический (F ₂)	- Рейтинг глав регионов (П _{2.1}) - Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2}) - Эффективность управления в регионе (П _{2.3}) и др.
Социальный (F ₃)	- Занятость населения (П _{3.1}) - Средний уровень заработной платы (П _{3.2}) - Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3}) - Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4}) - Уровень социальной стабильности (П _{3.5}) - Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})
Экономический, финансово-экономический (F ₄)	- Валовой региональный продукт (П _{4.1}) - Оборот организаций (П _{4.2}) - Совокупная прибыль (П _{4.3}) - Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4}) - Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5}) - Уровень банкротства организаций (П _{4.6})
Качество товаров и услуг на рынке (F ₅)	- Качество городской среды (П _{5.1}) - Качество автодорог (П _{5.2})
Бизнес (F ₆)	- Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})
Инновационный (F ₇)	- Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1}) - Инновационная продукция (П _{7.2}) - Инновационная активность организаций в регионе (П _{7.3}) - Патентная активность (П _{7.4}) - Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})
Инвестиционный (F ₈)	- Инвестиционный климат (П _{8.1}) - Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})
Ресурсный (F ₉)	- Энергодостаточность (П _{9.1}) - Земельные ресурсы (П _{9.2}) - Обратное использование водных ресурсов (П _{9.3})
Кооперация (F ₁₀)	- Развитость государственно-частного партнерства (П _{10.1}) - Развитие кластеров (П _{10.2})
Развитие персонала (F ₁₁)	- Дополнительное профессиональное образование персонала (П _{11.1})
Условия труда (F ₁₂)	- Вредные условия труда (П _{12.1}) - Производственный травматизм (П _{12.2})
Экологический (F ₁₃)	- Природоохранные расходы (П _{13.1}) - Загрязнение окружающей среды (П _{13.2}) - Природоохранные мероприятия (П _{13.3})
Эмоциональный (F ₁₄)	- Уровень отчаяния в регионе (П _{14.1}) - Восприятие нерезидентами информации о регионе (П _{14.2})
Визуальный (F ₁₅)	- Ивент-индустрия региона (П _{15.1})
Примечание – Предложено автором.	

Рейтинговую оценку регионов (на примере институционального фактора F_1) прилагается осуществлять путем заполнения таблицы 2.2.15.

Таблица 2.2.15 – Форма для рейтинговой оценки регионов по факторам экономической репутации на примере фактора F_1

Регион	Позиция, P_{ij}			Оценка, O_{ij}			Сумма оценок	w_1	Рейтинговая оценка, F_1
	P_{11}	P_{12}	P_{13}	P_{11}	P_{12}	P_{13}			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1									
2									
...									
85									
Примечание – Составлено автором.									

Заполнение таблицы осуществляется по следующим принципам:

- в столбцах 2–4 указывается место региона в рейтинге по каждому из показателей, P_{ij} ;

- в столбцах 5–7 указывается оценка критерия для конкретного региона, рассчитанная по формуле:

$$O_{ij(\text{позитив})} = (85 - P_{ij}) / 85 \text{ или } O_{ij(\text{негатив})} = P_{ij} / 85. \quad (2.2.3)$$

- в столбце 8 суммируются оценки по четырем критериям в разрезе 85 регионов;

- столбец 9 заполняется в соответствии с результатами таблицы 2.2.13;

- столбец 10 «Рейтинговая оценка» является расчетным и заполняется по результатам произведения столбцов 8 и 9, тогда получаем взвешенный балл по фактору F_1 , что может использоваться и как самостоятельный рейтинг с последующим определением позиции региона, и как промежуточный результат для интегральной оценки репутации региона.

На основе рассчитанной рейтинговой оценки вновь производится ранжирование регионов по принципу «1-е место за наилучшее значение показателя, 85-е место – за наихудшее значение», что и является результатом оценки первого фактора репутации.

Итоговую оценку экономической репутации региона целесообразно осуществлять в соответствии с формой таблицы 2.2.16. В ней консолидируются рассчитанные рейтинговые значения (позиции) по всем 15 факторам (столбцы 2–16). Далее по результатам суммирования (столбец 17) определяется место в рейтинге регионов. Затем определяется тип региона в зависимости от идентифицированной позиции (согласно алгоритму, представленному на рисунке 3.1.3).

Таблица 2.2.16 – Форма для оценки экономической репутации региона

Регион	Рейтинг, F_1	...	Рейтинг, F_{15}	$УЭР_{рег}$	Позиция в рейтинге
1	2	...	16	17	18
1					
2					
...					
85					
Примечание – Составлено автором.					

Данная методика для оценки экономической репутации региона в диссертации представлена на уровне теоретической разработки и в последующем планируется к апробации и внедрению на примере Республики Татарстан и далее с последующей трансляцией в другие субъекты федерации.

Таким образом, в качестве инструмента оценки экономической репутации региона нами предложен структурированный и последовательный механизм мониторинга, основанный на современной технологии Dataset, который может служить базой для разработки электронного ресурса, применимого на федеральном уровне управления в целях всестороннего мониторинга развития регионов. Методика оценки основана на применении простейших математических формул, позволяет типологизировать регионы с целью выявления слабых сторон в формировании репутации, проводить динамический анализ рейтингов.

2.3 Разработка методических решений по управлению развитием экономической репутации региона

Формирование устойчивого роста региональной экономической системы невозможно без развития репутации региона, поскольку репутация создает конкурентные преимущества территории, выступая сигналом для потребителей и инвесторов, способствуя продвижению региональных проектов на разных уровнях управления экономической системы. В этой связи проблематика разработки методологии развития репутации региона, с нашей точки зрения, должна быть вписана в стратегии социально-экономического развития регионов как неотъемлемая составляющая в их реализации посредством формирования репутации как нематериального актива, обеспечивающего достижение стратегических целей.

Опираясь на труды российских исследователей, детально описывающих технологии и этапы формирования методологии [27; 28; 77; 147], применительно к объекту нашего исследования охарактеризуем следующие составляющие методических решений по развитию репутации региона.

К *целям* развития экономической репутации региона относятся:

- достижение устойчивого роста экономики региона и его социальной сферы;
- рост инвестиционной и инновационной активности;
- достижение технологического суверенитета;
- формирование институциональных и инфраструктурных условий для диверсификации региональной экономики;
- достижение притока человеческого (в том числе интеллектуального) капитала;
- вовлечение региона в реализацию международных и национальных программ и проектов;

- повышение экономической и социальной конкурентоспособности территории, ее имиджа и др.

Для достижения улучшения репутации региона важно учитывать современные тенденции развития социально-экономических систем и придерживаться принципов научности, комплексности, ресурсной обеспеченности, целеполагания, системности, открытости и прозрачности, причислив к ним:

- принцип цифровизации, предполагающий использование цифровых технологий управления в развитии репутации региона, например, путем совершенствования функционирования системы электронного правительства, оцифровки цепочек создания добавленной стоимости, применения цифровых технологий в обеспечении коммуникационных каналов взаимодействия общества, бизнеса и государства;

- принцип сетевизации, основанный на понимании репутации региона как сети взаимосвязанных событий и взаимодействий между участниками социально-экономических отношений;

- принцип социальной направленности, предполагающий смещение акцента с сугубо экономических характеристик, позволяющих оценить репутацию региона, к социальным и экологическим, включая такие вопросы, как корпоративная социальная ответственность предприятий и органов государственной власти данной территории, решение вопросов экологической повестки, развитие человеческого потенциала, рост качества жизни населения и т.п.

В составе принципов развития экономической репутации региона в условиях четвертой промышленной революции и интернета вещей особое место отводится формированию виртуального пространства региона, способного аккумулировать базы данных по группам потребителей территории, повышать эффективность работы каналов коммуникации и инструментов продвижения региональных брендов (социальные сети, мобильные приложения и т.п.), используемых территориями, обеспечивая обратную связь и вовлеченность

целевой и потенциальной аудитории в рамках сетевого взаимодействия [15; 23; 56; 165].

Так, потенциал территории (инвестиционный, инновационный, научно-технологический и т.п.), как неотъемлемая составляющая репутации региона, может быть представлен на официальном сайте соответствующего субъекта федерации, на специальных сайтах организаций (институтов развития, фондов, рейтинговых агентств и т.п.); туристский и этнографический потенциал может быть продемонстрирован с использованием социальных сетей (YouTube, ВКонтакте и др.).

Виртуальный потенциал региона с позиции формирования его репутации, согласно методике ранжирования брендов государств, разработанной компанией Consulting Bloom, включает официальный портал территории, цифровые запросы о регионе – цифровой спрос, представленность региона в социальных сетях, мобильные приложения, присутствие информации о регионе на других интернет-ресурсах (рисунок 2.3.1).



Рисунок 2.3.1 – Виртуальный потенциал региона с позиции формирования его экономической репутации

Источник: [154].

Элементом методических решений по развитию экономической репутации региона являются *объекты*. Так, к объектам репутации региона могут быть отнесены особенности и ресурсы территории, классификация которых может быть достаточно разнообразной и определяться с позиции различных сфер жизни общества: демографических, природно-климатических, географических, экономических, политико-правовых, культурных и т.п. Состав объектов репутации региона отразим в виде схемы, представленной на рисунке 2.3.2.

Природно-климатические и культурные	Социальные и демографические	Экономические	Политико-правовые
<ul style="list-style-type: none"> • географическое расположение • минерально-сырьевая база • экологическая обстановка • этнографические особенности • культурная бытность • поддержание культурных и этнографических особенностей территории 	<ul style="list-style-type: none"> • уровень жизни населения • уровень преступности • естественный прирост (убыль) населения • миграционный прирост (убыль) населения • уровень образования населения • уровень здоровья населения • продолжительность жизни • уровень безработицы 	<ul style="list-style-type: none"> • производственная и логистическая инфраструктура • уровень деловой активности • уровень инновационной активности • уровень изобретательской активности • уровень технологического развития • уровень инвестиционной активности • уровень развития ИКТ 	<ul style="list-style-type: none"> • развитие институциональной структуры • эффективность работы правительства • уровень вовлечения региона в реализацию национальных целей • система региональных нормативно-правовых актов, отвечающих интересам и целям развития региона

Рисунок 2.3.2 – Состав объектов экономической репутации региона

Примечание – Составлено автором.

Примерами положительной экономической репутации региона в составе его объектов могут служить:

- высокий уровень развития промышленного производства и (или) сельского хозяйства;
- благоприятные природно-климатические условия;
- наличие в регионе уникальных историко-культурных объектов;
- развитый сектор услуг (невидимость, финансовый сектор и др.);
- высокий инновационный, технологический, инвестиционный, человеческий потенциал;
- благоприятная экологическая обстановка в регионе.

Наличие данных преимуществ, в свою очередь, способствует положительному миграционному приросту населения, привлечению инвестиций, квалифицированных кадров, росту качества жизни населения.

В то же время положительная репутация территории может способствовать формированию ее отрицательных элементов. В частности, миграционный приток может вызвать повышение цен на недвижимость, сократить уровень безопасности; развитие промышленности и сельского хозяйства – увеличить экологические проблемы; решение вопросов социального характера, связанных с безработицей и поддержкой малообеспеченных слоев населения, – нарастить бюджетный дефицит. Для решения данных проблем в качестве инструментов корректировки могут применяться повышение ставок налогов для граждан и бизнеса, ужесточение условий кредитования и субсидирования, нагрузка на производственную, логистическую и инновационную инфраструктуру, исчерпание резервов социальной инфраструктуры, снижение уровня жизни населения, что, в свою очередь, приведет к оттоку населения, сокращению занятости, уменьшению уровня деловой активности, росту безработицы и снижению уровня комфортности для граждан и бизнеса. В этой связи принципиально важным становится вопрос корректировки репутации территории с учетом ее территориальных особенностей. Таким образом, согласимся с мнением И.С. Важениной [18; 20], что процесс развития репутации территории носит циклический характер (рисунок 2.3.3).

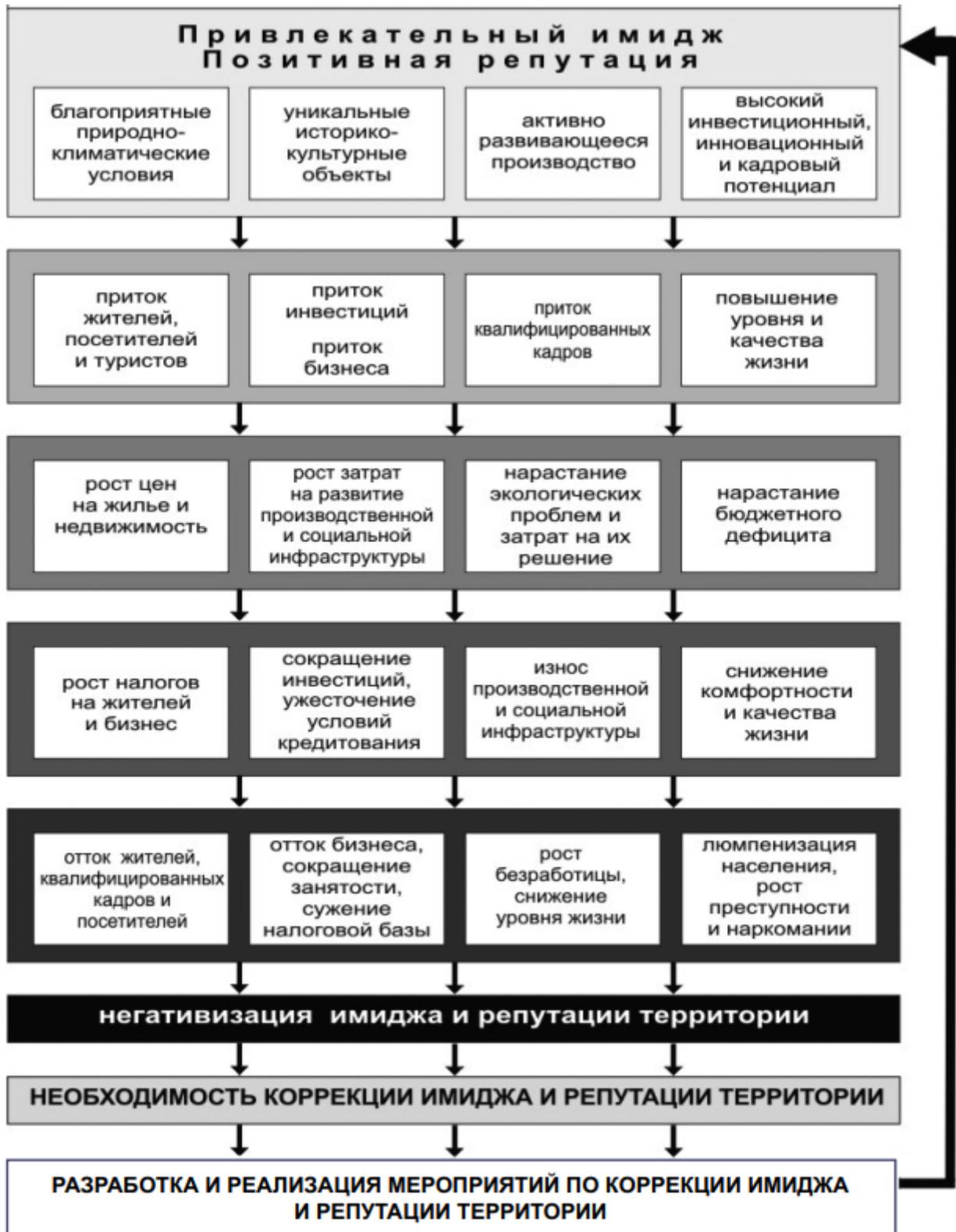


Рисунок 2.3.3 – Процесс развития экономической репутации региона

Источник: [18, с. 101].

Следующим элементом методических решений по развитию экономической репутации региона служат ее *субъекты*. При этом отметим, что субъекты репутации региона выступают, с одной стороны, как потребители территории, с

другой – как носители информации территории и ее репутации для потенциальных других потребителей. В состав субъектов репутации региона, по нашему мнению, входят: органы государственной власти, инвесторы, субъекты производственно-хозяйственной деятельности, домашние хозяйства, население рассматриваемого и иных регионов, иностранные инвесторы и партнеры по бизнесу, граждане других государств.

В числе *этапов* создания и развития экономической репутации региона выделим следующие. Здесь следует указать, что репутация региона с позиции ее формирования должна иметь некое эмоциональное воплощение, символизирующее отношение потребителей территории к составляющим регионального потенциала. В этой связи имеет смысл привести понятие бренда территории или региона. Бренд региона – это совокупность уникальных качеств региона, благодаря которым он получает общественное признание, отличающая его от других и позволяющая идентифицировать данный регион относительно других регионов.

Бренд региона – это емкое понятие, включающее следующие компоненты:

- региональный образ, подкрепленный природными и климатическими особенностями, культурными и социальными традициями, демографическими и экономическими характеристиками, а также политико-правовыми аспектами;
- декларирование для потребителей территории (граждан, инвесторов, субъектов предпринимательства и т.п.) требуемых им потребительских качеств;
- гарантия качественного удовлетворения потребностей потребителей территории;
- уровень ценности региона для его потребителей, формируемый посредством положительных ассоциаций;
- нематериальный актив региона.

Необходимость формирования бренда региона как элемента его репутации объясняется следующими положениями: во-первых, усилением глобальной конкуренции и необходимостью региональной идентичности продукции и услуг, предоставляемых региональными экономическими системами; во-вторых,

повышение уровня информационной открытости и скорости изменений ставит в необходимость определение информационной и эмоциональной идентичности территории. Бренд региона включает две составляющие:

1) реальная, или физическая, представленная в виде логотипа, позволяющего запоминать, ассоциировать и узнавать регион и его отдельные характеристики;

2) эмоциональная, или имидж региона, – связанные с ним ценности, эмоции, ожидания.

Таким образом, формирование и развитие репутации региона предполагают работу по проведению брендинга территории (рисунок 2.3.4).

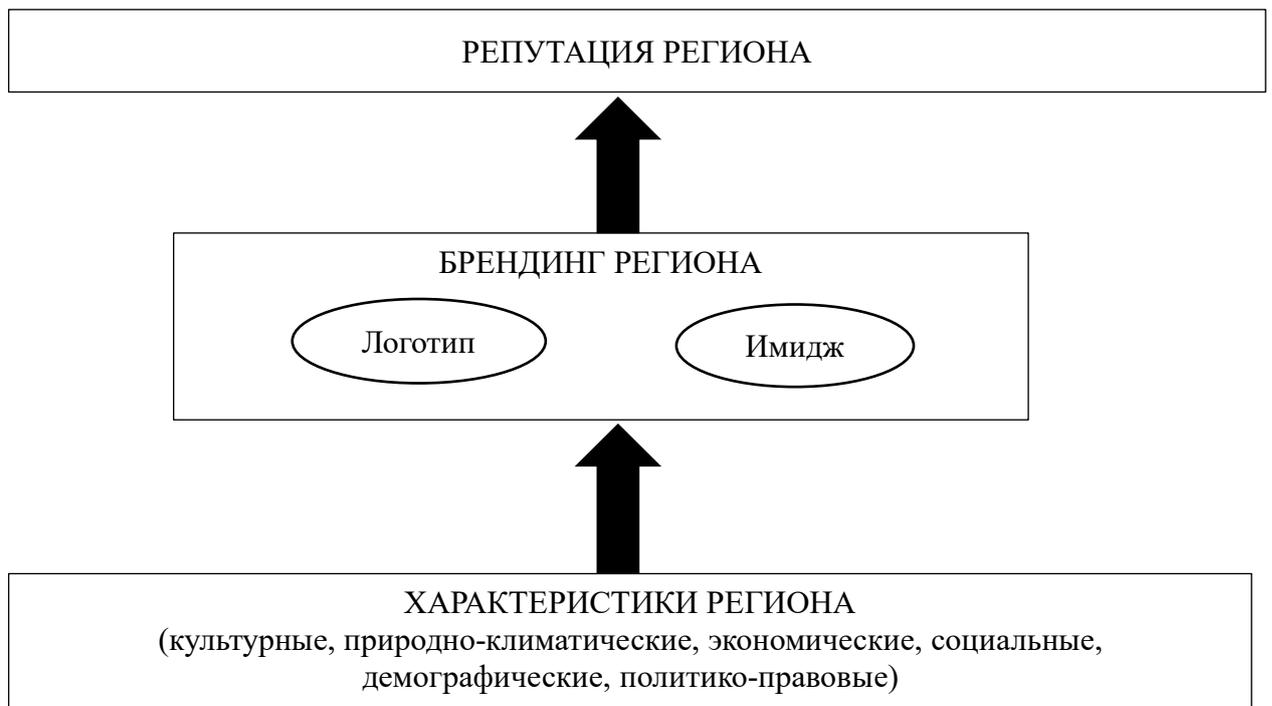


Рисунок 2.3.4 – Соотношение репутации и брендинга региона

Примечание – Составлено автором.

Для создания и укрепления репутации региона первым шагом будет разработка стратегической цели, которая будет способствовать устойчивому социально-экономическому развитию территории путем повышения уровня ее дифференциации и конкурентоспособности. Следующим этапом выступает определение ключевых целей с применением методологии SMART. Далее

проводятся оценка и отбор реально существующих репутационных характеристик региона (положительных и отрицательных). Формируются стратегические альтернативы и выбирается оптимальная стратегия развития репутации региона с учетом действия факторов внешней и внутренней среды на репутацию территории. На следующем этапе разрабатывается план мероприятий по развитию репутации региона. Формулируется программа продвижения бренда региона, включая каналы коммуникации, план маркетинговых мероприятий, PR-кампании и т.п. Затем реализуются намеченные программные мероприятия, проводится их мониторинг, оценка результативности и эффективности (рисунок 2.3.5).

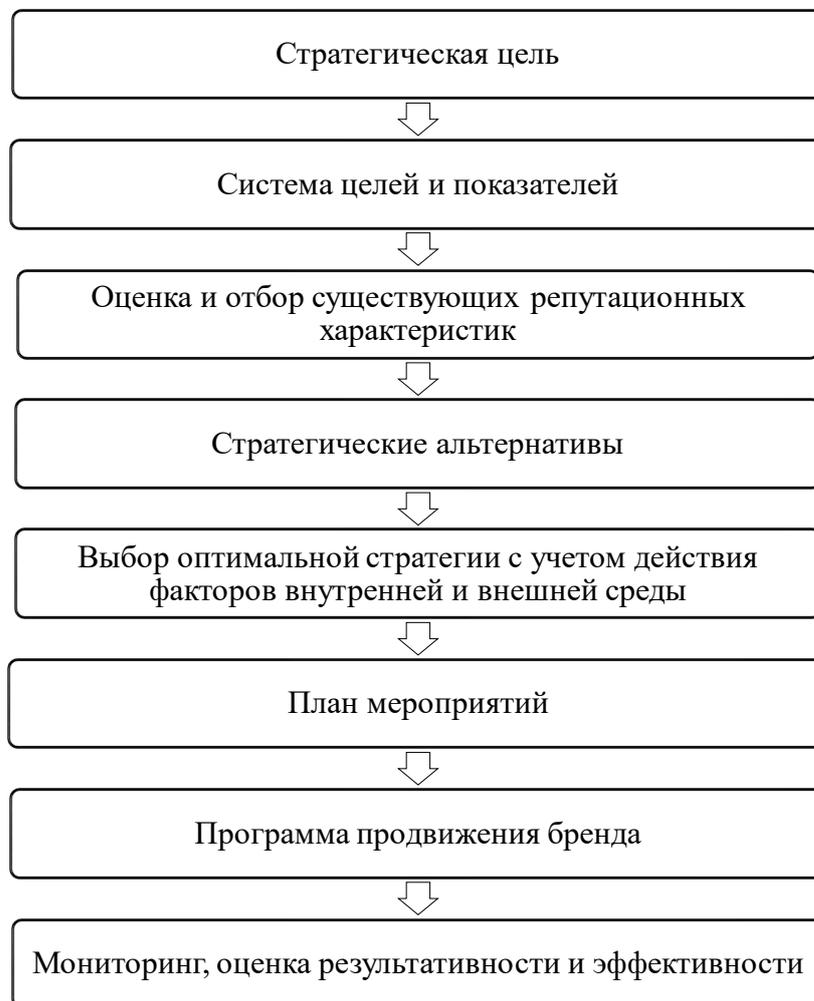


Рисунок 2.3.5 – Этапы формирования и развития экономической репутации региона

Примечание – Составлено автором.

Немаловажное значение в разработке методических решений по развитию экономической репутации региона принадлежит используемым *подходам*. Полагаем, что в состав основных подходов развития экономической репутации региона следует включить следующие:

1) институциональный, предполагающий выстраивание институциональной матрицы, обеспечивающей формирование положительной репутации региона с учетом влияния на нее (репутацию) политических, правовых, экономических, социальных, идеологических, финансовых институтов, в том числе формального и неформального характера;

2) маркетинговый, предполагающий использование инструментов маркетинга в вопросах управления репутацией региона (система продвижения бренда территории, формирование бренда территории посредством пирамиды эмоциональной привлекательности, позиционирование региона и др.);

3) цифровой, основанный на оцифровке решений по управлению репутацией региона и использовании информационно-коммуникационных технологий (цифровой спрос, цифровой портал, интернет-ресурсы и т.п.);

4) психологический, предполагающий использование инструментов психологии для развития репутации региона, в частности, измерение и оценку удовлетворенности потребителей территории, бихевиористские характеристики потребителей территории и др.;

5) экономический, основанный на признании необходимости достижения положительного экономического эффекта влияния репутации региона на уровень его экономического развития.

К *методам* развития экономической репутации региона причислим следующие:

1) экономические: ценообразование на продукты и услуги в регионе; привлечение федеральных и региональных инвестиций; налоговые льготы и преференции для участников предпринимательской деятельности; доступность логистической, производственной, инновационной инфраструктуры;

функционирование институтов развития территории; проникновение ИКТ в сферы жизни общества и др.;

2) социально-психологические: развитие сети партнерских отношений; коллаборация науки, бизнеса и государства; интеграция в мировую и национальную социально-экономическую систему; участие региона в социальных и экологических проектах; развитие человеческого (интеллектуального) потенциала; борьба с бедностью и др.;

3) административно-распорядительские: нормативно-правовое обеспечение социальной и экономической деятельности; наличие региональных программ и стратегий социально-экономического развития.

К *инструментам* развития экономической репутации региона необходимо отнести использование кластерного подхода к управлению, предполагающего формирование кластеров по направлениям развития региона с учетом его специализации («умная» специализация региона); тройную спираль как инструмент коллаборации науки, бизнеса и государства; университеты 5.0 как инструмент развития человеческого (интеллектуального) капитала; программы связей с потребителями региона; PR-коммуникации; PR-акции; лоббирование; проведение культурно-досуговых и спортивных мероприятий национального и мирового уровней; участие в международных ассоциациях и форумах и др.

Дискуссионной видится проблематика использования *индикаторов* развития экономической репутации региона. Поскольку репутация относится к нематериальным активам территории, то сложным представляется выбор количественных показателей для уровня ее оценки и развития. В этой связи наряду с результатами качественных (проекционные измерения, фокус-группы) и количественных (опрос) исследований могут быть применены комплексные данные, раскрывающие уровень и потенциал развития репутации региона. Среди них, к примеру:

- рейтинг социально-экономического положения регионов;
- рейтинг конкурентоспособности регионов;
- рейтинг инвестиционной привлекательности регионов;

- рейтинг регионов по индексу развития человеческого потенциала;
- рейтинг регионов России SMART;
- рейтинг регионов по качеству жизни;
- рейтинг регионов по цифровизации;
- рейтинг регионов по состоянию окружающей среды;
- рейтинг регионов по состоянию инвестиционного климата;
- рейтинг регионов по привлекательности рынка труда;
- рейтинг национальных брендов и др.

Таким образом, можно выстроить следующий методический каркас оценки факторов устойчивого экономического развития региона (на примере репутации региона), включающий цели, принципы, субъекты, объекты, этапы, подходы, методы, инструменты и индикаторы развития репутации региона (рисунок 2.3.6).

Несомненно, наличие территориальных различий обуславливает специфику методологии развития репутации регионов, однако необходимо указать общие черты, способствующие повышению результативности и эффективности применения методического каркаса по развитию репутации региона, его продвижения на национальном и международном уровне:

1. Рассмотрение репутации региона и его бренда как нематериального актива территории, характеризующегося специфичностью, требующей идентификации, изучения, совершенствования и продвижения.

2. Разработка стратегии развития репутации региона и брендинг территории.

3. Рассмотрение вопроса формирования репутации региона как неотъемлемой части государственной региональной политики.

4. Делегирование функций управления процессом развития репутации региона уполномоченными органами государственной власти.



Рисунок 2.3.6 – Методический каркас по развитию экономической репутации региона

Примечание – Составлено автором.

Предложенные методические решения по развитию репутации региона как фактора достижения устойчивого развития основаны на комплексном видении данного процесса, исключают его фрагментарность, ориентированы на системный режим реализации, характеризуются набором элементов методического каркаса (цели, принципы, субъекты, объекты, этапы, подходы,

методы, инструменты и индикаторы развития репутации региона). Их использование позволит сбалансировать развитие различных сфер жизни общества региона, деловой среды, повысить конкурентоспособность и устойчивость территориального развития. Итоговой целью их реализации является принятие эффективных адресных управленческих решений по развитию экономической репутации региона.

Таким образом, исходя из исследования, проведенного во второй главе диссертации, можно сделать следующие выводы.

1. Результаты расчета коэффициентов парной корреляции на примере оценки факторов устойчивого развития региона в странах мира позволили выявить средне-высокую и среднюю статистически значимую взаимосвязь между такими индикаторами экономической репутации, как налоговая нагрузка и индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности; индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности и индекс силы закона; налоговая нагрузка и среднее время начала бизнеса; налоговая нагрузка и индекс информационно-аналитической емкости.

2. Анализ экономической репутации в странах мира показал, что в целом за 2010–2021 гг. по отдельным ее индикаторам отмечались следующие особенности: индекс информационно-аналитической емкости, индекс распределения ресурсов, индекс силы законных прав в развитых странах был выше, чем в странах БРИКС; в то же время индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности и величина налоговой нагрузки не зависели от экономического развития государств. Показатель времени начала бизнеса или стартапа по России соответствовал уровню развитых стран мира.

3. В разрезе национальных экономических систем по индикаторам экономической репутации корреляционный анализ позволил установить средне-высокую и среднюю статистически значимую взаимосвязь между такими индикаторами экономической репутации, как налоговая нагрузка и индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности; индекс корпоративной социальной и финансовой ответственности и индекс силы закона; налоговая

нагрузка и среднее время начала бизнеса; налоговая нагрузка и индекс информационно-аналитической емкости.

4. Лидерами по индикаторам экономической репутации являются Калужская область, г. Санкт-Петербург, Воронежская область, Нижегородская область, Магаданская область, Пензенская область, Тульская область, Республика Татарстан, Ярославская область, Новгородская область. Среди 82 субъектов федерации Республика Татарстан занимает 8-е место в рейтинге. Это достигается благодаря высоким показателям экономической репутации, таким как уровень инновационной активности (1-е место), инвестиции и ВРП на душу населения (12-е и 13-е места соответственно среди других субъектов федерации).

5. Выявлена статистически значимая взаимосвязь на уровне регионов Российской Федерации по таким показателям экономической репутации, как инвестиции в основной капитал на душу населения и ВРП на душу населения; доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП и уровень инновационной активности; доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП и доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, для которых была характерна прямая связь. Примечательно, что для доли малого и среднего бизнеса в ВРП и инвестиций в основной капитал на душу населения, а также для доли малого и среднего бизнеса в ВРП и ВРП на душу населения выявлена обратная связь, что может быть связано с активизацией программ поддержки дотационных регионов посредством развития малого и среднего предпринимательства, привлечением дополнительных инвестиций в указанные регионы.

6. Предложен методический подход к оценке экономической репутации региона, который отличается учетом обширного перечня факторов (институциональный, политический, социальный, экономический, финансово-экономический, качество товаров и услуг на рынке, бизнес, инновационный, инвестиционный, ресурсный, кооперация, развитие персонала, условия труда, экологический, эмоциональный, визуальный), детерминирующих уровень репутации региона. Включение элемента взвешивания факторов позволяет учесть

различие вклада (значимости) факторов в формирование интегрального показателя. В качестве инструмента оценки репутации региона нами предложен структурированный и последовательный механизм мониторинга, основанный на современной технологии Dataset, который может служить основой для разработки электронного ресурса, применимого на федеральном уровне управления в целях всестороннего мониторинга развития регионов. Методика оценки базируется на применении простейших математических формул, позволяет типологизировать регионы с целью выявления слабых сторон в формировании репутации, проводить динамический анализ рейтингов.

7. В целях обеспечения устойчивости и конкурентоспособности территориального развития региона обоснована система теоретико-методических решений, включающих цели, принципы, субъекты, объекты, этапы, подходы, методы, инструменты и индикаторы управления. Применение такого подхода может способствовать сбалансированному развитию различных сфер жизни общества и деловой среды региона, что, в свою очередь, обеспечит рост экономической репутации региона.

Научные результаты исследования, представленные во второй главе, отражены в работах: [131; 136; 140].

**Глава 3 АПРОБАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ
ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
(НА ПРИМЕРЕ РЕПУТАЦИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)**

**3.1 Моделирование и оценка факторов экономического развития региона
(на примере Республики Татарстан)***

Как показали результаты исследования, приведенные в предыдущих главах диссертационной работы, одним из лидеров по экономическому развитию среди регионов РФ является Республика Татарстан. В этой связи целесообразно изучить опыт данного региона по использованию факторов устойчивого экономического развития. Исследование будет проведено на примере экономической репутации Республики Татарстан как одного из факторов устойчивого экономического развития региона.

Рассмотрим ряд рейтингов регионов России по социально-экономическим показателям (согласно данным [74; 88; 99; 100]).

1. Рейтинг регионов по доходам населения – 2022. Согласно результатам исследования, лидирующие позиции в рейтинге заняли Ямало-Ненецкий автономный округ (1-е место), Ненецкий автономный округ (2-е место) и г. Москва (3-место). Республика Татарстан заняла 11-е место.

2. Рейтинг регионов по доступности жилья – 2022. Наименьшая стоимость квартиры (площадью 60 м²) зафиксирована в Магаданской области (1-е место),

* Настоящий раздел диссертации как один из основных результатов диссертации частично опубликован в рецензируемом научном издании согласно пункту 11 Положения о присуждении ученых степеней Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (в действующей редакции) «О порядке присуждения ученых степеней» в статье: [131]. Об этом сообщается на основании пункта 14 вышеуказанного Положения.

далее следуют Ямало-Ненецкий автономный округ (2-е место) и Ненецкий автономный округ (3-е место). Республика Татарстан заняла 67-е место.

3. Рейтинг регионов по уровню благосостояния семей – 2022, в котором 1-е место занял Ямало-Ненецкий автономный округ, 2-е место – г. Москва, 3-е место – г. Санкт-Петербург. Республика Татарстан заняла 18-е место.

4. Рейтинг образовательного потенциала регионов в технической сфере, согласно которому лидерами по России стали г. Москва (1-е место), г. Санкт-Петербург (2-е место), Республика Татарстан (3-е место).

5. Национальный инвестиционный рейтинг, оценивающий вклад местных органов власти в формирование благоприятной среды для ведения бизнеса. По результатам подсчетов 1-е место занял г. Москва, 2-е место – Республика Татарстан, 3-е место – Московская область.

6. Рейтинг российских регионов по научно-технологическому развитию (по итогам 2020 г.) возглавили г. Москва (1-е место), г. Санкт-Петербург (2-е место), Республика Татарстан (3-е место).

7. Рейтинг социально-экономического положения регионов – интегрированная оценка масштабов и эффективности экономики региона, бюджетной и социальной сфер. На верхних позициях отмечены г. Москва (1-е место), г. Санкт-Петербург (2-е место), Республика Татарстан (3-е место).

Как известно, туристический потенциал регионов обусловлен наличием достопримечательностей и курортных зон. По итогам 2021 г. лидерами в национальном туристическом рейтинге стали Краснодарский край (1-е место), Московская область (2-е место), г. Москва (3-е место). Республика Татарстан заняла 8-е место [76].

Согласно опубликованным результатам исследования культурного пространства России, высокую репутацию региона продемонстрировали г. Москва (1-е место), г. Санкт-Петербург (2-е место), Московская область (3-е место), Свердловская область (4-е место), Республика Татарстан (5-е место) [95]. В основу рейтинговой оценки легли такие критерии, как число театров и проводимых мероприятий, количество музеев, проведение международных

форумов и выставок, уровень высшего образования, уровень духовного развития региона.

По представленным рейтингам можно утверждать об активной маркетинговой политике городов федерального значения, а также Республики Татарстан, результатом чего является рост репутации мезосистемы. При этом немаловажным является наличие противоречия, которое демонстрирует Республика Татарстан: при активной маркетинговой политике, благоприятной инвестиционной политике, высоком образовательном потенциале в технической сфере регион отличается малопривлекательными социальными показателями – по доступности жилья и уровню благосостояния семей, что выступает определенным препятствием для населения, мигрирующего в более развитые регионы страны (рисунок 3.1.1). Очевидно превалирование экономической и научно-технологической составляющих в репутации республики и слабая социальная политика, требующая корректирующих мероприятий.

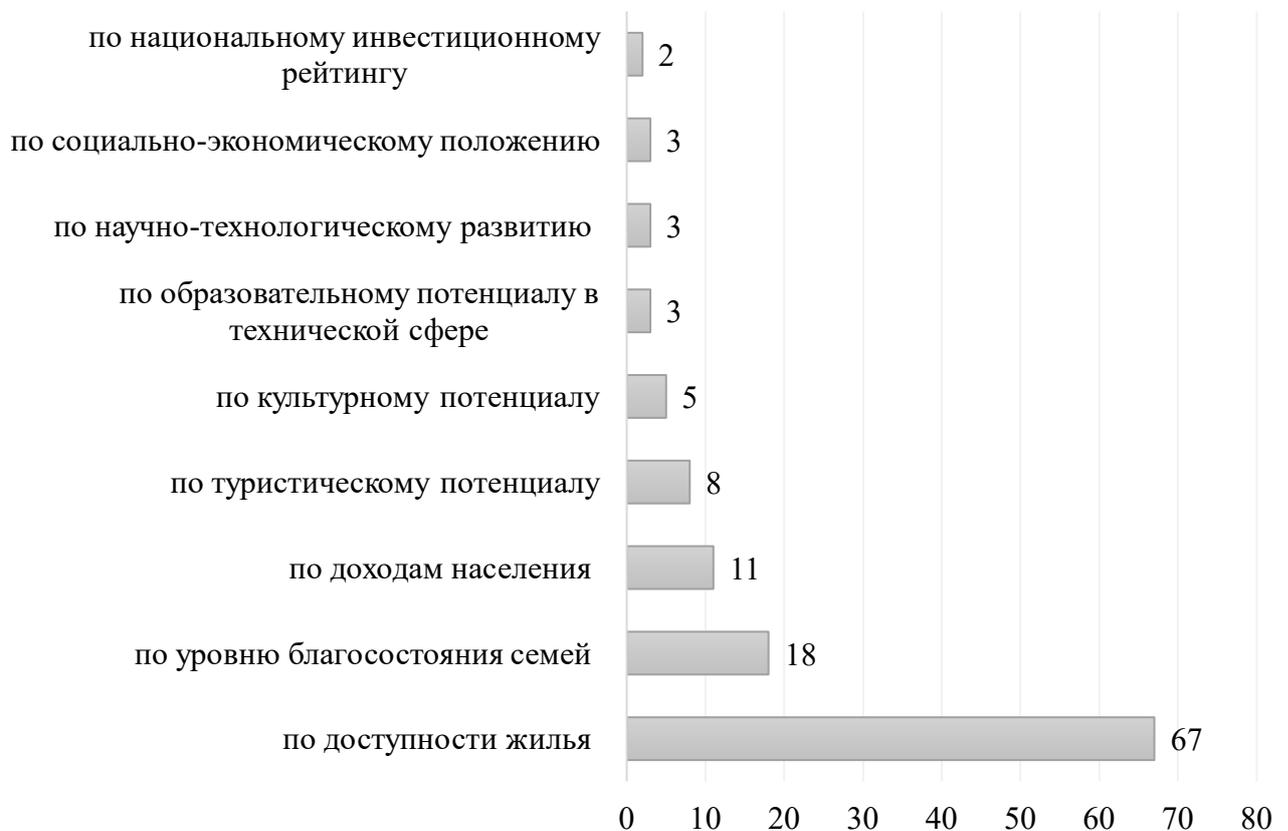


Рисунок 3.1.1 – Позиции Республики Татарстан во всероссийских рейтингах

Примечание – Систематизировано автором по: [74; 88; 99; 100].

В связи с вышесказанным мы приходим к выводу о том, что сглаживание неравномерного социально-экономического развития регионов возможно посредством адаптивного маркетинга, компенсаторным механизмом которого является управление репутационной экономикой региона. Адаптивный маркетинг способен нивелировать существующие недостатки в мезоэкономической системе (рисунок 3.1.2). Так, на входе имеет место устойчивая тенденция асимметричного развития субъектов РФ. Выравнивание положения возможно путем гибкого управления факторами формирования репутации мезосистемы.

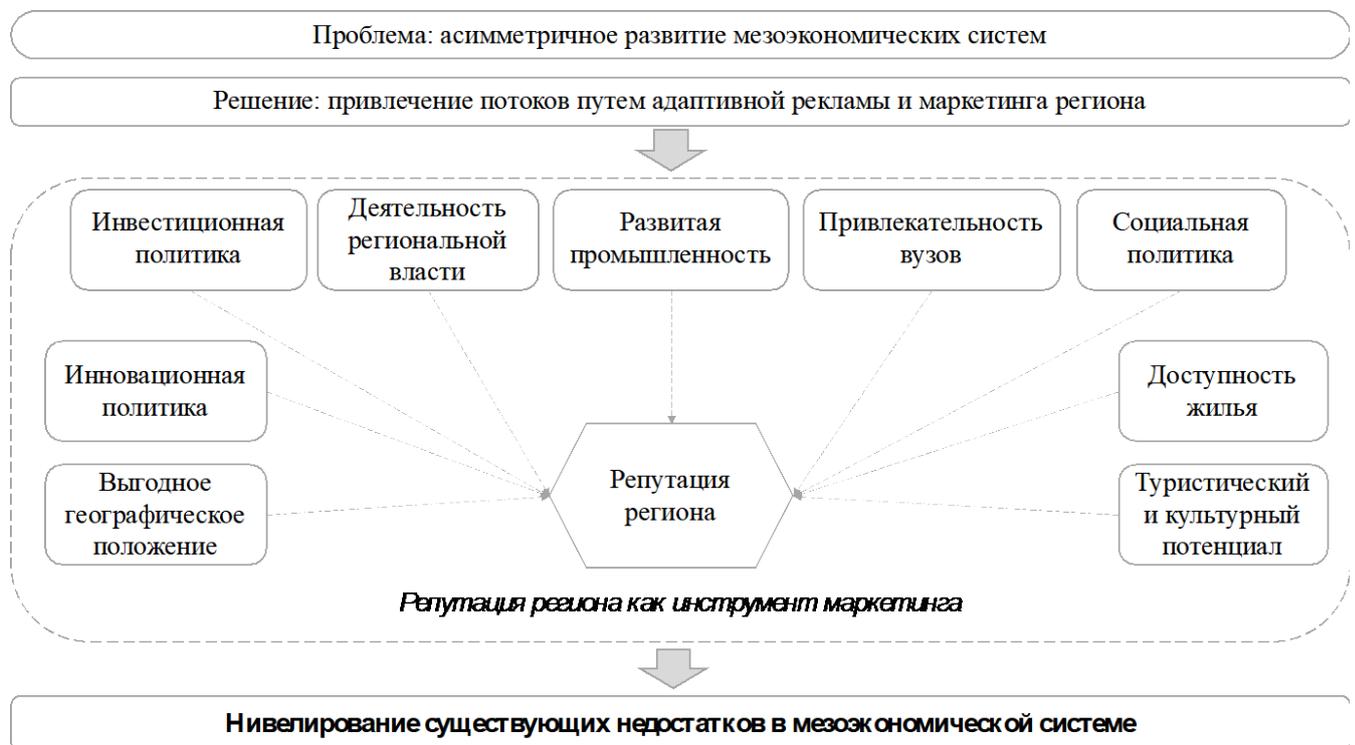


Рисунок 3.1.2 – Репутация региона как инструмент маркетинга территории

Примечание – Систематизировано автором.

Возвращаясь к формуле (2.2.1), предлагается взять ее в качестве основы типологизации субъектов РФ. Экономическая репутация региона измеряется интегрированным показателем, который рассчитывается как сумма произведений оценки каждого из 15 факторов на их соответствующие весовые коэффициенты.

1. Оценку каждого фактора предлагается осуществлять путем рейтинговой оценки, тогда за 1-е место предусматривается присвоить 85 баллов (в соответствии с количеством субъектов РФ), за 85-е место – 1 балл. Также в основу

оценки может быть положен массив статистических данных, публикуемых Федеральной службой государственной статистики в ежегодно выпускаемом сборнике «Регионы России. Социально-экономические показатели» (уровень жизни населения, образование, здравоохранение, культура и туризм, ресурсы и охрана окружающей среды, валовой региональный продукт, инвестиции, основные фонды, предпринимательство, промышленность, сельское хозяйство, торговля, информационные технологии, инновации, финансы, цены) [87].

2. Весовые коэффициенты определяются на базе корреляционного анализа, позволяющего оценить тесноту связи суммарных по факторам баллов с уровнем ВРП на душу населения. Далее на основе абсолютных значений коэффициентов корреляции определяются ранг и весовой коэффициент каждого фактора (таблица 3.1.1). В приложении Д представлены расчеты весовых коэффициентов за 2017–2020 гг.

Таблица 3.1.1 – Определение весовых коэффициентов факторов, 2021 г.

Факторы	Коэффициент корреляции, r (ВРП _{д.н.} ; Σ)	Абсолютное значение, r	Ранг	Вес
F ₁	-0,244	0,244	2	0,13
F ₂	0,615	0,615	10	0,67
F ₃	0,777	0,777	13	0,87
F ₄	0,599	0,599	9	0,60
F ₅	0,384	0,384	4	0,27
F ₆	0,763	0,763	12	0,80
F ₇	0,548	0,548	7	0,47
F ₈	0,780	0,780	14	0,93
F ₉	0,298	0,298	3	0,20
F ₁₀	0,460	0,460	5	0,33
F ₁₁	0,787	0,787	15	1,00
F ₁₂	0,517	0,517	6	0,40
F ₁₃	-0,056	0,056	1	0,07
F ₁₄	0,651	0,651	11	0,73
F ₁₅	0,575	0,575	8	0,53
Примечание – Рассчитано автором.				

Принимая во внимание полученные весовые коэффициенты, рассчитаны максимально и минимально возможные значения уровня экономической репутации региона:

- 1) наилучшие позиции по всем показателям дадут в сумме 22 балла;
- 2) наихудшие позиции – 0,3 балла.

При обработке полученной выборки для группировки наблюдений предлагается использование метода Скотта [177]:

$$h = 3,5 * S * n^{-1/3}, \quad (3.1.1)$$

где h – длина интервала; S – стандартное отклонение; n – число наблюдений.

В целях определения величины стандартного отклонения и обеспечения универсальности применения авторской методики предлагается использовать генератор случайных чисел. Для этого требуется ряд вычислительных операций:

1) Определить закон распределения случайных чисел на основе расчета коэффициента вариации v :

$$v = S / УЭР_{\text{рег}}(\text{среднее}), \quad (3.1.2)$$

где S и $УЭР_{\text{рег}}(\text{среднее})$ рассчитываются для глобальных экстремумов:

$$УЭР_{\text{рег}}(\text{max}) = 22;$$

$$УЭР_{\text{рег}}(\text{min}) = 0,3.$$

Тогда S составит 10,85, $УЭР_{\text{рег}}(\text{среднее})$ – 11,15, v – 0,97. Для коэффициента вариации, принимающего значения от 0,5 до 1, применяется закон распределения случайной величины Вейбулла [108, с. 142].

2. Провести генерацию случайных чисел (MS Excel – Анализ данных – Генерация случайных чисел), задав параметры: число переменных – 1, число случайных величин – 85, распределение – равномерное, между 0,3 (минимальное значение) и 22 (максимальное значение).

Стандартное отклонение по полученной выборке составило 6,2. Тогда, применив метод Скотта, т.е. формулу (3.1.1), получили интервал, равный 4,9. Соотношение величины размаха (разности между максимальным и минимальным значениями $УЭР_{\text{рег}}$) и вычисленного интервала дает величину классов наблюдений, равную 4,4. В связи с этим выделим 4 группы регионов в рамках

типологизации мезосистем по уровню репутационной экономики. В пользу данного утверждения также приведем пример Индекса конкурентоспособности региона AV RCI, методика которого предусматривает группировку регионов по 4 типам [51]:

- 1) регионы с рейтингом от 3 до 5 баллов (топ-регионы);
- 2) регионы с рейтингом от 2,5 до 3 баллов;
- 3) регионы с рейтингом от 1,5 до 2,5 балла;
- 4) регионы с рейтингом ниже 1,5 балла.

Также отметим, что согласно формуле Стерджеса (для 85 наблюдений) рекомендуется выделять семь классов регионов. Однако с позиции формирования эффективного механизма управления развитием региональной экономики полагаем, что такой подход не является целесообразным, поскольку требует сложной индивидуальной системы мероприятий со стороны органов государственной власти. Рассмотренный выше подход позволяет нивелировать данные сложности.

Исходя из количества набранных баллов, предлагается классифицировать регионы следующим образом:

- регионы с высокой экономической репутацией, $УЭР_{\text{рег}} \in [16,6; 22]$;
- регионы с умеренно высокой экономической репутацией, $УЭР_{\text{рег}} \in [11,17; 16,59]$;
- регионы со средним уровнем экономической репутации, $УЭР_{\text{рег}} \in [5,73; 11,16]$;
- регионы с низкой репутационной экономикой, $УЭР_{\text{рег}} \in [0,3; 5,72]$.

Наглядно алгоритм идентификации типа региона представлен на рисунке 3.1.3.

Апробация предложенной методики осуществлена на примере субъектов Приволжского федерального округа. Комплекс анализируемых показателей включает:

- П_{1.1} – демография организаций [53];
- П_{1.2} – налоговая дисциплина [44; 113];

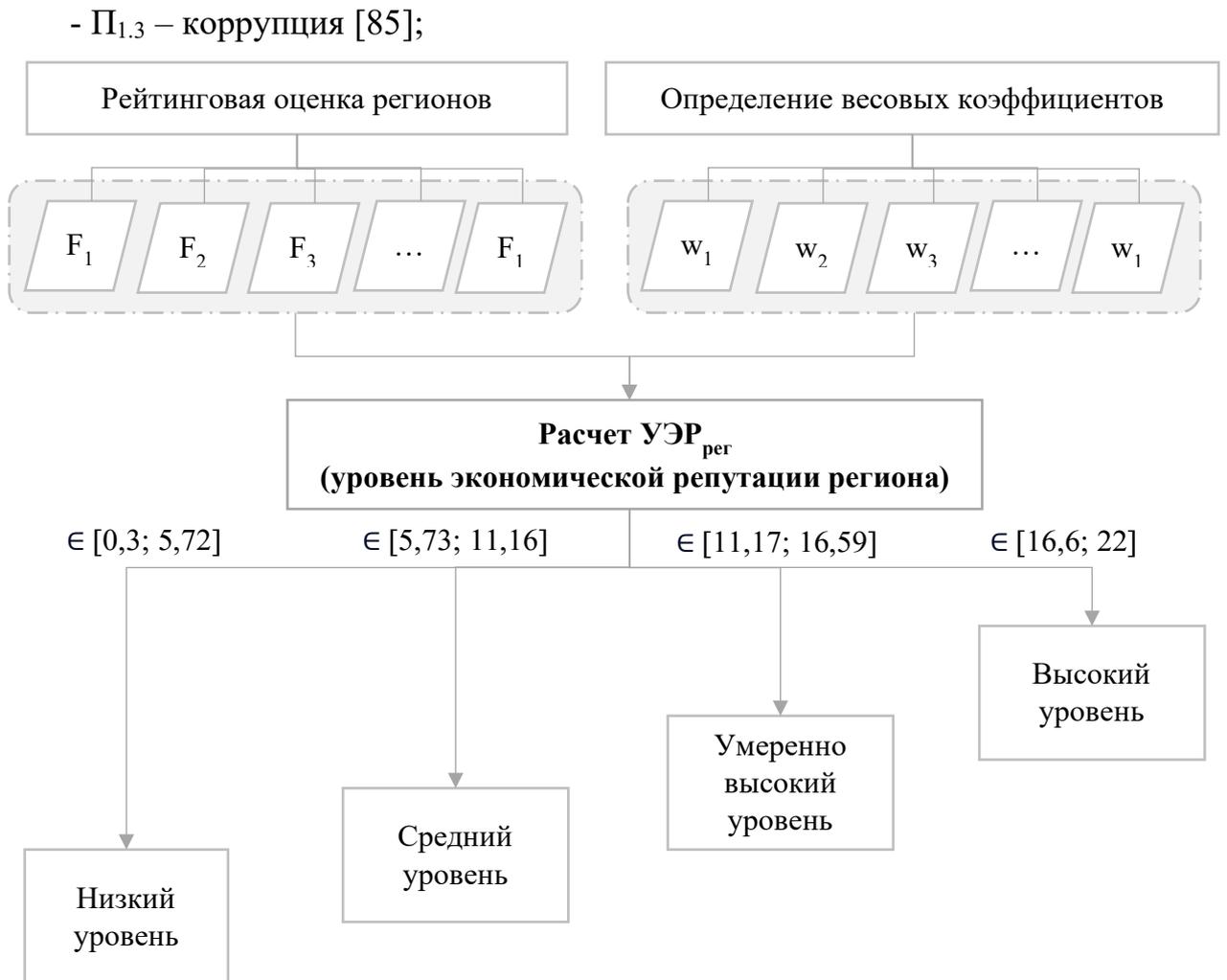


Рисунок 3.1.3 – Алгоритм идентификации типа региона по уровню экономической репутации

Примечание – Предложено автором.

- П_{2.1} – позиция региона в Национальном рейтинге губернаторов [75] (альтернативой может выступать Народный рейтинг глав регионов Российской Федерации);

- П_{2.2} – бюджетный эффект (разность доходов и расходов бюджета в регионе на душу населения) [87];

- П_{2.3} – позиция региона в Рейтинге эффективности управления в субъектах Российской Федерации (в части политико-управленческого блока) [94];

- П_{3.1} – занятость населения [87];

- П_{3.2} – средний уровень заработной платы [87];

- П_{3.3} – среднедушевой денежный доход населения [87];

- П_{3.4} – число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия (за год) [122];
- П_{3.5} – уровень социальной стабильности [87];
- П_{3.6} – межрегиональная трудовая миграция [118];
- П_{4.1} – валовой региональный продукт (на душу населения) [87];
- П_{4.2} – оборот организаций [87];
- П_{4.3} – совокупный финансовый результат [87];
- П_{4.4} – рентабельность реализованной продукции [87];
- П_{4.5} – удельный вес убыточных организаций (1-е место – регион с низким значением показателя) [87];
- П_{4.6} – уровень банкротства организаций [11];
- П_{5.1} – качество городской среды [50];
- П_{5.2} – качество автодорог [91];
- П_{6.1} – малое и среднее предпринимательство [112];
- П_{7.1} – кадровое обеспечение инновационного развития [87];
- П_{7.2} – инновационная продукция [87];
- П_{7.3} – инновационная активность организаций в регионе [87];
- П_{7.4} – патентная активность [87];
- П_{7.5} – уровень цифровизации бизнеса [87];
- П_{8.1} – инвестиции в основной капитал [87];
- П_{8.2} – объем инвестиций в развитие региона [87];
- П_{9.1} – энергодостаточность регионов [90];
- П_{9.2} – земельные ресурсы [87];
- П_{9.3} – оборотное использование водных ресурсов [87];
- П_{10.1} – уровень развития государственно-частного партнерства [89];
- П_{10.2} – развитие кластеров [58];
- П_{11.1} – дополнительное профессиональное образование персонала [37];
- П_{12.1} – вредные условия труда [121];
- П_{12.2} – производственный травматизм [118];
- П_{13.1} – природоохранные расходы [87];

- $P_{13.2}$ – загрязнение окружающей среды [87];
- $P_{13.3}$ – природоохранные мероприятия [87];
- $P_{14.1}$ – уровень отчаяния в регионе [45];
- $P_{14.2}$ – позиция региона в Национальном туристическом рейтинге [76];
- $P_{15.1}$ – ивент-индустрия [92].

Исходные данные для аналитического исследования приведены в приложении Е. Значения показателей (P_{ij}) и позиции регионов в соответствующих рейтингах (R_{ij}) отражают состояние мезосистем за соответствующий год и представлены в приложении Ж (негативные рейтинги отражены красным шрифтом). На основе отмеченных данных проведена взвешенная оценка показателей (O_{ij}) и рассчитано итоговое значение показателя, отражающего уровень экономической репутации региона ($УЭР_{рег}$) (приложение И).

Результатом апробации авторской методики является итоговая оценка уровня экономической репутации регионов и выявление принадлежности мезосистем к конкретному типу региона (рисунок 3.1.4). По итогам 2021 г. из 14 обследованных регионов Приволжского федерального округа 1 имеет высокий уровень экономической репутации, 4 – умеренно высокий, 9 – средний. В первом и втором случаях речь идет о регионах с привлекательной инвестиционной политикой, благоприятной институциональной, социальной и политической средой, которая в совокупности способствует развитию мезоэкономической системы и формированию ее репутации в части рынков, инноваций и инвестиций. Республика Татарстан имеет более высокие показатели в анализируемой выборке наблюдений. Аутсайдер рейтинга ПФО – Республика Марий Эл. Выводы подтверждает проведенный во второй главе настоящего исследования анализ (где были выявлены лидеры по индикаторам экономической репутации – Нижегородская область, Республика Татарстан). Оценивая среднюю арифметическую показателя $УЭР_{рег}$ по Приволжскому федеральному округу, которая составляет 11,39 балла, можно судить в целом об умеренно высоком уровне экономической репутации регионов округа.

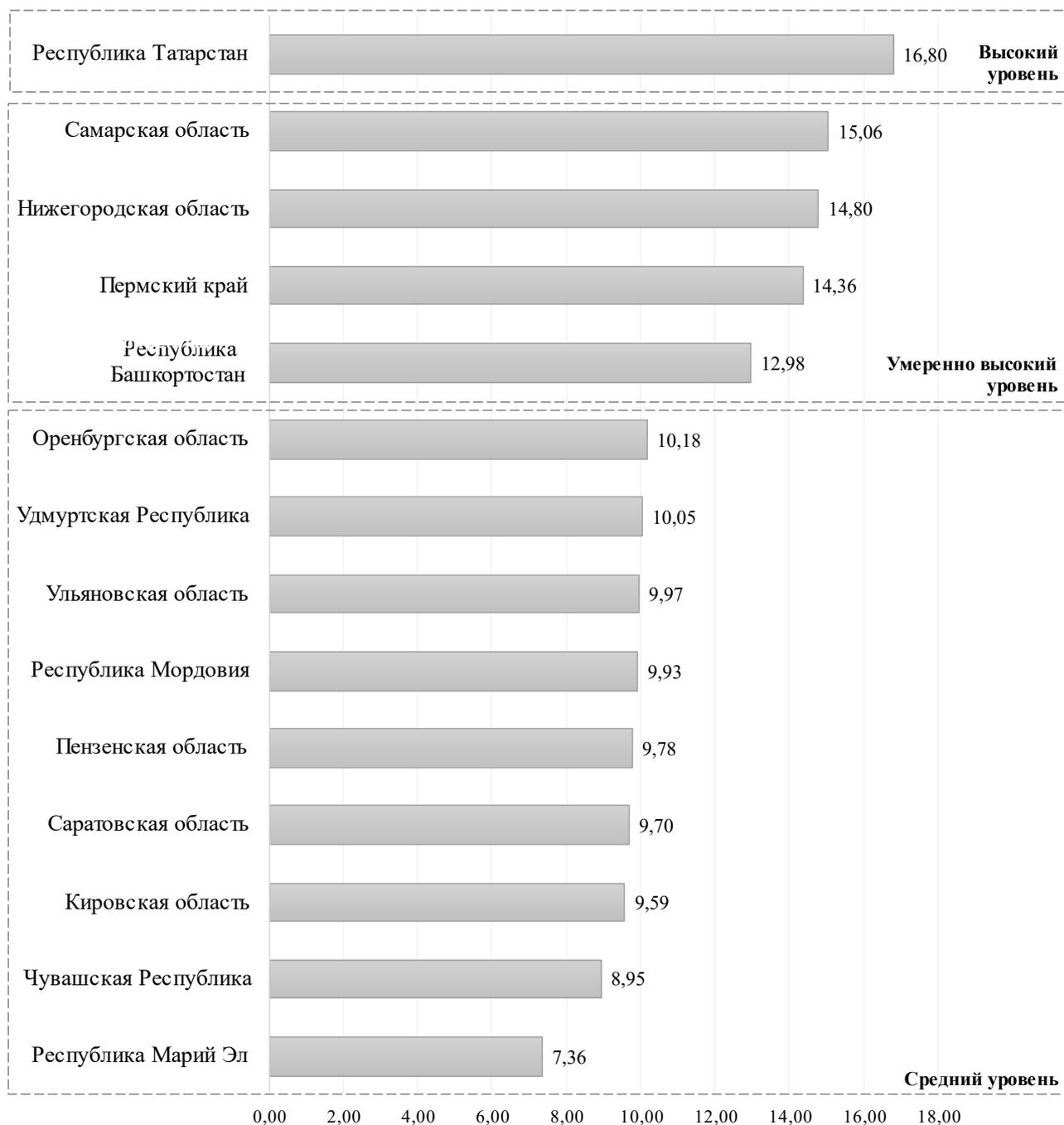


Рисунок 3.1.4 – Оценка уровня экономической репутации регионов (2021 г.) согласно авторской методике

Примечание – Рассчитано автором.

Отдельно проведен корреляционный анализ предложенного показателя $УЭР_{рег}$ с ВРП на душу населения. По данным за 2021 г. коэффициент парной корреляции составил $r = 0,81$, и в целом за период 2017–2021 гг. показатель не ослабевает (таблица 3.1.2). Высокая сила связи свидетельствует, во-первых, о высоком качестве авторской методики, во-вторых, об обусловленности репутации

региона объемами создаваемой валовой добавленной стоимости. Также выявлена прямая зависимость репутации региона от инвестиций в основной капитал, вложений региона в охрану окружающей среды, развития малого и среднего бизнеса, иностранных инвестиций, трудовой миграции, развития персонала организаций.

Таблица 3.1.2 – Корреляционный анализ связи между репутацией региона и частными показателями

Показатели	УЭР _{рег} (коэффициент корреляции)				
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Валовой региональный продукт	0,9	0,89	0,85	0,85	0,81
Природоохранные мероприятия	0,896	0,879	0,951	0,926	0,926
Инвестиции в основной капитал	0,845	0,792	0,862	0,863	0,925
Малое и среднее предпринимательство	0,925	0,937	0,9	0,923	0,889
Объем иностранных инвестиций в развитие региона	0,881	0,573	0,884	0,845	0,769
Дополнительное профессиональное образование персонала	0,766	0,816	0,729	0,818	0,737
Межрегиональная трудовая миграция	0,545	0,660	0,804	0,640	0,733
Примечание – Рассчитано автором.					

Предложенный подход отличается от Индекса конкурентоспособности региона AV RCI, который также носит системный характер [51], расширяя обзор факторов, прямо или опосредованно определяющих уровень репутации, тем самым позволяя более целостно рассматривать региональную экономическую систему в разрезе драйверов и ингибиторов роста. Кроме того, согласно индексу конкурентоспособности, ряд регионов ПФО (2021 г.) попадает в четвертую категорию (с низким уровнем индекса) – Кировская область, Республика Мордовия, Республика Марий Эл, а Республика Татарстан, наоборот, занимает одну из лидерских позиций рейтинга (4-е место). Данное наблюдение позволяет резюмировать, что рейтинг УЭР_{рег} направлен на выявление регионов, которые по традиционным методикам могут занимать высокие позиции, а по репутации – проигрывать.

Показатель также оценен в динамике (таблица 3.1.3). Весовые коэффициенты пересчитаны за каждый период в соответствии с коэффициентом корреляции, отражающим тесноту связи между суммарными баллами в разрезе факторов и валовым региональным продуктом на душу населения за каждый период соответственно (приложение Д). Как следствие, диапазоны значений также изменялись, что позволило добиться объективных результатов динамического анализа и подчеркивает гибкость предложенной методики оценки.

Таблица 3.1.3 – Коэффициент изменения уровня экономической репутации регионов

Субъект РФ	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Республика Башкортостан	14,12	13,75	12,47	12,18	13,63
Республика Марий Эл	8,59	6,76	7,04	6,92	7,58
Республика Мордовия	10,87	10,02	9,71	9,16	10,54
Республика Татарстан	16,75	16,56	15,94	14,85	17,77
Удмуртская Республика	11,19	10,57	9,20	9,47	10,44
Чувашская Республика	9,93	8,98	9,57	8,89	9,45
Пермский край	14,57	14,15	13,77	12,64	15,09
Кировская область	9,66	9,46	8,54	8,36	10,00
Нижегородская область	14,07	13,94	13,43	13,08	15,71
Оренбургская область	11,72	11,64	10,21	9,85	10,63
Пензенская область	10,95	9,56	8,63	9,49	10,30
Самарская область	14,09	14,94	13,63	13,78	15,83
Саратовская область	10,91	9,76	8,81	9,48	10,09
Ульяновская область	11,25	9,59	8,47	9,32	10,57
Примечания					
1 Рассчитано автором.					
2 Зеленая заливка ячеек соответствует категории «высокий уровень», светло-зеленая – «умеренно высокий уровень», светло-оранжевая – «средний уровень».					

В целом выявлена стабильная динамика, позиции регионов существенно не менялись. Исключение составили два региона – Республика Татарстан и Оренбургская область. В первом случае речь идет о прогрессивном развитии: Татарстан в 2019 и 2021 гг. вошел в категорию регионов с высоким уровнем экономической репутации. Провал в 2020 г. обусловлен ослаблением позиций в части политического, социального, экономического и кооперационного факторов. Наоборот, регресс отмечается по Оренбургской области, которая с 2019 г.

перешла из категории «умеренно высокий уровень репутации» в категорию «средний уровень».

Таким образом, разработанное методическое решение, с одной стороны, представляет собой способ обратить внимание на экономические проблемы репутационного характера, с другой – в контексте сравнительного анализа позволяет идентифицировать сильные и слабые позиции региона. Предложенную методику рекомендуется рассматривать в качестве сигнала для органов государственного управления.

Предложенная методика может не ограничиваться включенными в анализ показателями и может быть расширена с учетом соблюдения изложенных принципов.

В основе предложенного подхода лежит региональная специфика формирования экономической репутации, которая отражается на синтетическом показателе. Промежуточный этап авторской методики также представляет практическую ценность, поскольку, как было отмечено выше, рейтинговой оценке подлежат далеко не все факторы формирования репутации региона. Известна практика составления рейтингов по доходам населения в регионе, доступности жилья, уровню благосостояния семей, научно-технологическому развитию, социально-экономическому положению, уровню образовательного потенциала в технической сфере, инвестиционным показателям, туристическому потенциалу. Следовательно, открывается возможность введения рейтинговой оценки регионов по институциональному признаку, качеству товаров и услуг на рынке, развитию персонала и др. Инструментом формирования новых рейтингов может служить цифровая платформа.

Таким образом, отличие представленного алгоритма от существующих разработок состоит в обширном охвате факторов репутации и возможности их рейтинговой оценки, учете уровня развития различных подсистем региональной системы, идентификации типа региона путем численной оценки синтетического показателя. Обширный массив научных трудов посвящен преимущественно концептуальным аспектам формирования репутации региона, но не затрагивает

алгоритм выявления региональной специфики формирования репутации, тем более посредством количественного анализа. Предлагаемое методическое решение способно обеспечить качественные результаты оценки в силу простоты и ясности процедуры расчетов.

С позиции региональной экономики имеет смысл проанализировать преимущества Республики Татарстан, ее особенности и закономерности в формировании и совершенствовании экономической репутации на региональном уровне управления. Основные положения экономической репутации региона зафиксированы в Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года [3] (далее – Стратегия). В соответствии с данной стратегией на муниципальном уровне управления разработан ряд стратегических документов, определяющих контуры развития муниципальных образований на средне- и долгосрочную перспективу.

Репутация региона заявлена как ключевая характеристика его конкурентоспособности: «амбиции, опыт и активная экономическая политика – репутация передового региона», что проявляется в следующих направлениях:

- высокий уровень развития предпринимательской сферы при стабильно высокой доле среднего класса населения;

- конкурентоспособная и эффективная институциональная структура, сочетаемая с высоким уровнем эффективности государственного управления, корпоративной культуры; наличие опыта разработки и реализации международных, российских и республиканских программ и проектов;

- высокий уровень прямой и косвенной поддержки развития наукоемких производств, обрабатывающей промышленности, сельского хозяйства, здравоохранения и образования;

- инвестиционная поддержка региональных производителей, коллаборация с федеральными и международными инвесторами в реализации совместных инвестиционных программ и проектов;

- высокий уровень национальной культуры, выраженный в желании и стремлении развивать социально-экономическую сферу региона, высокий уровень

доверия между государством и предпринимательским сектором, единство татарского сообщества и интеграция в мировое экономическое пространство.

Республика Татарстан выделяется среди других регионов Российской Федерации своими уникальными особенностями, такими как экономическая автономия и национальная самобытность. Важной составляющей успеха этого региона является отмеченная выше Стратегия развития, включающая в себя метод «7+6+3». В рамках данного подхода выделяются 3 экономические зоны, такие как Камская, Альметьевская и Казанская, а также 6 кластеров, охватывающих различные сферы деятельности, начиная от нефтегазохимии и энергетики и заканчивая сферой услуг (рисунок 3.1.5).

Методический подход Татарстан 7+6+3

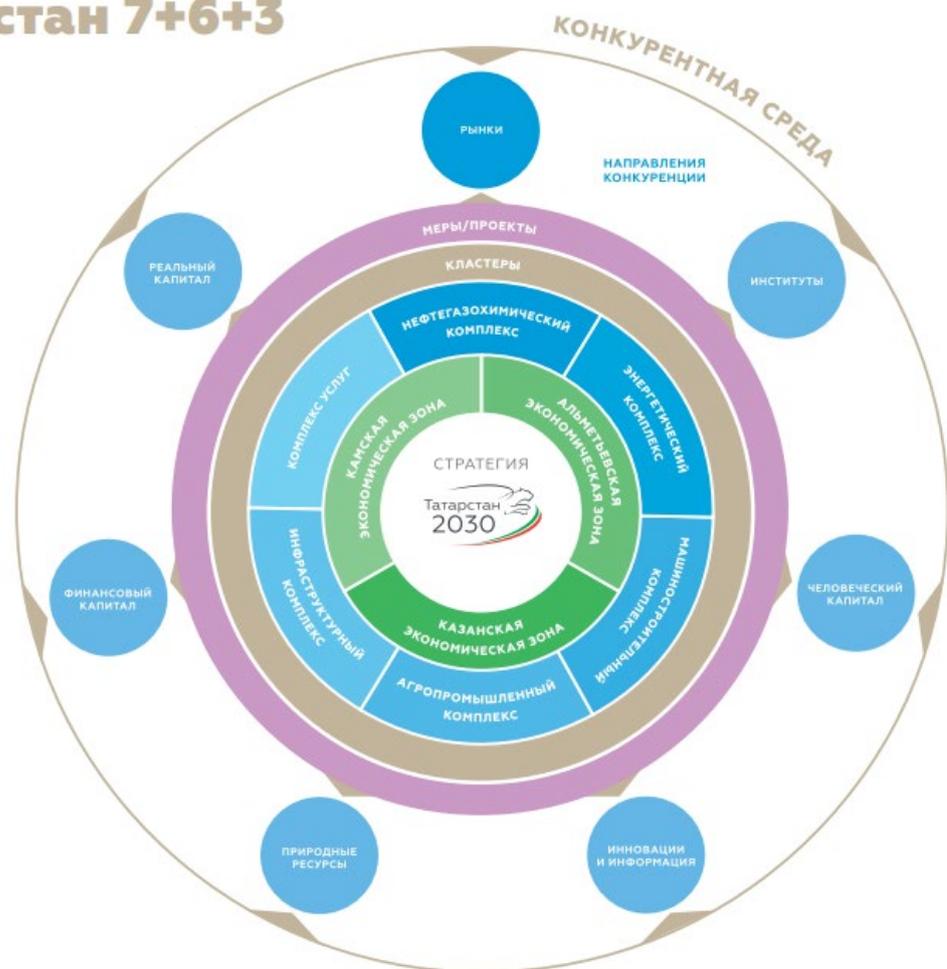


Рисунок 3.1.5 – Методический подход в реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан и факторов ее устойчивого развития

Источник: [3, с. 7].

Сложность фактической оценки развития экономической репутации на региональном уровне управления заключается в том, что она носит эмоциональный окрас и трудно поддается количественному выражению. Однако, полагаем, что тренды развития экономической репутации региона можно проанализировать исходя из заявленных в Стратегии показателей, сгруппированных в 7 направлений конкуренции и определяющих реализацию главной стратегической цели социально-экономического развития Республики Татарстан – достижения устойчивого роста валового регионального продукта на душу населения. Исходные данные для анализа сведены в таблицу. Ряд индикаторов представлен в динамике за 2013–2030 гг., из них фрагментарно в таблице 3.1.4 отражены данные за 5 периодов: 2013, 2018, 2021 гг., 2024 г. (прогноз), 2030 г. (прогноз).

Таблица 3.1.4 – Индикаторы долгосрочного социально-экономического развития Республики Татарстан в формировании экономической репутации региона (фрагмент)

СЦ	Индикатор	Усл. обозн.	2013 г.	2018 г.	2021 г.	2024 г.	2030 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
ГСЦ	ВРП на душу населения по ППС (в ценах 2013 г.), тыс. долл.	У	20,9	23	25	28	35
ЧК	Накопленный темп роста ВРП (в сопоставимых ценах к 2015 г.), %	ЧК1	100	109	125	144	180
	Производительность труда, млн руб./чел.	ЧК2	0,85	1,17	1,43	1,76	2,58
	Ожидаемая продолжительность жизни, лет	ЧК3	72,12	73,4	74,2	78	80
	Уровень безработицы (по методологии МОТ), %	ЧК4	4	3,6	3,5	3,5	3,5
	Обеспеченность общей площадью жилья в расчете на 1 жителя, м ²	ЧК5	24,2	26,5	27,6	28,1	30
	Доля выпускников вузов, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения	ЧК6	54,8	56,7	59,7	61,7	65
	Доля выпускников профессиональных образовательных организаций, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения	ЧК7	44,1	67,5	78	82	85
	Доля иностранных студентов в образовательных организациях высшего образования в Республике Татарстан в общей численности студентов, %	ЧК8	2,6	5,4	5,7	6	6,6
	Доля населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом, %	ЧК9	31	45	50	57	63
Т	Объем туристского потока на 1 жителя, чел.	Т	0,43	0,51	0,62	0,72	0,86

Окончание таблицы 3.1.4

1	2	3	4	5	6	7	8
П	Протяженность магистральной скоростной автодорожной сети (автодороги I и II тех. категории), км	П1	250	612,4	793,6	1200	1700
	Пассажиропоток аэропортов, млн чел. в год	П2	2,25	3,7	4,3	5,5	7,3
Р	Доля экспорта Республики Татарстан в общем объеме экспорта Российской Федерации, %	Р1	4,2	3	4	4,2	5
	Доля экспорта несырьевой продукции в общем объеме экспорта, %	Р2	54,2	57	75	78	82
И	Доля малого и среднего бизнеса в добавленной стоимости, %	И1	25,6	27,9	29,2	30,5	33
	Доля населения, занятого в секторе МСП, %	И2	26,4	28	30	31	32
	Накопленный темп роста оборота продукции и услуг, производимых малыми предприятиями (в сопоставимых ценах к 2015 г.), %	И3	100	119	147	182	278
Ин	Доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства, %	Ин1	22	25,2	27,6	30,1	35
	Доля затрат на НИОКР в ВРП, %	Ин2	0,9	1,5	1,9	2,3	3
Пр	Степень озеленения поселений (отношение площади, занятой под зеленые насаждения, к общей площади поселения), %	Пр1	25	28	32	35	40
	Доля рекультивированных земель в общей площади загрязненных земель, %	Пр2	37	41	42,5	45	50
Ф	Доля Республики Татарстан в суммарных российских инвестициях в основной капитал, %	Ф1	3,8	4,1	4,5	5,1	6,4

Источник: [3, с. 18–19].

Условные обозначения: СЦ – стратегическая цель; ГСЦ – главная стратегическая цель; ЧК – человеческий капитал; Т – туризм; П – пространство и реальный капитал; Р – рынки; И – институты; Ин – инновации и информация; Пр – природные ресурсы; Ф – финансы.

Таким образом, при реализации Стратегии социально-экономического развития существенная роль отводится сбалансированности развития ее отдельных составляющих, создающих образ будущего республики в формировании экономической репутации Республики Татарстан как лидера глобальной конкурентоспособности и драйвера полюса роста Волжско-Камского региона и российской экономики в целом (рисунок 3.1.6). Полагаем, что важной при формировании репутации экономики региона может быть маркетинговая компонента как возможность донести амбиции и цели развития республиканской

экономики для заинтересованных групп влияния (бизнеса, инвесторов, социальных сообществ и т.п.) и общества в целом.

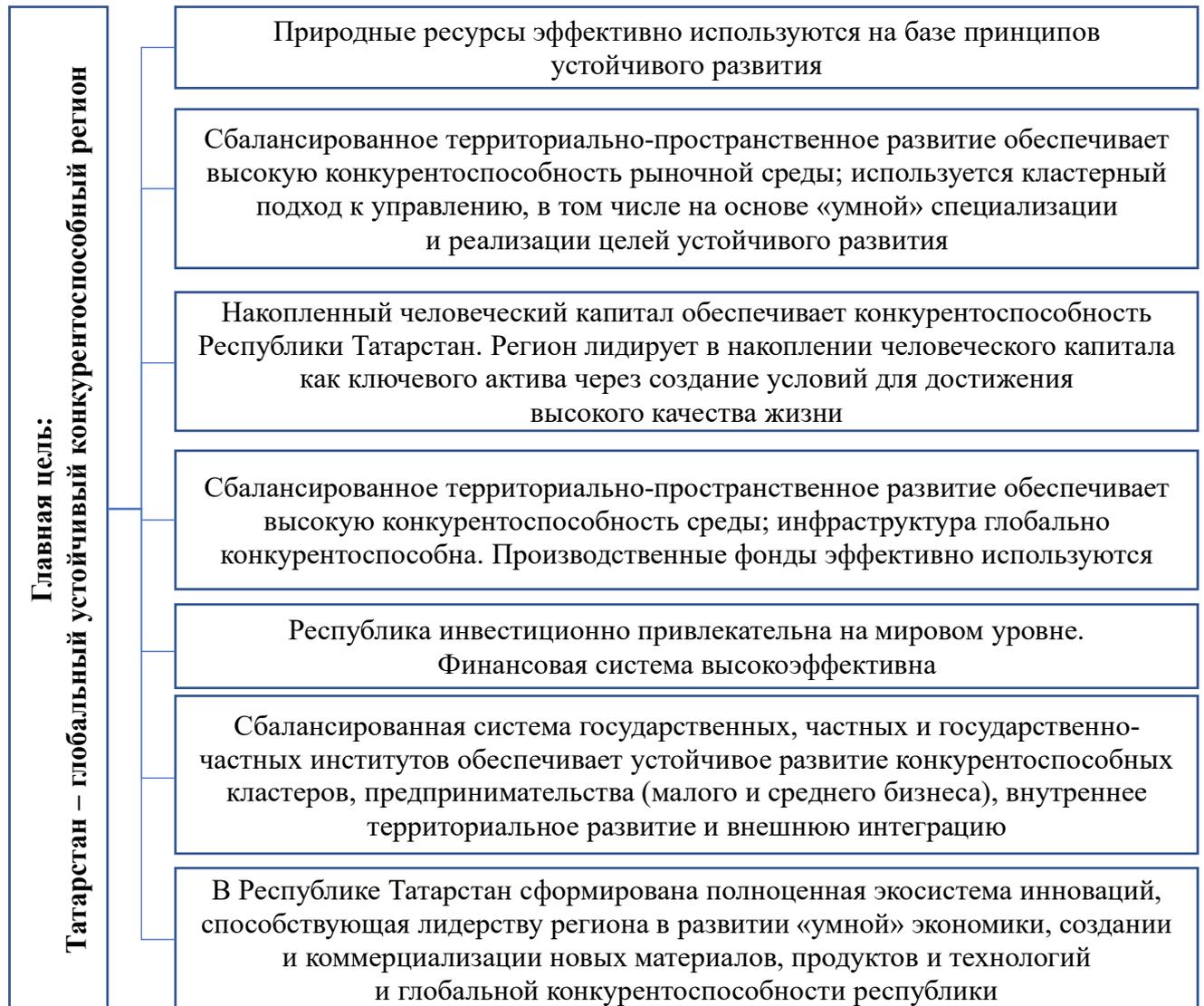


Рисунок 3.1.6 – Элементы формирования экономической репутации Республики Татарстан при реализации Стратегии социально-экономического развития

Примечание – Обобщено автором.

Для этих целей в Республике Татарстан проводились стратегические сессии по обсуждению планов реализации Стратегии, форумы международного и всероссийского масштаба, панельные дискуссии, круглые столы; создан Клуб инвесторов, разработаны инвестиционная карта и бизнес-гид, запущен информационный портал «Татарстан 2030», декларируются истории успеха в осуществлении инвестиционных проектов при реализации Стратегии, что вкпе

позволяет формировать образ устойчивого будущего республики, привлекать общественность и бизнес к реализации целей и задач по развитию республиканской экономики и социальной сферы, повышая положительную репутацию региона как лидера социально-экономических совершенствований [3; 49; 128].

При этом полагаем, что, используя методологию сбалансированной системы показателей [55; 70], можно выстроить иерархическую цепочку формирования факторов устойчивого развития Республики Татарстан по 4 проекциям: обучение и развитие, процессы, клиенты и маркетинг, финансы. Применительно к 7 детерминантам достижения главной стратегической цели социально-экономического развития Республики Татарстан нами предложена следующая иерархическая цепочка системы сбалансированных показателей (рисунок 3.1.7). Ключевая идея состоит в следующем: через цели для каждой проекции формируется положительная экономическая репутация региона, что может быть положено в разработку стратегий социально-экономического развития региона.

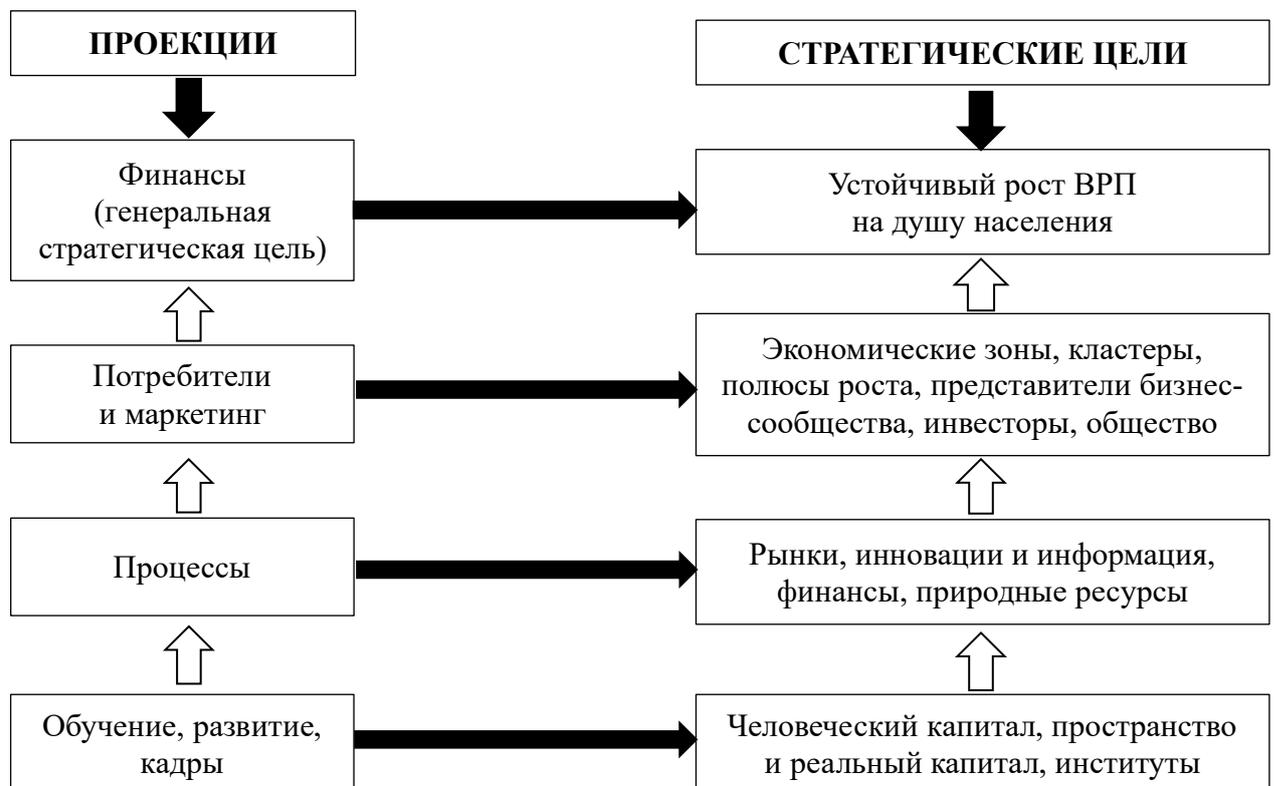


Рисунок 3.1.7 – Сбалансированная система показателей устойчивого экономического развития Республики Татарстан при реализации Стратегии 2030

Примечание – Составлено автором.

Развитие региональных рынков, финансовых ресурсов, человеческого капитала, сектора экономики, сферы туризма и институтов играет важную роль в достижении сбалансированного развития региона. Учет целей, задач и индикаторов различных направлений социально-экономической политики региона способствует повышению его положительной экономической репутации в целом.

На приведенной схеме развитие человеческого капитала, пространства и реального капитала, институциональной структуры способствует формированию новых рынков, активизации инновационных процессов, привлечению инвестиций и повышению эффективности использования природных ресурсов, что дает стимул развитию экономических зон, кластеров республики благодаря коллаборации инвесторов, бизнес-сообщества и общества в целом, способствуя достижению генеральной цели Стратегии – превращению региона в лидера социально-экономического роста национальной экономической системы [132].

При реализации Стратегии социально-экономического развития и достижении стратегической цели развития человеческого капитала в Республике Татарстан учитывается 9 ключевых показателей эффективности. Среди них 3 показателя связаны с институтами, 2 показателя относятся к пространству и реальному капиталу, рынкам, инновациям и информации, а также природным ресурсам. Туризм и финансы также представлены соответствующими показателями. Приведенная сбалансированная система показателей адаптирована для репутации региона как фактора развития. Следует указать, что в оценке репутации региона представлены как количественные показатели – производительность труда, объем инвестиций в основной капитал, объем инновационной продукции и т.п., так и качественные – туристический поток, уровень трудоустройства студентов вузов, ожидаемая продолжительность жизни, что позволяет судить о ее комплексности.

Репутация региона складывается из совокупности отдельных ее составляющих применительно к региональной экономической системе – развития рынков, институтов, наличия и использования природных ресурсов,

туристического потока и т.д. В этой связи для выявления сбалансированности развития экономической репутации Республики Татарстан в рамках реализации ее Стратегии был проведен корреляционный анализ между отдельными индикаторами. В качестве инструмента для анализа использован расчет парного коэффициента линейной корреляции Пирсона при уровне статистической значимости коэффициента $P \leq 0,01$, который показал наличие статистически значимой взаимосвязи между результирующей переменной – главной стратегической целью (рост ВРП на душу населения) и ее редуцируемыми переменными за исключением следующего: уровень безработицы, обеспеченность общей площадью жилья в расчете на одного жителя, доля выпускников профессиональных образовательных организаций, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения, доля иностранных студентов в образовательных организациях высшего образования в Республике Татарстан в общей численности студентов, доля населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом, доля экспорта Республики Татарстан в общем объеме экспорта Российской Федерации, доля экспорта несырьевой продукции в общем объеме экспорта и доля населения, занятого в секторе МСП (таблица 3.1.5, приложение К).

Определение наиболее влиятельных факторов устойчивого развития при реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан было осуществлено с использованием метода пошагового включения предикторов в регрессионную модель. В результате было установлено, что достижение устойчивого роста ВРП на душу населения является генеральной стратегической целью и на него оказывают влияние следующие параметры:

- производительность труда (ЧК2) – коэффициент регрессии составил 4,4 при уровне статистической значимости $P \leq 0,05$;

- доля Республики Татарстан в суммарных российских инвестициях в основной капитал (Ф1) – коэффициент регрессии составил 2,8 при уровне статистической значимости $P \leq 0,05$;

- туристический поток в расчете на одного жителя Республики Татарстан (Т) – коэффициент регрессии составил 1,5 при уровне статистической значимости $P \leq 0,1$;

- доля выпускников вузов, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения (ЧК6) – коэффициент регрессии составил 0,1 при уровне статистической значимости $P \leq 0,1$.

Таблица 3.1.5 – Парный коэффициент линейной корреляции Пирсона факторов устойчивого экономического развития Республики Татарстан при реализации Стратегии социально-экономического развития

Индикатор	Среднее значение	Стандартное отклонение	Коэффициент корреляции
Y	26,4	5,5	1,000
ЧК1	131,6	31,8	0,997
ЧК2	1,6	0,7	0,999
ЧК3	75,5	3,3	0,966
ЧК4	3,6	0,2	-0,647
ЧК5	27,3	2,1	0,935
ЧК6	59,6	4,0	0,971
ЧК7	71,3	16,6	0,791
ЧК8	5,3	1,6	0,771
ЧК9	49,2	12,3	0,909
Т	0,6	0,2	0,978
П1	911,2	558,1	0,985
П2	4,6	1,9	0,983
Р1	4,1	0,7	0,715
Р2	69,2	12,7	0,859
И1	29,2	2,8	0,969
И2	29,5	2,3	0,911
И3	165,2	70,2	0,999
Ин1	28,0	4,9	0,985
Ин2	1,9	0,8	0,973
Пр1	32,0	5,9	0,976
Пр2	43,1	4,8	0,981
Ф1	4,8	1,0	0,999

Примечания
1 Красным цветом отмечены статистически значимые коэффициенты корреляции при $P \leq 0,05$.
2 Рассчитано автором.

Уравнение множественной регрессии имеет вид:

$$Y = 11,2 + 4,4 \times \text{ЧК2} + 2,8 \times \text{Ф1} + 1,5 \times \text{Т} + 0,1 \times \text{ЧК6}. \quad (3.1.3)$$

Коэффициент детерминации модели составил свыше 0,9 при F-критерии $\leq 0,05$. Следовательно, прирост производительности труда на 1% способствует

приросту ВРП на душу населения на 4,4 тыс. долл. по ППС (на 294 тыс. руб. в ценах 2022 г.), доли Республики Татарстан в суммарных российских инвестициях в основной капитал – на 2,8 тыс. долл. по ППС (на 187,6 тыс. руб. в ценах 2022 г.), туристического потока в расчете на одного жителя – на 1,5 тыс. долл. по ППС (на 100,5 тыс. руб. в ценах 2022 г.), доли выпускников вузов, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения, – на 0,1 тыс. долл. по ППС (на 6,7 тыс. руб. в ценах 2022 г.), что в суммарном стоимостном эквиваленте составляет 8,8 тыс. долл. по ППС (588,8 тыс. руб. в ценах 2022 г.).

Содержание интегральных факторов, описывающих вклад в достижение главной стратегической цели, заключается в следующем. Первый фактор объединяет в своем составе человеческий капитал, реальный капитал, рынки, инновации, природные ресурсы и финансовый капитал. На его долю приходится 50,2% влияния на достижение генеральной стратегической цели.

Второй фактор содержит также человеческий капитал в связке с институтами, на долю которых приходится 48% влияния на достижение генеральной стратегической цели (таблица 3.1.6, рассчитана по усредненным данным 2013–2030 гг. Стратегии социально-экономического развития РТ до 2030 г.).

Таблица 3.1.6 – Интегральные факторы устойчивого экономического развития региона при достижении генеральной стратегической цели

Индикаторы		Факторные нагрузки (Метод: Varimax raw) (Коэффициент корреляции индикатора с фактором >0,7)	
		Фактор 1	Фактор 2
1	2	3	4
ЧК1	Накопленный темп роста ВРП (в сопоставимых ценах к 2015 г.), %	0,84	0,54
ЧК2	Производительность труда, млн руб./чел.	0,81	0,57
ЧК3	Ожидаемая продолжительность жизни, лет	0,79	0,57
ЧК4	Уровень безработицы (по методологии МОТ), %	-0,16	-0,98
ЧК5	Обеспеченность общей площадью жилья в расчете на 1 жителя, м ²	0,61	0,79
ЧК6	Доля выпускников вузов, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения	0,76	0,65

Окончание таблицы 3.1.6

1	2	3	4
ЧК7	Доля выпускников профессиональных образовательных организаций, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения	0,38	0,92
ЧК8	Доля иностранных студентов в образовательных организациях высшего образования в Республике Татарстан в общей численности студентов, %	0,30	0,95
ЧК9	Доля населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом, %	0,56	0,82
Т	Объем туристского потока, на 1 жителя, чел.	0,77	0,64
П1	Протяженность магистральной скоростной автодорожной сети (автодороги I и II тех. категории), км	0,76	0,65
П2	Пассажиропоток аэропортов, млн чел. в год	0,73	0,68
Р1	Доля экспорта Республики Татарстан в общем объеме экспорта Российской Федерации, %	0,96	-0,10
Р2	Доля экспорта несырьевой продукции в общем объеме экспорта, %	0,66	0,67
И1	Доля малого и среднего бизнеса в добавленной стоимости, %	0,69	0,72
И2	Доля населения, занятого в секторе МСП, %	0,63	0,76
И3	Накопленный темп роста оборота продукции и услуг, производимых малыми предприятиями (в сопоставимых ценах к 2015 г.), %	0,86	0,49
Ин1	Доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства, %	0,75	0,66
Ин2	Доля затрат на НИОКР в ВРП, %	0,71	0,70
Пр1	Степень озеленения поселений (отношение площади, занятой под зеленые насаждения, к общей площади поселения), %	0,75	0,65
Пр2	Доля рекультивированных земель в общей площади загрязненных земель, %	0,72	0,69
Ф1	Доля Республики Татарстан в суммарных российских инвестициях в основной капитал, %	0,85	0,51
Значение		11,05	10,55
Процент влияния		0,50	0,48
Примечания			
1 Красным цветом отмечены статистически значимые коэффициенты корреляции при $P \leq 0,05$.			
2 Рассчитано автором.			

Путем проведения анализа результатов нами выявлены ключевые факторы, способствующие устойчивому экономическому росту в Республике Татарстан в рамках Стратегии социально-экономического развития (таблица 3.1.7). Фактор 1: человеческий капитал – туризм – реальный капитал – рынки – инновации –

природные ресурсы – финансовый капитал; фактор 2: человеческий капитал – институты.

Таблица 3.1.7 – Индикативный профиль факторов устойчивого экономического развития Республики Татарстан при реализации Стратегии социально-экономического развития

Индикаторы		Факторы	
		Фактор 1	Фактор 2
ЧК1	Накопленный темп роста ВРП (в сопоставимых ценах к 2015 г.), %	*	
ЧК2	Производительность труда, млн руб./чел.	*	
ЧК3	Ожидаемая продолжительность жизни, лет	*	
ЧК4	Уровень безработицы (по методологии МОТ), %		*
ЧК5	Обеспеченность общей площадью жилья в расчете на 1 жителя, кв. м		*
ЧК6	Доля выпускников вузов, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения	*	
ЧК7	Доля выпускников профессиональных образовательных организаций, трудоустроившихся в первый год после окончания обучения		*
ЧК8	Доля иностранных студентов в образовательных организациях высшего образования в Республике Татарстан в общей численности студентов, %		*
ЧК9	Доля населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом, %		*
Т	Объем туристского потока, на 1 жителя, чел.	*	
П1	Протяженность магистральной скоростной автодорожной сети (автодороги I и II тех. категории), км	*	
П2	Пассажиропоток аэропортов, млн чел. в год	*	
Р1	Доля экспорта Республики Татарстан в общем объеме экспорта РФ, %	*	
И1	Доля малого и среднего бизнеса в добавленной стоимости, %		*
И2	Доля населения, занятого в секторе МСП, %		*
И3	Накопленный темп роста оборота продукции и услуг, производимых малыми предприятиями (в сопоставимых ценах к 2015 г.), %	*	
Ин1	Доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства, %	*	
Ин2	Доля затрат на НИОКР в ВРП, %	*	
Пр1	Степень озеленения поселений (отношение площади, занятой под зеленые насаждения, к общей площади поселения), %	*	
Пр2	Доля рекультивированных земель в общей площади загрязненных земель, %	*	
Ф1	Доля Республики Татарстан в суммарных российских инвестициях в основной капитал, %	*	

Примечание – Составлено автором.

При реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан стоит отметить, что институциональная сфера играет важную роль в формировании репутации региона. Она выступает ведущим фактором, определяющим использование капитала различных видов – человеческого, финансового, реального и природного. Согласно современным теориям, система институтов влияет на выбор методов, механизмов и подходов, используемых для формирования экономической репутации региона. Также она помогает определить эффективность достижения общей стратегической цели. Кроме того, согласно сбалансированной системе показателей, институциональная структура выступает как основа для формирования последующих проекций экономической репутации в достижении генеральной стратегической цели через процессы и маркетинг. Следовательно, можно предположить, что в развитии экономической репутации Республики Татарстан, несмотря на высокую сбалансированность профиля ее индикативных элементов, недостаточно внимания уделяется институциональной структуре, ее совершенствованию и развитию. С целью определения, какие меры и программы необходимо реализовывать для модернизации экономики Республики Татарстан и формирования ее репутации, нужно расширить и уточнить перечень индикаторов, которые характеризуют институциональную сферу региона. Такие индикаторы помогут определить вклад каждого из них в формирование репутации экономики и выявить дальнейшие направления совершенствования модернизационных мероприятий, программ и проектов.

На основе полученной регрессионной модели факторов устойчивого экономического развития экономики Республики Татарстан был построен прогноз по достижению генеральной стратегической цели Республики Татарстан посредством активизации ключевых факторов репутации региона: производительность труда, инвестиции в основной капитал, туристический поток, доля трудоустроенных выпускников. Прогностическая модель показала, что управление данными факторами репутации региона позволит достичь роста ВРП на душу населения с 1943 тыс. руб. в 2024 г. до 2446 тыс. руб. к 2030 г. по

базовому сценарию; с 1846 тыс. руб. до 2323 тыс. руб. – по пессимистичному сценарию; с 2040 тыс. руб. до 2568 тыс. руб. – по оптимистичному сценарию (рисунок 3.1.8).

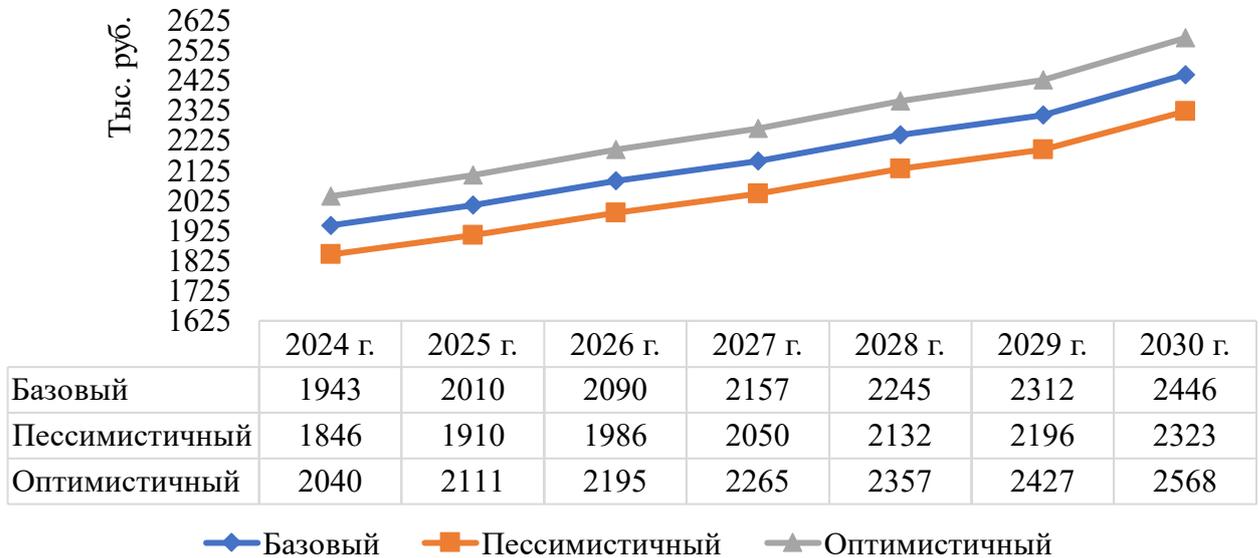


Рисунок 3.1.8 – Прогноз роста ВРП на душу населения на основе управления факторами устойчивого экономического развития региона

Примечание – Построено автором.

Предложенная модель может быть заложена в основу мониторинга эффекта от повышения уровня репутационной экономики. Экономический эффект от укрепления репутации региона предлагается оценивать на основе прироста ВРП на душу населения. Согласно построенной экономико-математической модели, экономический эффект составит в среднем 83,8 тыс. руб. на душу населения ежегодно (в соответствии с базовым сценарием). Для сравнения, в 2021 г. ВРП на душу населения Татарстана составлял 888 тыс. руб.

Развитие по оптимистичному сценарию возможно в результате реализации комплекса управленческих решений по укреплению репутации региона. В данном случае средний ежегодный экономический эффект может составить 87,9 тыс. руб. на душу населения. Для этого необходима разработка стратегических инициатив по формированию экономической репутации, которые способны обеспечить системное развитие региона.

Полагаем, что предложенная прогностическая модель может быть использована для других регионов – определяя факторы развития репутации, управления ими, возможно повысить отдачу от реализации политики регионального экономического развития.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Развитие экономической репутации Республики Татарстан реализуется в рамках Стратегии социально-экономического развития до 2030 года, где прослеживается иерархическая цепочка взаимосвязи ее индикаторов: обучение, развитие, кадры через развитие человеческого капитала, туризма, пространства и реального капитала, институциональной структуры; далее в процессах посредством формирования рынков, инноваций, финансовой системы, эффективного использования природных ресурсов, формируя круг потребителей с развитием маркетинговых каналов, обеспечивая превращение Республики Татарстан в лидеры национальной и мировой экономики путем достижения устойчивого роста ВРП на душу населения.

3.2 Инструментальное обеспечение для оценки и развития экономической репутации региона*

На основе алгоритма идентификации типа региона по уровню экономической репутации (представлен ранее на рисунке 3.1.3) предлагается комплекс мероприятий по развитию репутации (рисунок 3.2.1), который основан

* Настоящий раздел диссертации как один из основных результатов диссертации частично опубликован в рецензируемом научном издании согласно пункту 11 Положения о присуждении ученых степеней Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (в действующей редакции) «О порядке присуждения ученых степеней» в статье: [129]. Об этом сообщается на основании пункта 14 вышеуказанного Положения.

на авторской методике оценки, опирается на современные тренды цифровизации, учитывает дифференцированный подход к управлению репутацией региона, открывает возможности для совершенствования методологии формирования статистических данных о развитии регионов Российской Федерации.



Рисунок 3.2.1 – Механизм управления экономической репутацией региона

Примечание – Разработано автором.

Для регионов с низким и средним уровнем экономической репутации маркетинговую политику необходимо корректировать с учетом ориентации на

слабые позиции, которые, будучи таковыми, снижают привлекательность региона для бизнеса и инорегионального населения.

В целом для первых двух типов регионов комплекс мероприятий охватывает:

- выявление ингибиторов, препятствующих социально-экономическому развитию региона и определяющих его низкую репутацию;

- бенчмаркинг лучших практик, т.е. опыта тех регионов, которые являются лидерами рейтинга по отдельным факторам и в целом в рейтинге экономической репутации (регионы с высоким уровнем показателя $УЭР_{per}$);

- определение приоритетных направлений развития репутации региона (на основе SWOT-, PEST-анализа и др.), решение задач первостепенной важности;

- определение маркетинговых инструментов, направленных на развитие слабых позиций региона, выявление интересов стейкхолдеров (внутренних и внешних), поиск компромиссов между интересами инвесторов и внутренних стейкхолдеров [102] и др.

В зависимости от того, по каким факторам регион отстает, весь инструментарий можно классифицировать соответственно на институциональные, политические, социальные и другие инструменты.

Как было отмечено ранее, инструментальным средством оценки выступают также цифровые технологии, настройку которых рекомендуется осуществлять в соответствии с предложенным механизмом. Регламентацию методологии целесообразно проводить при поддержке различных нотаций моделирования процессов: IDEF₀, IDEF₃, DFD, BPMN, «Процедура» и др.

Рассмотрим такой инструмент моделирования, как описание процесса оценки экономической репутации региона в нотации IDEF₀. Применяемое программное средство – AllFusion Process Modeler. Элементами диаграммы являются непосредственно процессы и потоки (ориентированные дуги). Верхний уровень процесса – контекстная диаграмма – представлен на рисунке 3.2.2.

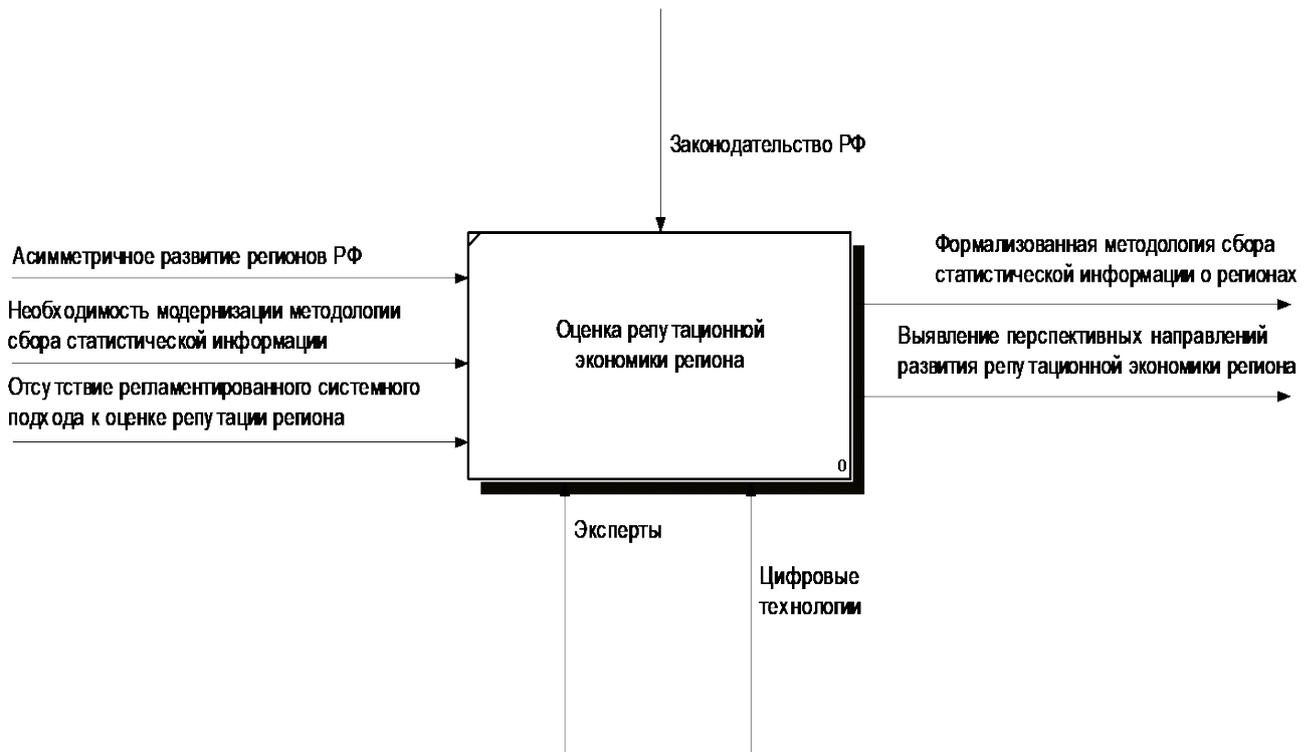


Рисунок 3.2.2 – Контекстная диаграмма процесса оценки экономической репутации региона в нотации IDEF₀

Примечание – Построено автором.

Второй уровень представляет собой декомпозицию исследуемого процесса (рисунок 3.2.3), которая детализирует потоки управляющих воздействий, механизмов, данных и обеспечивает возможность прозрачного контроля над процедурой оценки репутации.

Следующий инструмент – DFD-диаграмма, возможности которой сводятся к описанию потоков данных, последовательно генерируемых в рамках методического обеспечения оценки экономической репутации региона. Элементами диаграммы выступают процессы (действия, работы), хранилища данных, стрелки (олицетворяющие информационные потоки), внешние сущности (объекты, участвующие в процессе). Применение инструмента AllFusion Process Modeler позволило визуализировать процесс оценки экономической репутации региона в нотации DFD (рисунок 3.2.4).

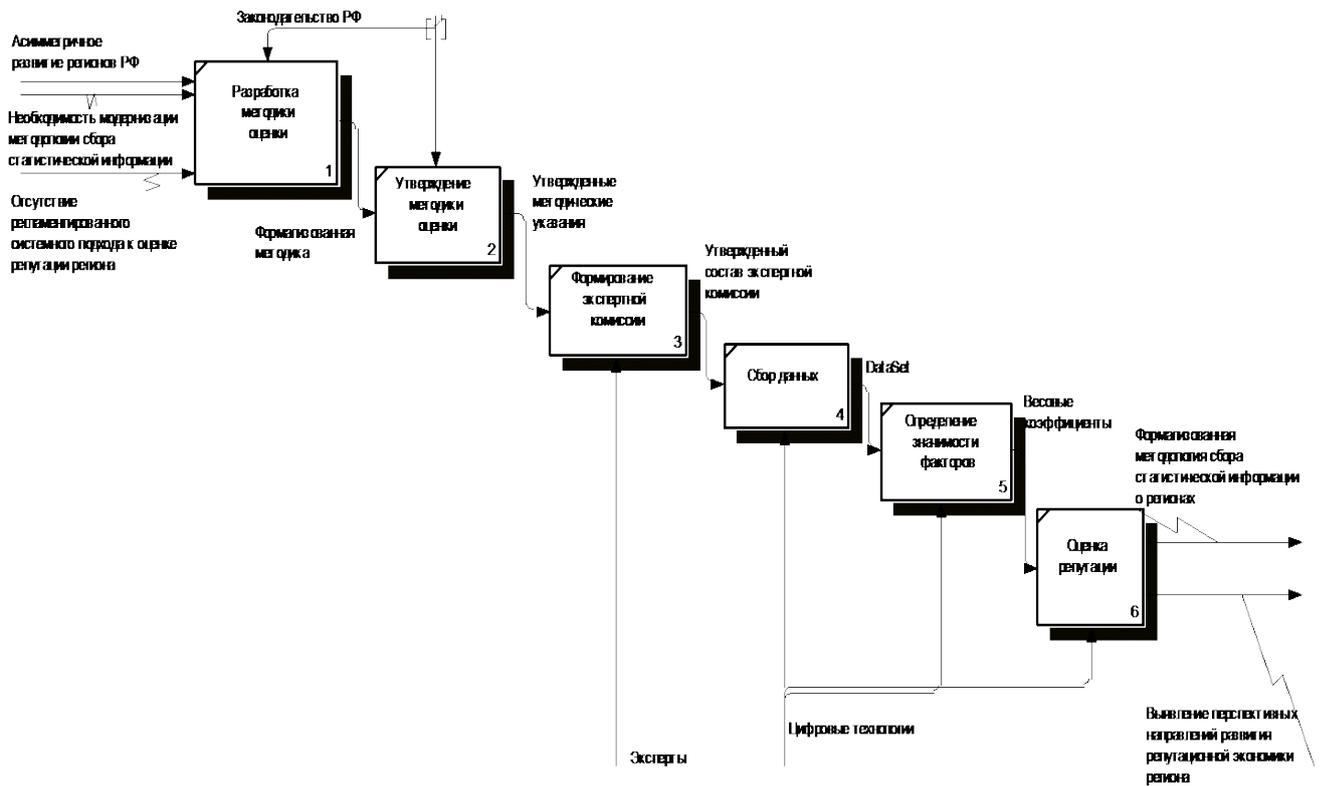


Рисунок 3.2.3 – Декомпозиция (второго уровня) процесса оценки экономической репутации региона в нотации IDEF₀

Примечание – Построено автором.

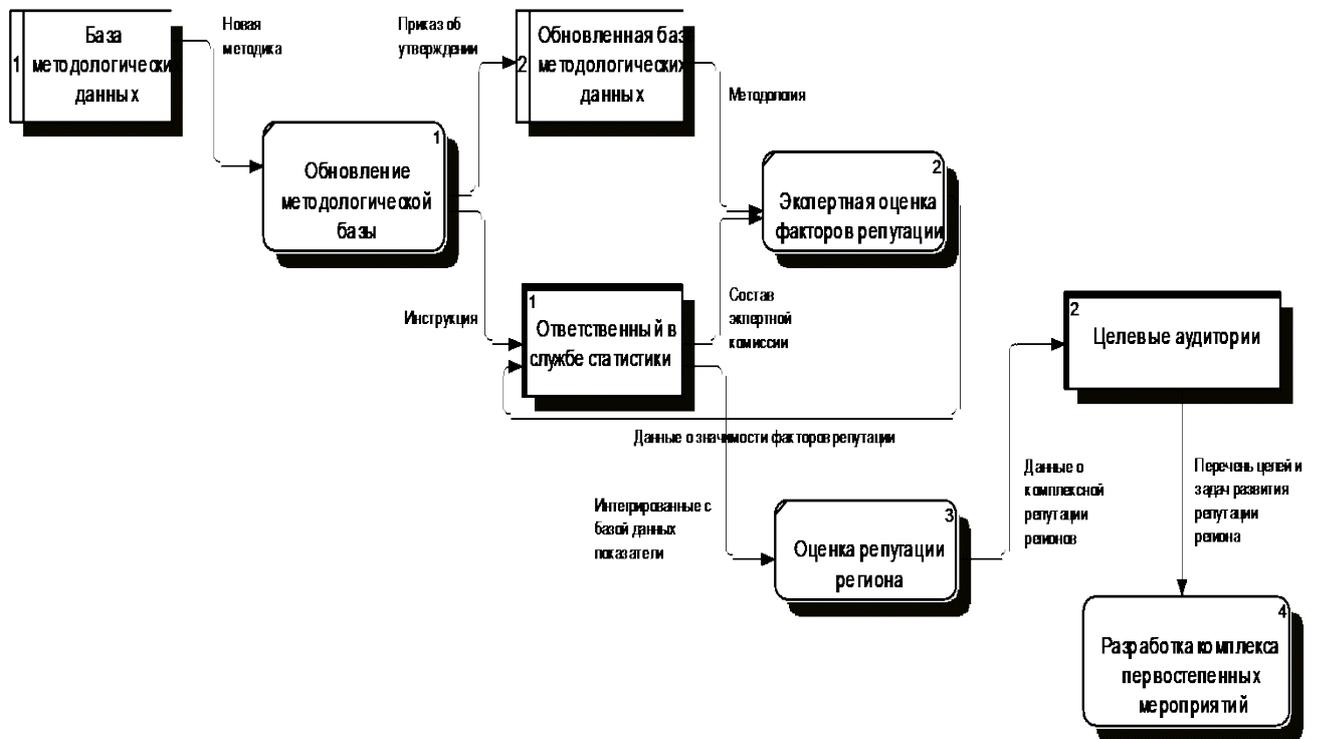


Рисунок 3.2.4 – Декомпозиция (второго уровня) процесса оценки экономической репутации региона в нотации DFD

Примечание – Построено автором.

Участниками процесса обозначены ответственное лицо в федеральной службе статистики, представители целевых аудиторий, заинтересованных в улучшении позиции региона во всероссийских рейтингах. Круг лиц, участвующих в процессе, не ограничивается представленным перечнем.

Отдельного внимания заслуживают сети Петри как средство моделирования и автоматизации дискретных систем. Сети Петри применимы в целях моделирования системы электронного документооборота [17]. Ключевые элементы графической сети Петри – позиции и переходы, соединенные ориентированными дугами, определяющие причинно-следственные связи в системе автоматизированной оценки экономической репутации региона (рисунок 3.2.5).

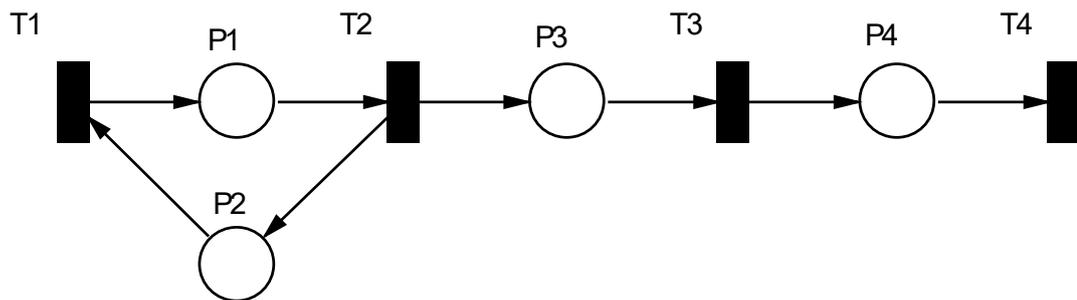


Рисунок 3.2.5 – Пример реализации инструмента сетей Петри в рамках организации экспертной оценки факторов экономической репутации

Примечание – Составлено автором.

Модель включает 4 перехода и 4 позиции. В качестве переходов выделены:

- T_1 – оповестить потенциальных экспертов о начале процедуры оценки репутации (автоматическая рассылка электронных писем);
- T_2 – систематизировать ответы от потенциальных экспертов о готовности принять участие в процедуре оценки репутации;
- T_3 – открыть доступ к онлайн-форме, составленной на основе таблицы 3.2.1 (индивидуальная для каждого эксперта);
- T_4 – завершить процедуру оценки, осуществить итоговый расчет весовых коэффициентов по запрограммированному ранее алгоритму.

В качестве позиций предусмотрены следующие элементы:

- P₁ – экспертами обрабатывается полученная информация;
- P₂ – в случае недостаточного количества готовых к участию экспертов осуществляется дополнительная рассылка электронных писем тем потенциальным экспертам, которые не ответили на первое письмо;
- P₃ – формируется список экспертов;
- P₄ – эксперты оценивают значимость факторов репутации.

Моделирование процесса в нотациях BPMN или «Процедура» требует четкой регламентации ответственности ключевых участников процесса интеграции новой методики рейтинговой оценки развития регионов в федеральную систему норм, правил, методических указаний.

Преимущества различных инструментов, применимых для оценки репутации региона, представлены в таблице 3.2.1.

Таблица 3.2.1 – Преимущества различных инструментов, применимых для оценки экономической репутации региона

Инструменты	Возможности
IDEF ₀	Представляет собой логико-информационную модель, детализирует потоки управляющих воздействий, механизмов, данных и обеспечивает возможность прозрачного контроля над процедурой оценки репутации
DFD	Описание потоков данных, подлежащих управлению в рамках методического обеспечения процесса оценки экономической репутации региона, отраженных в логичной последовательности с указанием ключевых участников процесса и хранилищ данных
Сети Петри	Путем идентификации и моделирования позиций и переходов, соединенных ориентированными дугами, отражает причинно-следственные связи в системе автоматизированной оценки экономической репутации региона
Примечание – Обобщено автором.	

Таким образом, инструментальное обеспечение для оценки репутации региона представляет собой комплекс методических решений, организационных мероприятий, современных инструментов моделирования и управления (рисунок 3.2.6).

Авторские разработки заключаются в систематизации и наглядной демонстрации применения инструментов, используемых для оценки и развития экономической репутации региона (концептуальный, методический аспекты,

моделирование и автоматизация процедур), с учетом нормативно-правовых актов, регламентирующих мониторинг регионального развития на федеральном уровне. Предлагаемый комплекс решений носит полиинструментальный характер, отвечающий современным трендам развития экономических систем разного уровня.



Рисунок 3.2.6 – Инструментальное обеспечение для оценки и развития экономической репутации региона

Примечание – Составлено автором.

Авторские решения отличаются:

- представлением процесса развития экономической репутации региона как результата применения комплекса разнородных инструментов;
- соблюдением целостности перечисленных средств оценки и моделирования;

- разовой необходимостью привлечения экспертов (с минимальным вкладом времени и ресурсов путем цифровизации процесса оценки);

- возможностью выявления остро необходимых преобразований и бесперебойного и качественного развития мезосистем в пролонгированной перспективе.

Эффект от реализации представленного подхода заключается не только в совершенствовании системы мониторинга регионального развития – аккумуляции данных о различных аспектах развития регионов и их интеллектуальная обработка способны оптимизировать реализацию Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, приоритизировать направления повышения конкурентоспособности мезоэкономических систем.

3.3 Стратегические инициативы по формированию экономической репутации как фактора развития региона (на примере Республики Татарстан)

Вовлечение регионов Российской Федерации в процессы конкуренции способствует созданию их узнаваемых брендов. В этой связи принципиально важным видится раскрытие образа Республики Татарстан со стороны потребителей территории. Актуальность данного вопроса определяется значимостью учета социокультурных факторов брендинга территорий при развитии репутации региона.

В 2014 г. в Республике Татарстан в рамках политики развития репутации региона был представлен бренд «Культурно-историческое наследие Татарстана». Следует указать, что основу социально-экономического развития региона

составляют культурно-историческое наследие и социокультурные характеристики, выступающие фундаментом выстраивания социально-экономических отношений республики. Бренд Республики Татарстан – это маркетинговый образ историко-культурного наследия региона, формирующий визуальный стиль для брендинга территории, основанный на богатом культурном и историческом наследии. Платформа бренда Республики Татарстан включает в себе идеологию и единую концепцию сохранения и приумножения исторического и этнокультурного наследия. В основе методологии бренда республики представлены 10 характеристик, образующих архетип Татарстана: скорость, выносливость, достоинство, пытливость, чутье, следование традициям, мастерство, единство, упорство и целеустремленность. Данные характеристики являются основными и визуализированы в виде составных частей татарстанского бренда. Бренд Республики Татарстан символизирует восприятие потребителями территории национальной общности и идентичности республики, нацелен на будущее и способствует реализации потенциала экономики региона. Наряду с этим бренд направлен на развитие экономической, социальной, этнокультурной, туристической, логистической, научно-образовательной и культурно-досуговой привлекательности Республики Татарстан [84; 115].

Исследование, проведенное в 2018 г. в Республике Татарстан посредством опроса городского и сельского населения, показало, что образ республики, соотношение его элементов у различных групп населения связаны с ключевыми трендами регионального экономического развития при высокой значимости социально-экономических факторов в балансе с социокультурными, включая толерантность общества и многоконфессиональность.

Региональным органом власти на высоком уровне проделана работа по созданию образа республики и его жителей, воплощенного в имидже и региональных брендах. Однако продвижением региональных брендов заняты преимущественно органы государственной власти, нежели их потребители, что формирует определенный дисбаланс гармоничного развития репутации региона. В этой связи следует учитывать необходимость проработки вопроса привлечения

потребителей территории к развитию его репутации. Результаты исследования показали высокий уровень социального самочувствия населения Республики Татарстан и высокий уровень поддержки органов государственной власти региона в деле создания и продвижения бренда территории. Преобладающее большинство респондентов отмечало единство с республикой. Результаты опроса позволили выявить социальные эффекты брендинга Республики Татарстан в развитии ее репутации и имеют все основания для использования в стратегии управления социально-экономическим и социокультурным развитием в субъектах федерации, включая необходимость разработки и совершенствования локальных брендов Республики Татарстан, дополняющих и конкретизирующих региональный бренд [68].

Полагаем, что с учетом складывающихся мировых тенденций экономического развития принципиально важным становится позиционирование Республики Татарстан на международной и национальной арене с акцентом на сформированную положительную репутацию и бренд, способные повысить инвестиционную, инновационную и логистическую привлекательность территории. В этой связи следует отметить необходимость разработки стратегии развития репутации региона. Развитие репутации региона – это сложный, многоэтапный процесс, носящий комплексный и системный характер. Полагаем, что стратегия развития репутации Республики Татарстан должна быть соотнесена и встроена в стратегию социально-экономического развития региона.

Формирование благоприятного имиджа Республики Татарстан – одна из основных задач, направленных на устойчивый рост экономики региона, повышение ее конкурентоспособности и развитие социальной сферы. Ключевые направления системы целей развития репутации региональной экономики включают:

- приток высококвалифицированных кадров;
- развитие научно-образовательного потенциала;
- повышение производительности труда и ресурсоэффективности республиканской промышленности;

- повышение естественного прироста населения;
- достижение технологического суверенитета;
- повышение уровня инвестиционной и инновационной активности;
- рост ожидаемой продолжительности жизни;
- повышение уровня наукоемкости и технологичности производства;
- сокращение углеродного следа;
- повышение уровня экономической безопасности;
- повышение уровня технологической готовности;
- реализация культурного, туристского потенциала;
- реализация потенциала инфраструктуры спорта;
- повышение уровня изобретательской активности;
- рост качества жизни населения; и др.

Среди преимуществ формирования репутации экономики Республики Татарстан, которые могут быть использованы в стратегии развития репутации, укажем следующие:

- 8-е место по численности населения среди субъектов Российской Федерации;
- 7-е место по величине ВРП, в том числе 16-е место по величине ВРП на душу населения;
- 5-е место по объему промышленного производства;
- 7-е место по выпуску сельскохозяйственной продукции;
- 6-е место по величине инвестиций в основной капитал, в том числе 18-е место по величине инвестиций в основной капитал на душу населения;
- 17-е место по величине среднедушевых денежных доходов.

Среди регионов Приволжского федерального округа Республика Татарстан по всем основным статистическим показателям занимала 1-е место, за исключением численности населения (2-е место после Нижегородской области) и величине заработной платы (2-е место после Самарской области) (таблица 3.3.1).

Таблица 3.3.1 – Положение Республики Татарстан среди регионов Российской Федерации по основным социально-экономическим показателям

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Численность населения (на конец года)	8	8	8	8
Валовой региональный продукт в основных ценах	6	6	7	...
на душу населения	15	15	16	...
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами	6	6	4	5
Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий	4	4	4	7
Инвестиции в основной капитал	6	6	6	6
на душу населения	13	14	19	18
Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	5	5	6	5
Ввод в действие жилых домов	6	6	5	6
Оборот розничной торговли	7	7	7	7
Объем платных услуг населению	6	6	6	6
Среднедушевые доходы населения	18	16	18	17
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников	37	36	37	33
Источник: [96].				

В целом ситуация в Республике Татарстан отражает общероссийские реалии, их сравнительная характеристика по итогам 2021 г. приведена в таблице 3.3.2.

Таблица 3.3.2 – Основные статистические показатели социально-экономического развития РФ и РТ

Показатели	Российская Федерация		Республика Татарстан	
	2021 г.	2021 г. к 2020 г., %	2021 г.	2021 г. к 2020 г., %
1	2	3	4	5
Численность населения (на конец года), тыс. чел.	45557,6	99,6	3886,4	99,8
Численность безработных (по методологии МОТ) в возрасте 15 лет и старше, тыс. чел.	3630,5	84,0	53,6	72,7
Численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения, на конец года, тыс. чел.	776,9	28,0	11,4	29,5
Индекс промышленного производства	x	105,3	x	108,5
Объем отгруженных товаров, млрд руб.	91640,7	x	4005,9	x
Продукция сельского хозяйства, млрд руб.	7572,3	99,1	237,2	80,1
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	22945,4	107,7	683,3	105,5

Окончание таблицы 3.3.2

1	2	3	4	5
Ввод в действие общей площади жилых домов, млн м ²	92,6	112,7	3,0	112,4
Оборот розничной торговли, млрд руб.	39471,7	107,8	1086,4	107,8
Объем платных услуг населению, млрд руб.	11061, 8	114,1	301,5	108,4
Среднедушевые денежные доходы населения в среднем за месяц, руб.	40040	x	39729	x
Реальные денежные доходы, % к предыдущему году	x	103,1	x	103,8
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих, руб.	57243,7	111,5	45800,3	115,2
Реальная (с учетом индекса потребительских цен) начисленная заработная плата, %	x	104,5	x	107,7
Индекс потребительских цен на товары и услуги (декабрь к декабрю предыдущего года), %	x	108,4	x	108,7
Сводный индекс цен на продукцию (затраты, услуги) инвестиционного назначения (декабрь к декабрю предыдущего года), %	x	107,8	x	109,1
Источник: [96, с. 9–10].				

Несомненно, представленные индикаторы могут быть использованы как подтверждение статистически достоверной информации о благоприятной социально-экономической ситуации в республике, формируя ее положительную репутацию в динамике.

Специфическими активами территории, формирующими ее положительную репутацию, которые могут быть представлены как устойчивые характеристики репутации республики, выступают: выстроенная цепочка создания стоимости углеводородного сырья, локация нефтехимического производства, центральное положение в евразийском регионе, «национальный стержень» в виде бренда «Наследие Татарстана». Вместе с тем предпосылками отрицательной репутации региональной экономики, которые следует учитывать при формировании и реализации стратегии развития репутации, являются предпосылки «голландской болезни» в виде сокращения стимулов к инновационной деятельности, зависимость от федерального центра в реализации крупномасштабных проектов, средний уровень качества и недостаток развития человеческого

(интеллектуального) капитала, монопрофильность промышленных центров, высокий уровень социальной дифференциации, недостаточный уровень открытости региона для других потребителей территории, недостаточный уровень использования потенциала агломераций, демографические и экологические риски, недостаточное развитие финансовых институтов и институтов страхования.

В части программного управления репутацией экономики региона необходимы разработка Плана мероприятий по реализации стратегии развития репутации Республики Татарстан, Государственной программы по развитию репутации Республики Татарстан, Меморандума Республики Татарстан по развитию репутации территории, регионального и локальных брендов. Ключевая работа по достижению целей стратегии развития репутации должна находиться в единстве с мониторингом реализации, корректировкой, обновлением плана мероприятий и государственных программ в данной области [129; 132].

Одним из основных инструментов реализации стратегии развития репутации следует признать лоббирование данной стратегии среди реальных и потенциальных потребителей территории, продвижение регионального и локальных брендов, флагманских республиканских программ и проектов, стратегических инициатив. Успех реализации стратегии во многом будет зависеть от делегирования полномочий по данному вопросу на муниципальный уровень управления, привлечения муниципалитетов, институтов развития, кластеров, общественных объединений, промышленных предприятий, учреждений науки, культуры, здравоохранения, спорта и сферы услуг.

Отметим, что в Республике Татарстан сформирован и существует стабильно функционирующий состав объектов институтов развития, обеспечивающих развитие республиканской экономики. Среди них следует выделить следующие: Инвестиционно-венчурный фонд РТ, Особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Алабуга», Особая экономическая зона «Иннополис», Технополис «Химград», Технопарк в сфере высоких технологий «ИТ-парк», Технопарк промышленных технологий АО «КНИАТ», Центр трансфера технологий, Татарстанский центр научно-технической информации,

Региональный инжиниринговый центр промышленных лазерных технологий «КАИ-Лазер», Региональный центр инжиниринга в сфере химических технологий, Центр прототипирования и внедрения отечественной робототехники, Центр цифровых технологий и др. [69]. Наличие данных объектов позволяет использовать их потенциал для развития репутации экономики региона, пропагандируя реализованные проекты, разрабатывая и осуществляя дальнейшие интеграционные проекты в сфере высоких и наукоемких технологий.

Для управления стратегией развития репутации Республики Татарстан целесообразным видится делегирование данных функций управления специально созданной структуре в составе профильного министерства – Комитету по репутационной экономической политике при Министерстве экономики Республики Татарстан (далее – Комитет). Комитет будет ответственен за множество функций, включая планирование и осуществление совместных проектов с министерствами и ведомствами по репутационной политике. В его ведении будут находиться вопросы разработки и надзора за стратегией развития репутации Республики Татарстан, продвижение бренда Республики Татарстан и его отслеживание на региональном, национальном и международном уровнях, разработка основных направлений развития репутации культурных, демографических, социальных, экономических, политических и правовых характеристик Республики Татарстан, к числу которых относятся:

- исследование и анализ условий, обеспечивающих нормативное управление экономической репутацией;
- создание и внедрение предложений по усовершенствованию экономической репутации Республики Татарстан и их интеграция в стратегию развития репутации региона;
- организация согласованной деятельности всех ведомств и министерств по укреплению репутации Республики Татарстан;
- разработка методов, моделей исследования и оценки репутации региона;
- формулирование рекомендаций и принятие решений, способствующих пониманию и толкованию репутации региона.

Наряду с вышеперечисленным Комитет разрабатывает рекомендации с целью гарантии единого понимания и использования механизмов повышения экономической репутации региона; согласует деятельность общего информационного портала Татарстана в области наполнения и анализа просветительных, информационно-статистических и аналитических материалов о репутации региона; организует и распространяет информацию, касающуюся применения репутации Республики Татарстан.

При реализации стратегии развития репутации Республики Татарстан Комитет активно взаимодействует с различными организациями и учреждениями на разных уровнях управления (рисунок 3.3.1).

Это включает в себя муниципалитеты не только внутри республики, но и в других регионах страны. Кроме того, сотрудничество осуществляется с министерствами и ведомствами на всех уровнях – от республиканских до федеральных. Граждане, промышленные предприятия и организации сферы услуг, а также учреждения производственной, научно-образовательной, инновационной, логистической инфраструктуры разных уровней управления – все находятся под вниманием информационно-аналитических и рейтинговых агентств.

Представляется целесообразным создание единой информационной платформы для Республики Татарстан с брендом «Наследие Татарстана». На этой платформе будут размещены различные тематические рубрики, касающиеся культурного наследия, социальных вопросов, демографии, экономики и политической сферы. Также здесь будет собрана информация об информационно-разъяснительных, научно-просветительских и других PR-акциях. Это поможет потенциальным потребителям получать информацию о ситуации в регионе и его дальнейших перспективах, делая цифровые запросы в едином окне. Отличительная особенность предлагаемой информационной платформы заключается в том, что она представляется не только как информационный источник для заинтересованных групп (инвесторов, населения, государства,

предпринимателей и т.п.), но и позволяет осуществлять многосторонние коллаборации между ними.



Рисунок 3.3.1 – Уровни и структуры взаимодействия Комитета по репутационной экономической политике Республики Татарстан

Примечание – Составлено автором.

Участниками платформы могут быть не только органы государственной власти, рейтинговые и информационно-аналитические агентства, но и

промышленные предприятия, организации сферы услуг, институты развития, общественные организации, желающие быть представленными в определенном тематическом рубрикаторе по продвижению муниципальных и локальных брендов. Примечательно, что участники платформы могут выступать и как потребители территории, переходя из одной категории в другую или совмещая их. Например, инвесторы (инвестиционные агентства) формируют цифровой запрос по возможности размещения инвестиций и, выбрав объект инвестирования в Республике Татарстан посредством информационной платформы, становятся потребителями территории. В то же время они, реализовав проект, оставляют о нем обратную связь и размещают на портале информацию о других интересных для них проектах по инвестированию, выступая как участник платформы. Рейтинговые агентства также могут использовать информацию с единой платформы для составления локальных и муниципальных рейтингов. Граждане республики, других регионов и стран могут использовать ресурсы платформы как источник для поиска информации по тематическим рубрикам (например, туризм, спорт и т.п.), выступая как потребители территории. Кроме того, рейтинговые агентства могут привлекать граждан, использующих ресурсы платформы, для проведения маркетингового анализа узнаваемости бренда Республики Татарстан, составления карт восприятия и позиционирования региона с размещением агрегированных данных и отчетов на данной платформе и в других информационных источниках (рисунок 3.3.2).

Активное вовлечение граждан в государственно-частное партнерство способствует созданию целостной системы взаимодействия между представителями бизнеса, науки, культуры, спорта и образования, что ускоряет реализацию стратегии по укреплению социально-экономического состояния Республики Татарстан. Эта система будет поддерживаться государством и направлена на достижение общих целей и интересов, способствуя взаимному развитию и укреплению репутации Республики Татарстан на всех уровнях управления социально-экономической системой.



Рисунок 3.3.2 – Единая информационная платформа Республики Татарстан в развитии экономической репутации

Примечание – Составлено автором.

При реализации стратегии развития репутации Республики Татарстан принципиально важным видится выстраивание институциональной матрицы, обеспечение взаимодействия институтов по данному вопросу. В этой связи институциональное обеспечение репутации экономики выступает, с одной стороны, как основа для развития репутации экономики региона, поскольку от того, насколько эффективна институциональная структура, зависит привлечение инвестиций, бизнеса, человеческого капитала в регион. С другой стороны, развитие новых производств, совершенствование человеческого капитала и дифференциация экономики региона играют важную роль в трансформации и развитии институциональной структуры.

Таким образом, объединим в виде схемы характеристики, институты и инструменты реализации стратегии развития экономической репутации Республики Татарстан (рисунок 3.3.3).

Полагаем, что предложенный инструментарий и стратегические инициативы в сфере экономической репутации региона позволят повысить имидж Республики Татарстан и могут быть использованы в развитии репутации территории на региональном, федеральном и международном уровнях. Развитие экономической репутации региона требует комплексного подхода. Это включает в себя использование как традиционных особенностей и инфраструктуры региона, так и инновационных методов управления. Одним из ключевых моментов является создание специальной структуры управления, такой как Комитет по репутационной политике, который будет способствовать коллаборации государства, регионов, бизнеса, общественных организаций и граждан через единую информационную платформу.



Рисунок 3.3.3 – Обеспечение и инструменты стратегии развития экономической репутации Республики Татарстан

Примечание – Составлено автором.

Думается, что специфика (региональный компонент) предлагаемых рекомендаций по формированию и развитию репутации региона как фактора его устойчивого экономического развития заключается в следующем:

- возможность использования зонирования и кластеров для управления факторами устойчивого экономического развития и репутацией региона – экономические зоны (Камская, Альметьевская, Казанская); кластеры (нефтегазохимический, энергетический, машиностроительный, агропромышленный, инфраструктурный, сфера услуг), для которых исходя из разработанной сбалансированной системы показателей возможно устанавливать приоритеты и определять ключевые факторы достижения устойчивого развития территории, что в совокупности позволит повысить устойчивость региональной экономической системы;

- разработка и применение стратегии «умной» специализации и «умной» экономики с целью достижения экономического развития и роста исходя из региональных территориальных особенностей;

- возможность применения форм республиканского наблюдения для формирования аналитической базы показателей репутации региона – № 1-ДС (квартальная) «Сведения о добавленной стоимости предприятия»; № 1-инвест-рег (квартальная) «Сведения об инвестициях из-за рубежа»; «Изучение мнения населения о коррупции в Республике Татарстан»; «Исследование общей удовлетворенности граждан качеством государственных и муниципальных услуг в Республике Татарстан»; «Неформальная занятость в Республике Татарстан» и др.;

- создание регионального органа управления по развитию репутации региона – Комитета РТ по репутационной политике, деятельность которого координируется на единой цифровой платформе и основана на выстраивании коллабораций государства, регионов, бизнеса, общественных организаций и граждан, что позволит повысить прозрачность, гибкость и оперативность управленческих решений по вопросам регионального экономического развития.

Сформулированный комплекс управленческих решений направлен на повышение валового регионального продукта, прирост которого предлагается рассматривать в качестве экономического эффекта от укрепления репутации региона. Полагаем, что предложенные положения позволят реализовать оптимистичный сценарий развития мезосистемы и к 2030 г. достичь ВРП на душу населения на уровне 2568 тыс. руб. (согласно прогностической модели – модели активизации ключевых факторов репутации региона, отраженной в разд. 3.1 настоящего исследования).

Таким образом, по результатам исследования, представленным в третьей главе диссертации, можно сделать следующие выводы:

1. Предложена методология сбалансированной системы показателей применительно к факторам устойчивого экономического развития региона, которая позволяет выстроить иерархическую цепочку формирования экономической репутации Республики Татарстан по 4 проекциям: обучение и развитие, процессы, клиенты и маркетинг, финансы, которая подчиняется главной стратегической цели регионального экономического развития. Использование данной сбалансированной системы показателей представляет собой инструментарий, повышающий эффективность и адресность управления региональной экономической системой в целом.

2. Реализована контекстная диаграмма и проведена декомпозиция процесса оценки экономической репутации региона в нотации IDEF₀, что позволило сформировать комплекс инструментального обеспечения для оценки и развития экономической репутации. Эффект от реализации представленного подхода заключается не только в совершенствовании системы мониторинга регионального развития – аккумуляции данных о различных аспектах развития регионов и их интеллектуальная обработка способны оптимизировать реализацию Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, приоритизировать направления повышения конкурентоспособности мезоэкономических систем.

3. Разработана факторная и регрессионная модель развития экономики региона, отражающая влияние ряда показателей на формирование положительной репутации Республики Татарстан: производительность труда, объем инвестиций в основной капитал, туристический поток, доля трудоустроенных выпускников. Прогностическая модель показала, что управление данными факторами репутации региона позволит достичь роста ВРП на душу населения с 1943 тыс. руб. в 2024 г. до 2446 тыс. руб. к 2030 г. по базовому сценарию; с 1846 до 2323 тыс. руб. – по пессимистичному сценарию и с 2040 до 3568 тыс. руб. – по оптимистичному сценарию.

4. В Министерстве экономики Республики Татарстан планируется создание Комитета по репутационной экономической политике, который будет заниматься реализацией репутационной политики региона совместно с другими ведомствами. Этот Комитет также будет отвечать за разработку и контроль стратегии развития репутации региона, следить за продвижением бренда Татарстана на различных уровнях и разрабатывать основные направления для улучшения экономической репутации. Кроме того, в Комитете будут обсуждаться предложения по улучшению репутации региона, которые будут включены в стратегию развития репутации.

5. Предложена модель единой информационной платформы Республики Татарстан, в которой предусмотрены различные коллаборации между государством, регионами, бизнесом, общественными организациями и гражданами. Она направлена на повышение прозрачности, гибкости и оперативности принятия управленческих решений в области регионального экономического развития.

Научные результаты исследования, представленные в третьей главе диссертации, отражены в работах: [128; 131; 132; 135].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соответствии с поставленной целью и задачами исследования были получены следующие выводы.

Устойчивое экономическое развитие региона – это многогранный процесс, приводящий к повышению уровня благосостояния населения региона посредством сбалансированного совершенствования экономической, социальной и экологической подсистем. В целом устойчивое развитие региона демонстрирует его жизнеспособность, определяет способность сохранять и приумножать параметры уровня жизни и развития производства, противостоять внешним негативным воздействиям. На устойчивое экономическое развитие региона влияет множество факторов: природно-климатические, социальные, институциональные, организационно-управленческие, информационные и др.

В диссертационном исследовании представлено одно из новых направлений изучения факторов устойчивого экономического развития региона – репутация региона, ее влияние на достижение устойчивого экономического развития территории. Данный вопрос пока мало изучен в научной среде. Отмечено, что на репутацию региона, в свою очередь, оказывает влияние совокупность факторов. В исследовании эти факторы подробно рассмотрены и систематизированы. Представлены модели, методы и алгоритмы оценки репутации региона. В результате проведенного анализа и моделирования выявлена взаимосвязь между основными макроэкономическими показателями развития регионов и уровнем репутации, что может быть использовано как инструмент для повышения их конкурентоспособности.

Репутация региона рассматривается как устойчивый нематериальный актив, фактор достижения устойчивого развития экономики региона, характеризующийся самовозрастающей стоимостью и имеющий большую ценность по сравнению с материальными активами в современных

экономических реалиях, связанных с развитием цифровой и поведенческой экономики. На основе обобщения и конкретизации научных концепций дано уточненное определение новому научному направлению в экономической науке – репутационной экономике. Это междисциплинарная наука, изучающая репутацию субъектов экономической деятельности на макро-, мезо- и микроуровнях экономических систем, а также на уровнях отдельных индивидов и институтов, которая выступает как способ повышения (в случае положительной репутации) либо уменьшения (в случае отрицательной репутации) социально-экономической эффективности деятельности.

Отмечено также, что репутационная экономика – это часть современной национальной экономики, имеющая полиструктурный характер и позволяющая благодаря связыванию цифровых технологий и узнаваемости увеличить доверие между экономическими агентами и улучшить эффективность их взаимодействия.

Предложено использовать следующую цепочку взаимосвязи и взаимодействия категорий «региональный имидж», «репутация региона», «инвестиционный капитал», «маркетинг территории»: региональный имидж является более субъективной категорией и представляет собой образ, которому должен соответствовать регион с различных позиций (экономической, технологической, социальной, демографической и т.п.), а репутация региона тяготеет к объективным характеристикам региона и отражает уже сформированное к нему отношение со стороны определенных групп. При этом формировать и развивать положительную репутацию региона возможно посредством использования маркетинга территорий и инвестиционного капитала.

Под экономической репутацией региона предложено понимать нематериальный актив, который характеризует оценку функционирования региональной системы с позиции ее экономических характеристик, сформированных совокупностью факторов (интеллектуальных, институциональных, финансовых и т.п.), отражающих вклад в достижение генеральной стратегической цели развития региона.

Впервые представлено логическое обоснование трансформации репутационного потенциала в репутационный капитал экономических систем под влиянием элементов, внутренних и внешних контуров репутационной экономики, позволяющее выявить взаимосвязь между основными макроэкономическими показателями развития регионов и уровнем их репутации, что может быть использовано как инструмент для повышения конкурентоспособности территорий.

Репутационный капитал – это дополнительный экономический эффект, который может получить субъект за счет новых экономических отношений, возникающих при увеличении его узнаваемости и уровня доверия к нему посредством цифровой среды. Если под репутационным потенциалом региона предложено понимать потенциальную возможность по использованию репутации для развития и повышения устойчивости экономических систем, то под репутационным капиталом – нематериальный актив региональной экономической системы, который используется как конкурентное преимущество посредством информационных потоков, генерируемых для других участников социально-экономических отношений (органов власти, предприятий и организаций различных секторов экономики, потребителей и др.). Трансформация репутационного потенциала в репутационный капитал осуществляется посредством управления репутацией (внутренний контур управления) и формирования соответствующей институциональной структуры (внешний контур управления). Использование механизмов и методов управления, а также соответствующей институциональной среды (институты власти, предпринимательства, финансовые институты, институт государственно-частного партнерства, социальные институты и т.п.), определяющей «правила игры», делает возможной реализацию репутационного потенциала в виде репутационного капитала, который обеспечивает повышение конкурентоспособности и рост эффективности систем различного уровня управления. Используя нормы, правила и модели поведения, как формальные, так и неформальные, которые сформированы в рамках институциональной среды и

того или иного института, становится возможным их применение для реализации репутационного потенциала с последующей его трансформацией в капитал, отражающий эффект от его реализации в виде роста конкурентоспособности.

Предложена емкая многофакторная структура измерения экономической репутации региона, сформированная по результатам критического анализа существующих подходов, отличающаяся учетом обширного перечня факторов, детерминирующих уровень репутации региона, что позволяет повысить объективность оценки репутации, а включение элемента взвешивания факторов дает возможность учесть различие вклада (значимости) факторов в формирование интегрального показателя.

Помимо этого в диссертации предложен алгоритм идентификации типа региона по уровню экономической репутации, в основе которого лежит региональная специфика формирования репутации, которая отражается на синтетическом показателе, что делает возможным введение рейтинговой оценки регионов по институциональному признаку, качеству товаров и услуг на рынке, развитию персонала и др. Инструментом формирования новых рейтингов может служить цифровая платформа. Отличие представленного автором алгоритма от существующих разработок состоит в обширном охвате факторов репутации и возможности их рейтинговой оценки, учете уровня развития различных подсистем региональной системы, идентификации типа региона путем численной оценки синтетического показателя.

В рамках диссертационного исследования предложен совмещенный корреляционно-ранговый метод оценки экономических индикаторов экономической репутации на региональном уровне управления экономическими системами, позволяющих идентифицировать положение регионов Российской Федерации по уровню развития экономической репутации. Использование данного метода дает возможность совершенствовать инструментарий и проводить оценку развития структурных составляющих экономической репутации по сферам региональных экономических систем.

В разрезе региональных экономических систем на основе корреляционного анализа выявлена статистически значимая взаимосвязь по таким показателям экономической репутации, как инвестиции в основной капитал на душу населения и ВРП на душу населения, доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП и уровень инновационной активности, доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП и доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, для которых была характерна прямая связь.

Предложены методические решения по развитию экономической репутации региона для достижения его устойчивого экономического развития, основанные на комплексном видении данного процесса, которые исключают его фрагментарность, ориентированы на системный режим реализации, характеризуются набором элементов методического каркаса (цели, принципы, субъекты, объекты, этапы, подходы, методы, инструменты и индикаторы развития репутации региона). Их использование позволит сбалансировать развитие различных сфер жизни общества региона, деловой среды, повысить конкурентоспособность и устойчивость территориального развития.

В работе представлен индикативный профиль экономической репутации региона, включающий две группы интегральных факторов в виде цепочек взаимосвязи: человеческий капитал – туризм – реальный капитал – рынки – инновации – природные ресурсы – финансовый капитал; человеческий капитал – институты. Это позволило установить, что развитие экономической репутации должно быть основано на иерархической цепочке взаимосвязи ее индикаторов: обучение, развитие, кадры через развитие человеческого капитала, туризма, пространства и реального капитала, институциональной структуры; далее в процессах посредством формирования рынков, инноваций, финансовой системы, эффективного использования природных ресурсов, формируя круг потребителей с развитием маркетинговых каналов – экономические зоны, кластеры, полюса роста, представители бизнес-сообщества, инвесторы, общество, обеспечивая реализацию генеральной стратегической цели – достижение устойчивого роста

ВРП на душу населения и превращение региональных экономических систем в драйвер роста национальной и мировой экономики.

Предложена факторная и регрессионная модель развития экономики региона, которая показала, что на формирование положительной репутации Республики Татарстан в большей степени влияют производительность труда, объем инвестиций в основной капитал, туристический поток, доля трудоустроенных выпускников. Прогностическая модель продемонстрировала, что управление данными факторами репутации региона позволит достичь роста ВРП на душу населения с 1943 тыс. руб. в 2024 г. до 2446 тыс. руб. к 2030 г. по базовому сценарию; с 1846 до 2323 тыс. руб. – по пессимистичному сценарию и с 2040 до 3568 тыс. руб. – по оптимистичному сценарию.

Авторские разработки заключаются в систематизации и наглядной демонстрации применения инструментов, используемых для оценки и развития экономической репутации региона (концептуальный, методический аспекты, моделирование и автоматизация процедур), с учетом нормативно-правовых актов, регламентирующих мониторинг регионального развития на федеральном уровне. Предлагаемый комплекс решений носит полиинструментальный характер, отвечающий современным трендам развития экономических систем разного уровня. Отличие авторских решений заключается в следующем:

- представление процесса развития экономической репутации региона как результата применения комплекса разнородных инструментов;
- соблюдение целостности перечисленных средств оценки и моделирования;
- разовая необходимость привлечения экспертов (с минимальным вкладом времени и ресурсов путем цифровизации процесса оценки);
- возможность выявления остро необходимых преобразований и бесперебойного и качественного развития мезосистем в пролонгированной перспективе.

Предложенный инструментарий и стратегические инициативы в сфере экономической репутации региона позволят повысить имидж Республики Татарстан и могут быть использованы в развитии репутации территории на

региональном, федеральном и международном уровнях. С целью повышения уровня жизни населения и увеличения конкурентоспособности региона необходимо активно развивать положительную репутацию республики. Для этого стратегия развития репутации региона включает в себя использование как существующих характеристик региона и его инфраструктуры, так и инновационных подходов к управлению. Благоприятная экономическая, социальная ситуация, культурные традиции и природно-климатические условия также будут играть важную роль в дальнейшем развитии репутации региона.

Рекомендуется применение предложенного аналитического инструментария на региональном уровне в деятельности профильных министерств и в процессе регионального управления при выявлении проблем экономического развития и их устранении.

Перспективы дальнейшего развития темы заключаются в детализации экономического эффекта от укрепления репутации, апробации авторской методики для оценки экономической репутации региона на примере Республики Татарстан с последующей трансляцией полученного опыта и результатов исследования в другие регионы Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные правовые акты

1. О долгосрочной государственной экономической политике : Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 596. – Текст : электронный // Гарант.ру : информационно-правовой портал. – URL: <https://base.garant.ru/70170954/> (дата обращения: 05.04.2024).

2. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» : Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 316. – Текст : электронный // Гарант.ру : информационно-правовой портал. – URL: <https://base.garant.ru/70644224/> (дата обращения: 12.03.2024).

3. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года : Закон Республики Татарстан от 17.06.2015 № 40-ЗРТ. – Текст : электронный // Министерство экономики Республики Татарстан : официальный сайт. – URL: <https://mert.tatarstan.ru/strategiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya.htm> (дата обращения: 05.04.2024).

Научная, учебная и информационно-справочная литература

4. Абдрахманова, Д.Р. Качество менеджмента как инструмент обеспечения репутации и инвестиционной привлекательности организации : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Абдрахманова Диляра Расимовна ; Казанский (Приволжский) федеральный университет. – Казань, 2019. – 160 с. – Текст : непосредственный.

5. Абрамова, М.И. Анализ действующих инновационных стратегий в регионах России / М.И. Абрамова, С.В. Манахов, А.И. Гретченко. – Текст : непосредственный // Вестник алтайской науки. – 2015. – № 3-4 (25-26). – С. 79–88.

6. Алексеева, Е.П. Управление процессом формирования репутационного капитала в современных российских компаниях / Е.П. Алексеева. – Текст : непосредственный // Российское предпринимательство. – 2012. – № 1. – С. 110–113.

7. Алексеева, Е.П. Формирование основных характеристик репутационного капитала современной российской компании / Е.П. Алексеева. – Текст : непосредственный // Психология, социология и педагогика. – 2012. – № 5.

8. Алимуратов, М.К. Региональные стратегии как фактор снижения неопределенности при принятии промышленными предприятиями инвестиционных решений / М.К. Алимуратов. – Текст : непосредственный // Экономика в промышленности. – 2020. – Т. 13, № 1. – С. 4–17.

9. Антонов, В.Н. Методика оценки социально-экономической репутации территории / В.Н. Антонов, Е.А. Солодкий. – Текст : непосредственный // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 5–1. – С. 409–421.

10. Бабкин, А.В. Модель национальной инновационной системы на основе экономики знаний / А.В. Бабкин, Т.Ю. Хватова. – Текст : непосредственный // Экономика и управление. – 2010. – № 12 (62). – С. 170–176.

11. Банкротства в России: итоги 2021 года. Статистический релиз Федерального ресурса. – URL: <https://download.fedresurs.ru/news/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B7%202021.pdf> (дата обращения: 12.03.2024).

12. Белолипецкая, В.В. Маркетинговый подход к формированию инновационной политики региона / В.В. Белолипецкая. – Текст : непосредственный // Экономика, социология и право. – 2015. – № 1. – С. 35–36.

13. Бондаренко, В.А. Маркетинговые аспекты реализации социально-экономической политики в устойчивом развитии регионов России / В.А. Бондаренко, А.А. Воронов, Н.В. Полуянова. – Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. – 2022. – № 1. – С. 12–18.

14. Борисюк, Н.К. Направления устойчивого развития экономики региона в условиях санкционного воздействия / Н.К. Борисюк, Л.В. Кирхмеер. – Текст : непосредственный // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2023. – № 3. – С. 52–60.

15. Бояркина, Л.А. Цифровой след и цифровая тень как производные персональных данных / Л.А. Бояркина, В.В. Бояркин. – Текст : непосредственный // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2016. – № 62. – С. 78–81.

16. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; перевод с английского под редакцией Л.Н. Ковачина. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 348 с. – Текст : непосредственный.

17. Булавский, П.Е. Моделирование процессов электронного документооборота технической документации с помощью сетей Петри / П.Е. Булавский, О.К. Ваисов. – Текст : непосредственный // Автоматика на транспорте. – 2019. – Вып. 5, № 3. – С. 375–390.

18. Важенина, И.С. Концептуальные основы формирования и совершенствования репутации региона / И.С. Важенина. – Текст : непосредственный // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 8 (47). – С. 91–102.

19. Важенина, И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Важенина Ирина Святославовна. – Екатеринбург, 2008. – 41с. – Текст : непосредственный.

20. Важенина, И.С. Репутация территории: теория, методология, практика / И.С. Важенина ; РАН, УрО, Институт экономики. – Москва : Экономика, 2007. – 207с. – Текст : непосредственный.

21. Важенина, И.С. Теоретико-методическое обеспечение и алгоритм работы с репутационными рисками организации / И.С. Важенина, С.Г. Важенин,

В.Е. Ющук. – Текст : непосредственный // Проблемы теории и практики управления. – 2019. – № 8. – С. 6–19.

22. Важенина, И.С. Формирование имиджа и репутации территории: основные технологии и инструменты / И.С. Важенина. – Текст : непосредственный // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – Т. 7, № 20 (113). – С. 6–14.

23. Власова, Н.Ю. Маркетинг территории в условиях становления цифровой экономики / Н. Ю. Власова, Е. С. Куликова. – Текст : непосредственный // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2018. – Т. 19, № 3. – С. 69–81.

24. Всемирный банк : [официальный сайт]. URL: <http://data.worldbank.org/indicator> (дата обращения: 20.03.2024).

25. Воронова, Т.А. Технологические инновации как фактор устойчивого экономического развития региона / Т.А. Воронова. – Текст: непосредственный // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 5. – С.182–191.

26. Выгодчикова, И.Ю. Процедура вычисления интегрального рейтинга регионов по финансовому состоянию инновационных предприятий / И.Ю. Выгодчикова. – Текст: непосредственный // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2020. – № 3 (35). – С. 21–31.

27. Герасимов, Б.Н. Методология управления: онтология, структура, содержание / Б.Н. Герасимов, К.Б. Герасимов. – Текст : непосредственный // Управление. – 2020. – Т. 8, № 3 (37). – С. 5–15.

28. Герасимов, Б.Н. Технология управления: онтология, структура, содержание / Б.Н. Герасимов, К.Б. Герасимов. – Текст: непосредственный // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2020. – № 3. – С. 23–33.

29. Гринчель, Б.М. Методы анализа и управления устойчивым развитием экономики регионов / Б.М. Гринчель, Е.А. Назарова. – Текст: непосредственный // Экономика и управление. – 2020. – Т. 26, № 1 (171). – С. 23–34.

30. Груничев, А.С. Репутационная экономика: новая парадигма исследования экономического роста / А.С. Груничев, Л.А. Ельшин. – Текст: непосредственный // Теоретическая и прикладная экономика. – 2019. – № 3. – С. 15–26.

31. Груничев, А.С. Репутационный капитал и его влияние на параметры социально-экономического развития регионов: методология исследования (на примере регионов Приволжского федерального округа) : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Груничев Александр Станиславович. – Казань, 2019. – 46 с. – Текст : непосредственный

32. Груничев, А.С. Формализованная оценка репутационного капитала региона: методические подходы и их апробация (на примере Республики Татарстан) / А.С. Груничев, Л.А. Ельшин. – Текст: непосредственный // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 9 (468) – С. 1709–1722.

33. Гурова, И.П. Конкурирующие экономические теории / И.П. Гурова. – Ульяновск : УлГУ, 1998. – Текст : непосредственный.

34. Даулинг, Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг. – Москва : ИНФРА-М, 2003. – 367 с. – Текст : непосредственный.

35. Деловая репутация бизнеса: стоимостная оценка и управление : монография / М.И. Кузьмина, Г.С. Мерзликина, О.А. Минаева [и др.] ; под научной редакцией Г.С. Мерзликиной ; ВолгГТУ. – Волгоград, 2015. – 128 с. – Текст : непосредственный.

36. Довбенко, М.В. Современные экономические теории в трудах нобелиантов / М.В. Довбенко, Ю.А. Осик. – Москва : Академия естествознания, 2011. – Текст : непосредственный.

37. Дополнительное профессиональное образование. – Текст : электронный // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации :

официальный сайт. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/added/> (дата обращения: 03.04.2024).

38. Дроздова, Ю.А. Имидж региона: коммуникативные аспекты определения, структурирования и продвижения / Ю.А. Дроздова. – Текст : непосредственный // Бизнес. Образование. Право. – 2014. – № 4 (29). – С. 165–171.

39. Ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России : аналитический отчет / Национальное рейтинговое агентство. – URL: https://www.ra-national.ru/sites/default/files/analitic_article/NRA_IPR_2020_fin.pdf (дата обращения: 03.04.2024). – Текст : электронный.

40. Ендовицкий, Д.А. Анализ дуализма экономических интересов в контексте проблемы обеспечения сбалансированного развития региона / Д.А. Ендовицкий, Н.В. Сироткина, А.Ю. Гончаров. – Текст : непосредственный // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 3 (26). – С. 19–26.

41. Жиленко, В.Ю. Особенности формирования имиджа туристской территории на примере Белгородской области / В.Ю. Жиленко. – Текст : непосредственный // Научный результат. Серия: Технология бизнеса и сервиса. – 2015. – Т. 1, № 1 (3). – С. 4–12.

42. Жихаревич, Б.С. Стратегическое планирование на уровне поселений: факты и мнения / Б.С. Жихаревич, Т.К. Прибышин. – Текст : непосредственный // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 1. – С. 47–67.

43. Жукова, А.А. Иностранные инвестиции как фактор развития региональной экономики / А.А. Жукова, О.А. Гайтерова. – Текст : непосредственный // Российские регионы в фокусе перемен : сборник докладов XI Международной конференции. – Т. 2. – Екатеринбург : Изд-во УМЦ УПИ, 2016. – С. 263–271.

44. Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям и процентам в бюджетную систему Российской Федерации. – Текст : электронный // ЕМИСС : государственная статистика : официальный сайт. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/42549> (дата обращения: 25.03.2024).

45. Здравоохранение в России / Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13218> (дата обращения: 25.03.2024). – Текст : электронный.

46. Зинчук, Г.М. Структурные изменения экономики регионов Приволжского федерального округа как фактор устойчивого развития / Г.М. Зинчук, М.В. Ефимова. – Текст : непосредственный // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 11. – С. 186–190.

47. Ибраева, О.В. Управление эффективностью регионального социально-экономического развития : специальность 08.00.05: «Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ибраева Ольга Владимировна. – Москва, 2013. – 152 с. – Текст : непосредственный.

48. Иваненко, Л.В. Применение метода управления проектами как инновация в государственном и муниципальном секторе / Л.В. Иваненко, О.Н. Киселева. – Текст : непосредственный // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 75-83.

49. Инвестиционный портал Республики Татарстан : официальный сайт. – URL: <https://invest.tatarstan.ru/ru/advantages/strategy-2030/> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

50. Индекс качества городской среды в разрезе городов и субъектов Российской Федерации за 2021 год / Минстрой России. – URL: <https://minstroyrf.gov.ru/docs/143451/> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

51. Индекс конкурентоспособности регионов России 2021 AV RCI-2021 alfa / Ресурсный центр по стратегическому планированию. – URL: https://stratplan.ru/UserFiles/Files/AV%20RCI%202021a_210524.pdf (дата обращения: 12.04.2024). – Текст : электронный.

52. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / перевод с английского А.Н. Нестеренко ; предисловие и научная

редакция Б.З. Мильнера. – Москва : Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с. – Текст : непосредственный.

53. Институциональные преобразования в экономике / Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/instituteconomics> (дата обращения: 25.03.2024). – Текст : электронный.

54. Калинин, О.И. Комплексное управление репутацией предприятий черной металлургии на основе методов количественной и качественной оценки: монография / О.И. Калинин, С.В. Марков, О.Ю. Михайлова. – Москва : Изд. дом НИТУ «МИСиС», 2018. – 492 с. – Текст : непосредственный.

55. Каплан, Р.С. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон. – Москва : Олимп-бизнес, 2003. – 210 с. – Текст : непосредственный.

56. Капустина, Л.М. Инструменты продвижения бренда в интернете: алгоритм выбора / Л.М. Капустина, И.Д. Мосунов, Т.Л. Сысоева. – Текст : непосредственный // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – № 2. – С. 104–112.

57. Карпова, К.В. Репутационный капитал как основа конкурентных преимуществ / К.В. Карпова. – Текст : непосредственный // Молодежь и наука : сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Красноярск, 2014. – С. 131–135.

58. Карта кластеров России / Российская кластерная обсерватория НИУ ВШЭ. – URL: <https://map.cluster.hse.ru/> (дата обращения: 12.04.2024). – Текст : электронный.

59. Карташева, М.А. Экономическое значение «полосов роста» и их расположение на территории российской федерации / М.А. Карташева. – Текст : непосредственный // Социально-экономические явления и процессы. – 2018. – Т. 13, № 2. – С. 50–57.

60. Квинт, В.Л. Концепция стратегирования / В.Л. Квинт. – Т. 1. – Санкт-Петербург : СЗИУ РАНХиГС, 2019. – 132 с. – Текст : непосредственный.

61. Кисмерешкин, В. От брендинга к бренд-билдингу / В. Кисмерешкин, И. Рожков. – Москва : Галла-принт, 2004. – 276 с. – Текст : непосредственный.

62. Козлова, Н.П. Благотворительность и репутационный потенциал компании / Н.П. Козлова. – Текст : непосредственный // Управленческие науки. – 2013. – № 4. – С. 33–40.

63. Комарова, А.В. Репутационные активы международной компании как фактор повышения конкурентоспособности на российском рынке / А.В. Комарова, М.Г. Руденко. – Текст: непосредственный // Российский внешнеэкономический вестник. – 2017. – № 9. – С. 85–93.

64. Королева, Е.Н. Концептуальная модель формирования «умной специализации» региона / Е.Н. Королева, Г.А. Хмелева, Л. К. Агаева. – Текст: непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 11 (100). – С. 494–498.

65. Кудрявцева, Л.В. Проблемы и перспективы развития сотрудничества стран БРИКС / Л.В. Кудрявцева, П.Е. Попова. – Текст : непосредственный // Бюллетень науки и практики. – 2019. – Т. 5, № 1. – С. 327–331.

66. Куликова, Л.И. Анализ репутационных активов организации через рыночные показатели деловой активности организации / Л.И. Куликова, Р.Р. Нургатин. – Текст : непосредственный // Вестник экономики, права и социологии. – 2017. – № 4. – С. 63–67.

67. Лукьянов, В.И. Теоретические аспекты устойчивого экономического развития региона: монография / В.И. Лукьянов. – Текст : непосредственный // Ставрополь : АГРУС, 2013. – 115 с.

68. Макарова, Г.И. Образ Татарстана и стратегии его брендирования в представлениях и оценках населения региона / Г.И. Макарова. – Текст : непосредственный // Регионология. – 2018. – Т. 26, № 2. – С. 338–357.

69. Министерство экономики Республики Татарстан : официальный сайт. – URL: https://mert.tatarstan.ru/innovative_infrastructure_register.htm (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

70. Моженков В. 17 правил позитивного менеджмента по-русски / под редакцией Р. Болдиновой. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 256 с. – Текст : непосредственный.

71. Морозова, И.А. Исследование основных факторов устойчивости пространственного развития территорий с позиции системного подхода / И.А. Морозова, С.А. Шевченко, Е.В. Кузьмина. – Текст : непосредственный // Экономика устойчивого развития. – 2020. – № 3 (43). – С. 76–83.

72. Мышкина, П.А. Страны БРИКС на мировой арене: возрастающая экономическая значимость, особенности взаимодействия / П.А. Мышкина, С.В. Богатырева. – Текст : непосредственный // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 37. – С. 169–173.

73. Напалкова, И.Г. Имидж Республики Мордовия: образы, символы, стереотипы / И.Г. Напалкова, К.В. Курочкина. – Текст : непосредственный // Регионоведение. – 2020. – Т. 28, № 4 (113). – С. 866–887.

74. Национальный инвестиционный рейтинг / Агентство стратегических инициатив. – URL: https://asi.ru/government_officials/rating/ (дата обращения: 11.02.2024). – Текст : электронный.

75. Национальный рейтинг губернаторов (итоги 2021 года). – Текст : электронный // Национальный рейтинг : [сайт]. – URL: <https://russia-rating.ru/info/19996.html> (дата обращения: 20.03.2024).

76. Национальный туристический рейтинг, 2021. – Текст : электронный // Национальный рейтинг : [сайт]. – URL: <https://russia-rating.ru/info/20156.html> (дата обращения: 20.03.2024).

77. Новиков, А.М. Методология / А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – Москва : СИНТЕГ. – 668 с. – Текст : непосредственный.

78. Овчарова, Г.Б. Имидж как единица коммуникативного пространства / Г.Б. Овчарова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2013. – № 8. – С.17–21.

79. Овчинникова, О.П. Проблемы оценки социально-экономического развития муниципальных систем и результативности управленческих

воздействий / О.П. Овчинникова, О.А. Судорогин, В.В. Лукашев. – Текст : непосредственный // Финансы и кредит. – 2013. – № 43 (571). – С. 2–7.

80. Одинцов, М.М. Полюса роста регионального и национального производства как основа экономического развития / М.М. Одинцов, Т.М. Одинцова. – Текст : непосредственный // Бизнес информ. – 2017. – № 1 (468). – С. 94–101.

81. Павлова, Х.А. Концепция управления репутационным капиталом территории / Х.А. Павлова. – Текст : непосредственный // Инновационные научные исследования. – 2021. – № 6–1 (8). – С. 93–99.

82. Петрищев, В.П. Подходы к анализу схем территориального планирования на примере степных регионов европейской России / В.П. Петрищев, П.А. Косых. – Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Науки о Земле. – 2019. – Т. 19, № 3. – С. 149–155.

83. Петросянц, Д.В. Сравнительная квалиметрическая оценка инновационного развития стран постсоветского пространства / Д.В. Петросянц, В.В. Болдырева. – Текст : непосредственный // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2014. – № 8 (46). – С. 6–13.

84. Президент РТ о бренде «Наследие Татарстана»: «То, что мы сделали, – это на пользу всем». – Текст : электронный // Официальный Татарстан : единый портал органов государственной власти и местного самоуправления. – URL: <https://tatarstan.ru/index.htm/news/1376010.htm> (дата обращения: 12.04.2024).

85. Преступность в регионах. – Текст : электронный // Генеральная прокуратура Российской Федерации : портал правовой статистики. – URL: http://crimestat.ru/regions_chart_total (дата обращения: 20.03.2024).

86. Реанович, Е.А. Смысловые значение понятия «потенциал» / Е.А. Реанович. – Текст : непосредственный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. – № 7–2 (7). – С. 14–15.

87. Регионы России. Социально-экономические показатели / Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения: 05.04.2024). – Текст : электронный.

88. Рейтинг образовательного потенциала регионов в технической сфере. – Текст : электронный // Rating Rewiev : сайт рейтинговой группы РАЕХ. – URL: https://raex-rr.com/pro/regions/other_ratings/regions_by_education_potential_in_tech/2022/ (дата обращения: 20.03.2024).

89. Рейтинг регионов по уровню развития государственно-частного партнерства / Министерство экономического развития Российской Федерации. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d22/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo/rejting_regionov_po_urovnyu_razvitiya_gchp/ (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

90. Рейтинг регионов по уровню энергодостаточности / РИА Рейтинг. – URL: <https://riarating.ru/regions/20220315/630218945.html> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

91. Рейтинг российских регионов по качеству дорог / РИА Рейтинг. – URL: <https://riarating.ru/infografika/20220704/630225315.html> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

92. Рейтинг событийного потенциала регионов – 2021 / Фонд Росконгресс. – URL: <https://roscongress.org/materials/rejting-sobytiynogo-potentsiala-regionov-2021/?usclid=lspryh8bbim982820086> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

93. Рейтинг стран по уровню репутации. – Текст : электронный // NoNews : [сайт]. – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/reputation> (дата обращения: 20.03.2024).

94. Рейтинг эффективности управления в субъектах Российской Федерации в 2021 году / Агентство политических и экономических коммуникаций. – URL: http://www.apesom.ru/projects/item.php?SECTION_ID=91&ELEMENT_ID=7691 (дата обращения: 29.03.2024). – Текст : электронный.

95. Рейтинг: культурное пространство России. – Текст : электронный // Газета «Культура» : [сайт]. – URL: <https://portal-kultura.ru/articles/country/336503-rejting-kulturnoe-prostranstvo-rossii/> (дата обращения: 05.04.2024).

96. Республика Татарстан : краткий статистический сборник / Татарстанстат. – Казань, 2022. – 39 с.

97. Решетникова, И.И. Репутационный капитал как фактор обеспечения конкурентоспособности российского бизнеса: теория, методология исследования, проблемы формирования и управления в условиях глобализации рынков : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Решетникова Ирина Ильинична. – Волгоград, 2011. – 49 с. – Текст : непосредственный.

98. Рзун, И.Г. Формирование модели управления брендом региона / И.Г. Рзун, Н.О. Старкова. – Текст : непосредственный // Вестник НГИЭИ. – 2016. – № 9 (64). – С. 54–64.

99. РИА Новости: Рейтинг социально-экономического положения регионов. – URL: <https://ria.ru/20220516/ekonomika-1788413061.html> (дата обращения: 15.04.2024). – Текст : электронный.

100. РИА Рейтинг. – URL: <https://riarating.ru/infografika/20220620/630224442.html> (дата обращения: 15.04.2024). – Текст : электронный.

101. Рисин, С.И. Общее в структуре и содержании региональной промышленной политики / С.И. Рисин. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2010. – № 1. – С. 57–61.

102. Романишина, Т.С. Маркетинг территории в социально-инфраструктурном развитии регионов России в условиях цифровизации : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Романишина Татьяна Сергеевна. – Ростов-на-Дону, 2021. – 46 с. – Текст : непосредственный.

103. Романишина, Т.С. Маркетинг территории: сущностные характеристики и основные подходы / Т.С. Романишина, О.А. Митько. – Текст : непосредственный // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2020. – № 4 (72). – С. 155–164.

104. Садырtdинов, Р.Р. Уровень цифровизации регионов России / Р.Р. Садырtdинов. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2020. – № 10 (444). – С. 230–235.

105. Сальникова, Л.С. Репутационный менеджмент – важная часть управленческой стратегии успешной организации / Л.С. Сальникова. – Текст : непосредственный // Управленческие науки. – 2012. – №3. – С. 50–59.

106. Сафиуллин, М.Р. О методах измерения влияния репутации на социально-экономическое развитие территории / М.Р. Сафиуллин, Х.А. Павлова. – Текст : непосредственный // Казанский экономический вестник. – 2021. – № 5 (55). – С. 27–34.

107. Сафиуллин, М.Р. Теория репутационной экономики как новая парадигма исследования экономического потенциала региона / М.Р. Сафиуллин, А.С. Груничев, А.А. Абдукаева. – Текст : непосредственный // Вестник университета. – 2021. – № 6. – С. 52–60.

108. Селиванов, А.И. Теоретические основы ремонта и надежности сельскохозяйственной техники / А.И. Селиванов, Ю.Н. Артемьев. – Москва : Колос, 1978. – 248 с. – Текст : непосредственный.

109. Селиверстов, В.Е. Региональное стратегическое планирование: методология, практика, инструменты, институты : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Селиверстов Вячеслав Евгеньевич. – Москва, 2011. – 40 с. – Текст : непосредственный.

110. Сопин, В.С. Эволюционная теория в экономической науке: проблемы и перспективы / В. С. Сопин. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 3 (31).

111. Сорвина, Т.А. Применение базовой пространственной модели для создания региональных полюсов инновационного развития в Российской Федерации / Т.А. Сорвина. – Текст : непосредственный // Журнал правовых и экономических исследований. – 2019. – № 3. – С. 179–184.

112. Статистика для национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» / Федеральная налоговая служба. – URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics2.html?t=1700503380830> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

113. Статистическая налоговая отчетность / Федеральная налоговая служба. – URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

114. Стиглер, Д. Экономия на масштабах производства / Д. Стиглер. – The Economies of Scale, 1958. – Текст : непосредственный.

115. Татарстан представил свой бренд. – Текст : электронный // Advertology : [сайт]. – URL: <http://www.advertology.ru/article127668.htm> (дата обращения: 12.04.2024).

116. Тесакова, Н. Миссия и корпоративный кодекс / Н. Тесакова. – Москва : РИП-холдинг, 2003. – 158 с. – Текст : непосредственный.

117. Толковый словарь русского языка: около 30 000 слов / под редакцией Д.Н. Ушакова. – Москва : АСТ, 2008. – 1054 с. – Текст : непосредственный.

118. Труд и занятость в России / Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13210> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

119. Турыгин, О.М. Рост инвестиций в основной капитал экономики региона за счет увеличения заемного финансирования / О.М. Турыгин. – Текст : непосредственный // Экономика региона. – 2020. – Т. 16, вып. 4. – С. 1348–1361.

120. Усанькова, Е.А. Подходы к оценке эффективности стратегий устойчивого развития и управления проектами в экономике регионов / Е.А. Усанькова, Ю.Ю. Соловьева, С.А. Вдовин. – Текст : непосредственный // Финансовый бизнес. – 2022. – № 11 (233). – С. 87–89.

121. Условия труда / Федеральная служба государственной статистики. – URL: https://rosstat.gov.ru/working_conditions (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

122. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

123. Филобокова, Л.Ю. Региональная промышленная политика и механизм ее управления / Л.Ю. Филобокова, М.М. Вдовченко. – Текст : непосредственный // Экономика в промышленности. – 2017. – Т. 10, № 1. – С. 75–81.

124. Фридман, А.А. Лекции по курсу микроэкономики продвинутого уровня / А.А. Фридман. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – Текст : непосредственный.

125. Хайкин, М.М. Эволюция экономической теории как науки: вызовы времени / М.М. Хайкин. – Текст : непосредственный // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2013. – № 6–1(185). – С. 48–53.

126. Цыбатов, В.А. Методологические подходы к формированию цифрового каркаса стратегии регионального развития / В.А. Цыбатов. – Текст : непосредственный // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2020. – № 7 (189). – С. 25–39.

127. Черепанова, В.Н. Репутационный менеджмент: социально-экономический аспект / В.Н. Черепанова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 11–4. – С. 875–879.

128. Шаехов, М.Р. Важнейшие проблемы при проведении исследования репутаций территорий / М.Р. Шаехов. – Текст : электронный // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2019. – № 4. – С. 39–43. – URL: <https://cpei.ta-tarstan.ru/file/cpei/File/Электронный%20экономический%20вестник%204-2019.pdf> (дата обращения: 12.04.2024).

129. Шаехов, М.Р. Инструментальное обеспечение оценки репутации региона / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 4 (101). – С. 159–165.

130. Шаехов, М.Р. Машинное обучение в экономических исследованиях / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2020. – № 19. – С. 107–112.

131. Шаехов, М.Р. Метод типологизации регионов по уровню экономической репутации / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Управление устойчивым развитием. – 2024. – № 1 (50). – С. 22–28.

132. Шаехов, М.Р. Методы решения задачи оптимального формирования портфельных инвестиций / Л.Р. Пантелеева, М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Вестник ТИСБИ. – 2017. – № 2. – С. 152–158.

133. Шаехов, М.Р. Особенности методов измерения факторов развития региона / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия : сборник научных статей 6-й Всероссийской научно-практической конференции, 15 марта 2024 года / ответственный редактор А.А. Горохов. – Курск : Университетская книга, 2024. – С. 372–376.

134. Шаехов, М.Р. Подходы к моделям оценки репутации региона / М.Р. Шаехов, А.И. Шинкевич. – Текст : непосредственный // Молодежь и наука: шаг к успеху : сборник научных статей 7-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых, 21–22 марта 2024 года / ответственный редактор А.А. Горохов. – Т. 1. – Курск : Университетская книга, 2024. – С. 231–234.

135. Шаехов, М.Р. Развитие агломераций и общественная эффективность / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2021. – № 20. – С. 30–37.

136. Шаехов, М.Р. Развитие репутационной экономики в странах мира / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Управление устойчивым развитием. – 2022. – № 4 (41). – С. 23–28.

137. Шаехов, М.Р. Репутационная экономика региона: теоретические вопросы и оценка / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2022. – № 2. – С. 36–40.

138. Шаехов, М.Р. Репутационная экономика: методы оценки ее влияния на социально-экономические параметры региона на примере инвестиций /

М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2022. – № 23. – С. 32–42.

139. Шаехов, М.Р. Репутационная экономика: основные понятия и категории / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2022. – № 22. – С. 68–73.

140. Шаехов, М.Р. Совершенствование методического подхода к измерению репутационной экономики региона / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 4 (95). – С. 83–89.

141. Шаехов, М.Р. Современные методы прогнозирования макропоказателей / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2020. – № 18. – С. 17–22.

142. Шаехов, М.Р. Теоретическое обоснование эволюции понятия «репутационная экономика» / М.Р. Шаехов. – Текст : непосредственный // Управление устойчивым развитием. – 2023. – № 3 (46). – С. 5–9.

143. Шашкова, Н.В. Репутационный потенциал в контексте управления социальными системами / Н.В. Шашкова. – Текст : непосредственный // Труды НГТУ им. Р. Е. Алексеева. – 2017. – № 1 (116). – С. 41–46.

144. Шевченко, С.А. Управление устойчивым развитием экономики региона / С.А. Шевченко, И.А. Морозова, Е.В. Кузьмина, М.И. Кузьмина, О.А. Минаева. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 3 (116). – С. 300–304.

145. Шейман, С.В. Измерение деловой репутации крупнейших российских компаний и их первых лиц / С.В. Шейман. – Текст : непосредственный // Мониторинг общественного мнения. – 2007. – № 3 (83). – С. 126–136.

146. Шинкевич, А.И. Платформизация институциональных взаимодействий в условиях стимулирования инноваций в промышленности / А.И. Шинкевич, Ф.Ф. Галимулина // Вестник университета. – 2021. – № 8. – С. 58–64.

147. Щедровицкий, Г.П. Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология / Г.П. Щедровицкий. – Изд. 5-е. – Москва : Студия Артемия Лебедева. – 2018. – 644 с. – Текст : непосредственный.

148. Щербакова, Е.Г. Инструменты маркетинга, используемые для формирования деловой репутации института инновационного развития региона / Е.Г. Щербакова. – Текст : непосредственный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 9–1. – С. 131–137.

149. Эрроу, К.Д. Общественный выбор и индивидуальные предпочтения / К.Д. Эрроу. – Social Choice and Individual Values, 1951. – Текст : непосредственный.

150. Якимова, В.А. Формирование и оценка инвестиционно-репутационного капитала предприятия / В.А. Якимова. – Текст : непосредственный // Финансы: теория и практика. – 2021. – № 25 (4). – С. 64–81.

151. Якунина, Р.П. Оценка уровня и динамики человеческого капитала как экономического ресурса региона : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Якунина Регина Петровна ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Воронеж, 2022. – 24 с. – Текст : непосредственный.

Литература на иностранном языке

152. About the Axios Harris Poll 100. – URL: <https://theharrispoll.com/partners/media/axios-harrispoll-100/> (date of access: 20.03.2024). – Text : electronic.

153. Arslan, M.L. Web Based Reputation Index of Turkish Universities / M.L. Arslan, S.E. Seker. – Text : unmediated // International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning. – 2014. – Vol. 4, No. 3. – Pp. 197–203.

154. Bloom Consulting Country Brand Ranking. – URL: https://www.bloom-consulting.com/en/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf (date of access: 06.04.2024). – Text : electronic.
155. Boyd, B.K. Reconsidering the reputation – Performance relationship: A resource-based view / B.K. Boyd, D.D. Bergh, D.J. Ketchen. – Text : unmediated // *Journal of Management*. – 2010. – Vol. 36 (3). – Pp. 588–609.
156. Burrus, D. The Reputation Economy: Are You Ready? / D. Burrus. – URL: https://www.huffingtonpost.com/danielburrus/the-reputation-economy-ar_b_7071298.html (date of access: 12.04.2024). – Text : electronic.
157. Cravens, K. The Reputation Index: Measuring and Managing Corporate Reputation / K. Cravens, E.G. Oliver, S. Ramamoorti. – Text : unmediated // *European Management Journal*. – 2003. – Vol. 21 (2). – Pp. 201–212.
158. Doorley, J. Reputation management: The key to successful Public Relations and corporate communication / J. Doorley, H.F. Garcia. – Taylor&Drancis Group LLC, 2007. – 349 p. – Text : unmediated.
159. Dorčák, P. Multifactor analysis of online reputation of selected car brands. TRANSCOM 2017: International scientific conference on sustainable, modern and safe transport / P. Dorčák, P. Markovič, F. Pollákb. – Text : unmediated // *Procedia Engineering*. – 2017. – № 192. – Pp. 719–724.
160. Dowling, G. Creating Corporate Reputations / G. Dowling. – Oxford University Press, 2002. – 320 p. – Text : unmediated.
161. Fombrun C. What's in a name? Reputation building and corporate strategy / C. Fombrun, M. Shanley. – Text : unmediated // *Academy of Management Journal*. – 1990. – № 33 (2). – Pp. 233–258.
162. Fombrun, C.J. The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation / C.J. Fombrun, N.A. Gardberg, J.M. Sever. – Text : unmediated // *The Journal of Brand management*. – 2000. – Vol. 7 (4). – Pp. 241–255.
163. Global Innovation Index Database, WIPO, 2021. – URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/ (date of access: 12.04.2024). – Text : electronic.

164. Hall, R.A. framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage / R.A. Hall. – Text : unmediated // Strategic Management Journal. 1993. – № 14 (8). – Pp. 607–618.
165. Hanna, S.A. Rethinking Strategic Place Branding in the Digital Age / S.A. Hanna, J. Rowley. – Text : unmediated // Rethinking Place Branding. Springer International Switzerland, 2015. – Pp. 85–100.
166. Hicks, J.R. Mr. Keynes and the 'Classics': A Suggested Interpretation / J.R. Hicks. – Text : unmediated // Econometrica. – 1937. – № 5 (2).
167. International Development Association. – URL: <https://ida.worldbank.org/en/home> (date of access: 12.04.2024). – Text : electronic.
168. Kanto, D.S. The Reputation Quotient as a Corporate Reputation Measurement in the Malaysian Banking Industry: A Confirmatory Factor Analysis / D.S. Kanto, E.C. de Run, A.H. bin Md Isa. – Text : unmediated // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2016. – Vol. 219. – Pp. 409–415.
169. Li, C. Staking reputation on stakeholders: How does stakeholders' Facebook engagement help or ruin a company's reputation? / C. Li, M. Northc, J. Liu. – Text : unmediated // Public Relations Review. – 2017. – № 43. – Pp. 201–210.
170. Peteraf, M.A. The cornerstones of competitive advantage: A resource based view / M.A. Peteraf. – Text : unmediated // Strategic Management Journal. – 1993. – № 14 (3). – Pp. 179–191.
171. Raithel, S. The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value / S. Raithel, M. Schwaiger. – Text : unmediated // Strategic Management Journal. – 2014. – Vol. 36 (4). – Pp. 945–956.
172. Reputation Institute. – URL: <https://gtmarket.ru/organizations/reputation-institute> (date of access: 12.04.2024). – Text : electronic.
173. Rindova, V.P. Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation / V.P. Rindova, I.O. Williamson, A.P. Petkova, J.M. Sever. – Text : unmediated // Academy of Management Journal. – 2005. – Vol. 48 (6). – Pp. 1033–1049.

174. Roberts, P.W. The Value of a Firm's Corporate Reputation: I low Reputation Helps Attain and Sustain Superior Profitability / P.W. Roberts, G.R. Dowling. – Text : unmediated // Corporate Reputation Review. – 1997. – Pp. 72–76.

175. Safiullin, M.R. How does reputation economy engagement work to develop financial and economic activity? / M.R. Safiullin, L.A. Elshin, D.L. Kurbangalieva. – Text : unmediated // Opcion. – 2019. – Vol. 23, Is. 35. – Pp. 376–392.

176. Schawbel, D. The Reputation Economy is Coming-Are You Prepared? / D. Schawbel. – URL: <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/28/the-reputationeconomy/#26f1226e5ae5> (date of access: 20.03.2024). – Text : electronic.

177. Scott, D.W. On optimal and data-based histograms / D. W. Scott. – Text : unmediated // Biometrika. – 1979. – Vol. 66, No. 3. – Pp. 605–610.

178. Shad Manaman, H. Online reputation measurement of companies based on user-generated content in online social networks / H. Shad Manaman, S. Jamali, A. Aleahmad. – Text : unmediated // Computers in Human Behavior. – 2016. – Vol. 54. – Pp. 94–100.

179. Shamma, H.M. Toward a Comprehensive Understanding of Corporate Reputation: Concept, Measurement and Implications / H.M. Shamma. – Text : unmediated // International Journal of Business and Management. – 2012. – Vol. 7, No. 16. – Pp. 151–169.

180. Shinkevich, A.I. Innovative mesosystems algorithm for sustainable development priority areas identification in industry based on decision trees construction / A.I. Shinkevich, I.G. Ershova, F.F. Galimulina, A.A. Yarlychenko. – Text : unmediated // Mathematics. – 2021. – Vol. 9.

181. The 2022 Global RepTrak® 100. URL: <https://www.reprtrak.com/rankings/> (date of access: 20.03.2024). – Text : electronic.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

**Таблица А.1 – Стандартизированные значения показателей
экономической репутации по странам мира**

Государство	Время начала бизнеса	Индекс корпорат ивной ответстве нности	Индекс информаци онно-аналит. емкости	Индекс распределения ресурсов	Налоговая нагрузка	Индекс силы закона
1	2	3	4	5	6	7
Africa Eastern and Southern	3,216	1,586	4,039	1,090	3,756	1,513
Afghanistan	2,140	2,079	4,201	0,962	4,268	2,303
Africa Western and Central	2,423	1,836	3,993	1,180	4,005	1,769
Angola	3,584	1,386	3,748	0,000	3,894	0,000
Albania	1,504	2,197	4,582	0,000	3,562	2,079
Andorra	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Arab World	2,877	1,799	0,000	0,939	3,739	1,665
United Arab Emirates	1,335	2,303	0,000	0,000	2,766	1,792
Argentina	2,531	1,946	4,354	0,000	4,672	0,693
Armenia	1,386	1,946	4,560	0,000	3,518	1,792
American Samoa	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Antigua and Barbuda	2,651	1,386	3,722	0,000	3,771	1,609
Australia	0,247	2,079	0,000	0,000	3,859	2,398
Austria	3,045	1,609	0,000	0,000	3,936	1,386
Azerbaijan	1,253	2,303	4,425	0,000	3,682	3,296
Burundi	1,609	2,079	3,897	1,085	3,718	0,693
Belgium	1,820	2,079	0,000	0,000	3,933	2,079
Benin	2,140	1,946	4,029	1,304	3,890	1,792
Burkina Faso	2,565	1,946	4,302	1,279	3,721	1,792
Bangladesh	2,970	1,792	4,058	1,115	3,509	1,609
Bulgaria	3,135	2,303	4,424	0,000	3,386	2,079
Bahrain	2,116	2,079	0,000	0,000	2,625	3,296
Bahamas, The	1,191	1,099	0,000	0,000	3,661	1,792
Bosnia and Herzegovina	4,382	1,099	4,023	0,000	3,165	1,946
Belarus	2,026	1,792	4,384	0,000	3,976	1,099
Belize	3,871	1,099	4,003	0,000	3,437	1,386
Bermuda	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Bolivia	3,676	0,000	4,200	0,000	4,427	0,000
Brazil	2,427	1,609	4,356	0,000	4,176	0,693
Barbados	2,773	0,693	0,000	0,000	3,589	1,792

Продолжение таблицы А.1

1	2	3	4	5	6	7
Brunei Darussalam	1,705	1,386	0,000	0,000	2,079	2,485
Bhutan	2,485	1,386	4,040	1,355	3,564	1,386
Botswana	3,871	1,946	3,890	0,000	3,223	1,609
Central African Republic	3,091	1,946	3,633	0,936	4,295	1,792
Canada	0,405	2,079	0,000	0,000	3,555	2,197
Central Europe and the Baltics	2,520	1,745	0,000	0,000	3,502	1,946
Switzerland	2,303	0,000	0,000	0,000	3,360	1,792
Channel Islands	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Chile	0,575	2,079	4,424	0,000	3,526	1,386
China	2,140	2,303	4,382	0,000	3,925	1,099
Cote d'Ivoire	1,792	1,946	4,280	1,300	3,914	1,792
Cameroon	2,603	1,946	3,649	1,209	4,055	1,792
Congo, Dem. Rep.	1,946	1,946	3,661	1,096	3,778	1,792
Congo, Rep.	3,902	1,946	3,502	0,978	3,995	1,792
Colombia	2,112	2,197	4,423	0,000	4,246	2,398
Comoros	2,773	1,946	3,819	0,984	5,392	1,792
Cabo Verde	0,811	0,000	4,200	1,339	3,651	0,000
Costa Rica	3,135	1,609	4,512	0,000	4,066	2,303
Caribbean small states	2,857	1,264	3,871	1,281	3,613	1,669
Cuba	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Curacao	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Cayman Islands	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Cyprus	1,792	2,197	0,000	0,000	3,127	1,946
Czech Republic	3,199	0,693	0,000	0,000	3,831	1,946
Germany	2,079	1,609	0,000	0,000	3,880	1,792
Djibouti	2,639	2,079	4,038	1,184	3,635	3,019
Dominica	2,485	1,386	3,774	1,295	3,484	1,792
Denmark	1,253	1,946	0,000	0,000	3,170	2,079
Dominican Republic	2,803	1,609	4,311	0,000	3,888	0,000
Algeria	2,890	1,386	3,869	0,000	4,191	0,693
East Asia & Pacific (excluding high income)	3,344	1,740	4,304	1,127	3,523	1,924
Early-demographic dividend	3,342	1,654	4,140	1,183	3,665	1,855
East Asia & Pacific	3,085	1,826	0,000	1,127	3,549	1,980
Europe & Central Asia (excluding high income)	2,311	2,054	4,333	1,249	3,439	2,319
Europe & Central Asia	2,335	1,896	0,000	1,249	3,586	1,973
Ecuador	3,882	0,693	4,166	0,000	3,664	0,000
Egypt, Arab Rep.	2,692	2,079	4,370	0,000	3,684	1,609
Euro area	2,159	1,843	0,000	0,000	3,770	1,577

Продолжение таблицы А.1

1	2	3	4	5	6	7
St. Martin (French part)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Morocco	2,197	2,197	4,200	0,000	3,657	0,693
Monaco	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Moldova	1,386	1,946	4,512	0,000	3,575	2,079
Madagascar	2,079	1,946	3,977	1,179	3,645	0,693
Maldives	2,485	0,000	4,131	1,145	3,408	0,693
Middle East & North Africa	2,886	1,853	0,000	0,928	3,453	1,786
Mexico	2,128	2,079	4,228	0,000	3,987	2,303
Marshall Islands	2,833	0,693	3,670	0,956	4,194	2,303
Middle income	2,997	1,765	4,205	1,187	3,711	1,891
North Macedonia	2,708	2,303	4,150	0,000	2,565	2,197
Mali	2,398	1,946	3,972	1,157	4,240	1,792
Malta	3,516	1,099	0,000	0,000	3,784	0,693
Myanmar	0,560	1,386	4,310	1,093	3,440	0,693
Middle East & North Africa (excluding high income)	3,220	1,842	3,925	0,928	3,647	1,985
Montenegro	2,485	1,609	4,449	0,000	3,100	2,485
Mongolia	2,485	1,792	4,536	0,000	3,326	2,197
Northern Mariana Islands	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Mozambique	2,833	1,609	4,096	1,129	3,586	0,000
Mauritania	1,792	1,792	4,228	1,199	4,205	0,693
Mauritius	1,293	1,946	4,449	0,000	3,109	1,792
Malawi	3,611	1,386	4,202	1,161	3,541	2,398
Malaysia	3,381	2,303	4,311	0,000	3,630	1,946
North America	0,608	2,041	0,000	0,000	3,317	2,303
Namibia	3,989	1,609	3,956	0,000	3,030	1,609
New Caledonia	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Niger	2,303	1,946	4,249	1,236	3,854	1,792
Nigeria	1,145	1,946	3,916	1,176	3,550	2,197
Nicaragua	2,639	0,000	3,752	1,197	4,104	0,693
Netherlands	1,253	1,386	0,000	0,000	3,738	0,693
Norway	1,386	1,946	0,000	0,000	3,545	1,609
Nepal	3,505	1,792	4,249	1,224	3,977	2,303
Nauru	0,000	0,000	4,450	0,000	0,000	0,000
New Zealand	-0,693	2,303	0,000	0,000	3,544	2,485
OECD members	2,134	1,893	0,000	0,000	3,729	1,860
Oman	1,459	2,079	0,000	0,000	3,311	0,000
Other small states	2,442	1,594	4,072	1,141	3,670	1,622
Pakistan	2,803	1,792	4,295	1,196	3,512	0,693
Panama	1,792	1,386	3,930	0,000	3,616	2,079
Peru	3,258	2,197	4,382	0,000	3,605	1,946

Продолжение таблицы А.1

1	2	3	4	5	6	7
Philippines	3,437	2,197	4,423	0,000	3,773	0,000
Palau	3,332	0,000	3,890	0,000	4,360	2,303
Papua New Guinea	3,714	1,609	3,956	0,977	3,498	2,197
Poland	3,611	1,946	4,327	0,000	3,714	1,946
Pre-demographic dividend	2,972	1,731	3,981	1,106	3,967	1,636
Puerto Rico	1,705	1,946	0,000	0,000	4,165	2,485
Korea, Dem. People's Rep.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Portugal	1,872	1,792	0,000	0,000	3,684	0,693
Paraguay	3,555	1,792	4,183	0,000	3,555	0,000
West Bank and Gaza	3,773	1,792	4,368	0,000	2,728	2,079
Pacific island small states	3,018	1,061	0,000	1,152	3,680	2,172
Post-demographic dividend	2,340	1,852	0,000	0,000	3,661	1,787
French Polynesia	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Qatar	2,163	0,693	0,000	0,000	2,425	0,000
Romania	1,877	2,197	4,504	0,000	1,609	2,197
Russian Federation	2,313	1,792	4,409	0,000	3,829	2,197
Rwanda	1,386	2,079	4,407	1,409	3,503	2,398
South Asia	2,748	1,749	4,257	1,165	3,794	1,705
Saudi Arabia	1,267	2,197	0,000	0,000	2,754	3,296
Sudan	3,541	1,099	3,730	0,803	3,816	0,077
Senegal	1,792	1,946	4,017	1,313	3,789	1,792
Singapore	0,405	2,303	0,000	0,000	3,083	2,079
Solomon Islands	2,197	1,099	4,145	1,076	3,466	2,303
Sierra Leone	2,079	1,792	4,171	1,153	3,424	1,609
El Salvador	2,803	1,099	4,331	0,000	3,639	2,197
San Marino	2,276	1,099	0,000	0,000	3,617	0,000
Somalia	4,248	0,000	3,795	0,722	0,000	0,000
Serbia	2,428	1,792	4,487	0,000	3,600	1,792
Sub-Saharan Africa (excluding high income)	2,904	1,714	4,017	1,137	3,888	1,651
South Sudan	2,565	0,693	3,719	0,417	3,447	0,693
Sub-Saharan Africa	2,919	1,709	0,000	1,137	3,879	1,638
Small states	2,681	1,427	4,041	1,174	3,657	1,761
Sao Tome and Principe	1,946	1,099	3,965	1,085	3,611	0,000
Suriname	4,190	0,000	3,849	0,000	3,329	0,693
Slovak Republic	2,650	1,099	0,000	0,000	3,906	1,946
Slovenia	2,079	1,609	0,000	0,000	3,434	1,099
Sweden	2,015	2,079	0,000	0,000	3,894	1,946
Eswatini	2,402	0,693	4,329	0,000	3,584	1,386

Продолжение таблицы А.1

1	2	3	4	5	6	7
Sint Maarten (Dutch part)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Seychelles	3,466	1,386	4,280	0,000	3,405	0,693
Syrian Arab Republic	2,741	1,946	2,919	0,000	3,754	0,000
Turks and Caicos Islands	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Chad	4,060	1,946	4,082	1,015	4,151	1,792
East Asia & Pacific (IDA & IBRD countries)	3,344	1,692	4,304	1,127	3,583	1,946
Europe & Central Asia (IDA & IBRD countries)	2,441	2,033	4,342	1,249	3,438	2,279
Togo	-0,661	1,946	4,122	1,285	3,875	1,792
Thailand	1,792	2,303	4,464	0,000	3,384	1,946
Tajikistan	1,233	2,079	4,264	1,145	4,209	7,194
Turkmenistan	0,000	0,000	3,539	0,000	0,000	0,000
Latin America & the Caribbean (IDA & IBRD countries)	3,368	1,451	4,227	1,229	3,850	1,603
Timor-Leste	2,565	1,609	4,312	1,041	3,720	0,000
Middle East & North Africa (IDA & IBRD countries)	3,157	1,846	3,874	0,928	3,696	2,084
Tonga	2,773	1,099	3,957	1,202	3,314	2,303
South Asia (IDA & IBRD)	2,748	1,749	4,257	1,165	3,794	1,705
Sub-Saharan Africa (IDA & IBRD countries)	2,919	1,709	4,017	1,137	3,879	1,638
Trinidad and Tobago	2,351	1,386	3,867	0,000	3,741	1,946
Tunisia	2,197	1,792	3,887	0,000	4,122	1,099
Turkey	1,946	2,197	4,396	0,000	3,837	1,946
Tuvalu	0,000	0,000	3,867	1,009	0,000	0,000
Tanzania	3,525	0,693	4,166	1,248	3,771	1,609
Uganda	3,178	1,099	4,312	1,256	3,517	1,609
Ukraine	1,872	2,197	4,280	0,000	3,972	2,079
Upper middle income	2,845	1,811	4,242	1,201	3,614	1,946
Uruguay	1,872	1,099	4,410	0,000	3,733	1,386
United States	0,860	2,001	0,000	0,000	3,241	2,398
Uzbekistan	1,099	2,079	4,267	1,338	3,422	1,792
St. Vincent and the Grenadines	2,303	1,386	3,730	1,317	3,490	1,609
Venezuela, RB	5,438	1,099	4,205	0,000	4,384	0,000
British Virgin Islands	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Virgin Islands (U.S.)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Vietnam	2,651	1,946	4,252	0,000	3,616	2,079
Vanuatu	2,890	1,609	3,314	1,214	2,140	2,398

Окончание таблицы А.1

1	2	3	4	5	6	7
World	2,885	1,763	0,000	1,147	3,703	1,802
Samoa	2,197	1,609	4,019	1,370	2,960	2,197
Kosovo	1,103	2,197	3,744	1,290	2,721	2,398
Yemen, Rep.	3,701	1,792	2,988	0,585	3,281	0,000
South Africa	3,689	2,079	4,467	0,000	3,381	1,609
Zambia	2,140	1,386	3,936	1,121	2,747	2,398
Zimbabwe	2,956	2,079	4,114	1,093	3,453	2,156

Приложение Б

Таблица Б.1 – ВРП на душу населения (рублей) и положение в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов

Регион	ВРП на д.н., руб., 2021 г.	Рейтинг
1	2	3
Белгородская область	881 700,6	высокий
Брянская область	398 618,6	умеренный
Владимирская область	552 811,2	средний
Воронежская область	546 328,8	высокий
Ивановская область	306 144,5	умеренный
Калужская область	659 590,9	высокий
Костромская область	386 694,8	умеренный
Курская область	627 320,6	высокий
Липецкая область	752 926,0	высокий
Московская область	882 875,6	высокий
Орловская область	468 018,5	средний
Рязанская область	487 276,4	средний
Смоленская область	460 597,0	средний
Тамбовская область	434 612,8	средний
Тверская область	448 417,6	средний
Тульская область	602 298,1	высокий
Ярославская область	559 179,8	средний
г. Москва	1 935 204,5	высокий
Республика Карелия	737 781,9	средний
Республика Коми	1 059 960,4	умеренный
Архангельская область	941 762,5	средний
в т.ч. Ненецкий авт. округ	9 149 623,3	высокий
Вологодская область	881 815,5	средний
Калининградская область	659 727,3	высокий
Ленинградская область	778 692,2	высокий
Мурманская область	1 487 363,6	средний
Новгородская область	580 495,0	средний
Псковская область	356 594,6	средний
г. Санкт-Петербург	1 754 422,6	высокий
Республика Адыгея	366 701,7	средний
Республика Калмыкия	371 956,0	умеренный
Республика Крым	308 847,9	умеренный
Краснодарский край	562 926,0	средний
Астраханская область	661 244,9	средний
Волгоградская область	427 068,8	средний

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
Ростовская область	483 970,4	средний
г. Севастополь	326 677,0	средний
Республика Дагестан	259 076,4	умеренный
Республика Ингушетия	148 586,8	умеренный
Кабардино-Балкарская Республика	229 153,1	умеренный
Карачаево-Черкесская Республика	235 354,7	умеренный
Республика Северная Осетия-Алания	293 366,1	умеренный
Чеченская Республика	177 859,9	умеренный
Ставропольский край	367 687,1	средний
Республика Башкортостан	499 044,8	высокий
Республика Марий Эл	329 659,8	средний
Республика Мордовия	384 635,7	средний
Республика Татарстан	888 039,0	высокий
Удмуртская Республика	565 472,3	средний
Чувашская Республика	326 607,0	средний
Пермский край	677 759,9	средний
Кировская область	387 457,5	умеренный
Нижегородская область	597 430,6	высокий
Оренбургская область	721 025,2	средний
Пензенская область	418 946,1	средний
Самарская область	675 334,5	высокий
Саратовская область	422 954,6	средний
Ульяновская область	411 847,2	средний
Курганская область	330 642,2	умеренный
Свердловская область	710 380,8	высокий
Тюменская область	2 992 775,4	высокий
в т.ч. Ханты-Мансийский авт. округ-Югра	3 334 556,9	высокий
Ямало-Ненецкий авт. округ	7 572 420,3	высокий
Челябинская область	595 385,4	средний
Республика Алтай	322 413,4	средний
Республика Тыва	267 794,7	умеренный
Республика Хакасия	580 016,0	умеренный
Алтайский край	370 434,3	средний
Красноярский край	1 074 424,2	средний
Иркутская область	813 312,4	средний
Кемеровская область-Кузбасс	690 143,0	средний
Новосибирская область	581 018,3	высокий
Омская область	451 536,8	средний
Томская область	660 598,1	средний
Республика Бурятия	347 738,2	умеренный
Республика Саха (Якутия)	1 636 734,2	средний

Окончание таблицы Б.1

1	2	3
Забайкальский край	464 887,0	умеренный
Камчатский край	1 081 102,0	высокий
Приморский край	699 777,8	средний
Хабаровский край	759 343,9	средний
Амурская область	683 167,9	средний
Магаданская область	2 273 882,2	высокий
Сахалинская область	2 545 592,5	высокий
Еврейская автономная область	507 212,2	умеренный
Чукотский автономный округ	2 734 862,7	средний

Приложение В

Таблица В.1 – Регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по уровню развития экономической репутации на основе экономических показателей

Регион	1	2	3	4	5	6	7	8	Сумма рангов	Итоговый ранг
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Калужская обл.	15	43	1	25	27	6	27	23	167	1
г. Санкт-Петербург	53	20	3	16	7	2	80	4	185	2
Воронежская обл.	33	6	38	22	41	17	16	17	190	3
Нижегородская обл.	38	34	6	36	32	1	35	11	193	4
Магаданская обл.	7	63	76	4	5	26	17	7	205	5
Пензенская обл.	4	7	33	59	58	13	42	6	222	6
Тульская обл.	10	39	17	41	42	19	43	13	224	7
Республика Татарстан	63	48	44	12	13	26	20	1	227	8
Ярославская обл.	19	26	8	44	34	10	65	25	231	9
Новгородская обл.	9	66	7	30	33	26	32	35	238	10
Свердловская обл.	21	33	29	38	19	10	71	18	239	11
Ленинградская обл.	31	65	60	8	14	23	3	37	241	12
г. Москва	65	61	21	9	4	7	82	3	252	13
Томская обл.	79	40	27	26	20	5	50	5	252	13
Республика Мордовия	6	44	20	54	60	38	25	9	256	15
Пермский край	47	59	5	33	21	13	62	22	262	16
Чувашская Республика	25	9	2	71	70	32	53	2	264	17
Республика Башкортостан	42	32	14	42	40	32	56	10	268	18
Тамбовская обл.	14	30	61	32	53	38	10	31	269	19
Мурманская обл.	3	75	67	10	11	32	39	32	269	19
Ростовская обл.	28	8	41	49	49	17	49	28	269	19
Московская обл.	43	56	34	23	15	2	63	34	270	22
Новосибирская обл.	48	2	19	43	31	8	70	49	270	22
Ульяновская обл.	37	22	4	57	57	4	41	51	273	24
Курская обл.	5	50	56	31	44	19	33	43	281	25
Челябинская обл.	39	35	26	46	38	9	66	24	283	26
Камчатский край	50	60	55	14	10	26	59	12	286	27
Тверская обл.	61	25	25	45	51	13	34	33	287	28
Приморский край	64	12	58	27	22	23	31	55	292	29
Хабаровский край	59	51	53	15	17	48	22	29	294	30
Владимирская обл.	35	27	13	66	50	16	72	21	300	31
Калининградская обл.	46	10	30	29	28	44	38	77	302	32
Липецкая обл.	32	58	74	19	25	72	18	8	306	33
Рязанская обл.	26	18	23	63	46	38	75	20	309	34
Белгородская обл.	16	41	79	28	16	48	68	14	310	35
Кировская обл.	30	16	10	73	63	26	67	27	312	36
Самарская обл.	70	48	15	37	26	10	61	47	314	37
Республика Крым	27	14	39	39	73	48	5	72	317	38
Смоленская обл.	22	13	35	53	52	38	46	60	319	39
Иркутская обл.	20	67	65	20	18	23	44	63	320	40
Краснодарский край	69	21	68	18	35	48	7	59	325	41

Окончание таблицы В.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Саратовская обл.	11	28	18	62	56	32	55	64	326	42
Вологодская обл.	56	46	36	17	24	72	23	54	328	43
Орловская обл.	23	15	50	58	54	48	51	30	329	44
Красноярский край	52	78	73	13	8	19	45	42	330	45
Астраханская обл.	1	73	78	21	36	59	11	53	332	46
Амурская обл.	55	57	69	6	29	59	1	67	343	47
Республика Алтай	34	45	32	52	74	59	13	38	347	48
Республика Саха (Якутия)	81	76	75	5	6	48	15	50	356	49
Тюменская обл.	78	81	82	1	2	59	14	41	358	50
Республика Адыгея	8	17	66	65	72	59	28	44	359	51
Брянская обл.	2	24	49	67	61	59	52	46	360	52
Республика Коми	75	80	72	7	9	44	12	62	361	53
Ставропольский край	51	11	22	64	65	48	36	65	362	54
Архангельская обл.	72	73	42	11	12	59	24	71	364	55
Республика Марий Эл	12	37	12	69	64	72	47	52	365	56
г. Севастополь	82	29	63	51	66	19	37	19	366	57
Республика Дагестан	18	19	70	50	77	59	4	69	366	57
Алтайский край	36	4	43	76	71	48	73	15	366	57
Еврейская авт. обл.	40	64	62	24	48	59	6	66	369	60
Чукотский авт. округ	68	82	77	3	3	72	48	16	369	60
Омская обл.	58	42	40	56	45	26	69	48	384	62
Кабардино-Балкарская Республика	44	2	46	80	79	38	40	57	386	63
Республика Карелия	29	53	57	47	30	44	78	56	394	64
Удмуртская Республика	60	46	37	60	39	48	79	26	395	65
Сахалинская обл.	57	79	81	2	1	72	30	80	402	66
Забайкальский край	17	69	54	40	55	72	21	78	406	67
Чеченская Республика	45	38	28	72	81	59	2	82	407	68
Волгоградская обл.	62	55	51	48	47	32	54	61	410	69
Оренбургская обл.	41	68	80	35	23	72	60	36	415	70
Республика Бурятия	54	54	16	68	68	44	57	58	419	71
Ивановская обл.	71	1	31	82	76	48	76	45	430	72
Псковская обл.	66	23	45	70	62	72	58	40	436	73
Кемеровская обл.	77	70	59	34	43	59	29	70	441	74
Курганская обл.	74	36	11	79	69	59	77	39	444	75
Республика Северная Осетия-Алания	24	31	52	77	75	48	64	74	445	76
Республика Тыва	76	77	9	75	78	38	19	73	445	76
Костромская обл.	49	5	48	78	59	72	81	68	460	78
Республика Ингушетия	67	51	24	81	82	72	9	76	462	79
Карачаево-Черкесская Республика	73	61	47	74	80	32	26	79	472	80
Республика Хакасия	13	72	64	55	37	82	74	75	472	80
Республика Калмыкия	80	71	71	61	67	59	8	81	498	82

Примечание: 1 – индекс производительности труда, процент; 2 – доля малого и среднего бизнеса в ВРП, процент; 3 – доля высокотехнологичной и наукоемкой продукции в ВРП, процент; 4 – инвестиции в основной капитал на душу населения, рублей; 5 – валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения, рублей; 6 – доля затрат на научные исследования и разработки в ВРП, процент; 7 – доля инвестиций в основной капитал в ВРП, процент; 8 – уровень инновационной активности, процент.

Приложение Г

Таблица Г.1 – Методическая база авторской оценки репутационной экономики регионов

Показатель	Методика оценки	Источник информации
1	2	3
<i>Институциональный фактор, F₁</i>		
Демография организаций (П _{1.1})	Коэффициент рождаемости организаций на 1000 организаций: отношение количества зарегистрированных за отчетный период организаций к среднему количеству организаций, учтённых в Статрегистре Росстата, выраженное в промилле. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Институциональные преобразования в экономике
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации, в расчете на душу населения. 1-е место присваивается региону с наименьшей суммой задолженности	Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС)
Коррупция (П _{1.3})	Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки) в расчете на 100 000 чел. населения. 1-е место присваивается региону с наибольшим количеством преступлений.	Портал правовой статистики Генеральной прокуратуры РФ
<i>Политический, F₂</i>		
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	Позиция региона в Национальном рейтинге губернаторов.	Официальный сайт Центра информационных коммуникаций «Рейтинг»
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	Бюджетный эффект на душу населения (превышение доходной части бюджета над его расходной частью, определяется как разность между доходами и расходами бюджета). 1-е место присваивается региону с наибольшим значением разницы	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»

Продолжение таблицы Г.1

1	2	3
Эффективность управления (П _{2.3})	Результат экспертной оценки политико-управленческого блока рейтинга эффективности управления в субъектах Российской Федерации, включает оценку общественной поддержки главы, эффективность консолидации элиты / урегулирования внутриэлитных конфликтов, эффективность отношений с федеральным центром, эффективность работы бюрократического аппарата. 1-е место присваивается региону с наибольшим баллом эффективности	Официальный сайт Агентства политических и экономических коммуникаций
<i>Социальный, F₃</i>		
Занятость населения (П _{3.1})	Уровень занятости населения в регионе. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением занятости	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций, функционирующих в регионе. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	Среднедушевые денежные доходы населения региона в месяц. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	Отношение числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, к численности населения в регионе. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Жилищные условия
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	Темп роста реальных денежных доходов населения. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением темпа роста	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	Соотношение численности населения, въезжающего на работу в регион, и численности занятого населения соответствующего региона. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Труд и занятость в России» (приложение к сборнику)

Продолжение таблицы Г.1

1	2	3
<i>Экономический, финансово-экономический, F₄</i>		
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	Расчет на душу населения. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Оборот организаций (П _{4.2})	Темп роста промышленного производства. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Совокупная прибыль (П _{4.3})	Сальдированный финансовый результат деятельности организаций в регионе. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	Рентабельность организаций обрабатывающего сектора производства. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	1-е место присваивается региону с наименьшим значением показателя	
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	Количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Единого федерального реестра юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности
<i>Качество товаров и услуг на рынке, F₅</i>		
Качество городской среды (П _{5.1})	Индекс качества городской среды для субъектов РФ. 1-е место присваивается региону с наибольшим количеством баллов.	Официальный сайт Минстроя России
Качество автодорог (П _{5.2})	Доля автодорог регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям (Рейтинг российских регионов по качеству дорог). 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт рейтингового агентства РИА Рейтинг
<i>Бизнес, F₆</i>		
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	Количество вновь созданных субъектов малого и среднего предпринимательства	Статистика, опубликованная на официальном сайте Федеральной налоговой службы

Продолжение таблицы Г.1

1	2	3
<i>Инновационный, F₇</i>		
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в среднегодовой численности занятых. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Инновационная продукция (П _{7.2})	Доля инновационных товаров, работ и услуг в регионе. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Инновационная активность организаций в регионе (П _{7.3})	Доля инновационно-активных организаций в регионе. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Патентная активность (П _{7.4})	Суммарное количество выданных патентов на изобретения и полезные модели. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	Доля организаций, использовавших специальные программные средства. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
<i>Инвестиционный, F₈</i>		
Инвестиционный климат (П _{8.1})	Инвестиции в основной капитал, на д.н.	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	Объем поступления прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
<i>Ресурсный, F₉</i>		
Энергодостаточность (П _{9.1})	Разница между выработкой и потреблением электроэнергии в регионе (Рейтинг регионов по уровню энергодостаточности). 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт рейтингового агентства РИА Рейтинг
Земельные ресурсы (П _{9.2})	Общая площадь земель. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	Объем оборотной и последовательно используемой воды. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	

Продолжение таблицы Г.1

1	2	3
<i>Кооперация, F₁₀</i>		
Развитость государственно-частного партнёрства (П _{10.1})	Рейтинг субъектов Российской Федерации по уровню развития государственно-частного партнерства (включает оценку динамики реализации проектов ГЧП, накопленный опыт реализации проектов ГЧП, состояние нормативно-институциональной среды). 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Минэкономразвития России
Развитие кластеров (П _{10.2})	Число функционирующих в регионе промышленных и инновационных кластеров. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Российская кластерная обсерватория НИУ ВШЭ
<i>Развитие персонала, F₁₁</i>		
Дополнительное профессиональное образование персонала (П _{11.1})	Численность слушателей (работников предприятий и организаций), обученных по дополнительным профессиональным программам. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Минобрнауки России. Дополнительное профессиональное образование
<i>Условия труда, F₁₂</i>		
Вредные условия труда (П _{12.1})	Удельный вес численности работников, имеющих право на компенсации за работу с вредными и (или) опасными условиями труда, в организациях (на конец года), в % от численности занятых. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Условия труда
Производственный травматизм (П _{12.2})	Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих 1-е место присваивается региону с наименьшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Труд и занятость в России» (приложение к сборнику)

Окончание таблицы Г.1

1	2	3
<i>Экологический, F₁₃</i>		
Природоохранные расходы (П _{13.1})	Расходы на охрану окружающей среды. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели»
Загрязнение окружающей среды (П _{13.2})	Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, водные объекты, почву. 1-е место присваивается региону с наименьшим значением показателя	
Природоохранные мероприятия (П _{13.3})	Доля уловленных и обезвреженных вредных веществ в общем количестве отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников. 1-е место присваивается региону с наибольшим значением показателя	
<i>Эмоциональный, F₁₄</i>		
Уровень отчаяния в регионе (П _{14.1})	Численность пациентов с психическими расстройствами, алкоголизмом, наркоманией в расчете на 100 000 чел. населения. 1-е место присваивается региону с наименьшим значением показателя	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Сборник «Здравоохранение в России» (приложение к сборнику)
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П _{14.2})	Национальный туристический рейтинг (уровень развития туристической отрасли, доходность отрасли туризма и гостеприимства, ее вклад в экономику, развитие санаторно-курортной отрасли, популярность региона у туристов и иностранцев и др.). 1-е место присваивается региону с наибольшим количеством баллов	Официальный сайт Центра информационных коммуникаций «Рейтинг»
<i>Визуальный, F₁₅</i>		
Ивент-индустрия (П _{15.1})	Рейтинг событийного потенциала регионов. 1-е место присваивается региону с наибольшим количеством баллов	Официальный сайт Фонда Росконгресс

Приложение Д

Таблица Д.1 – Определение весовых коэффициентов факторов, 2017-2020 гг.

	Коэффициент корреляции, r (ВРП _{д.н.} ; Σ)	Абсолютное значение, r	Ранг	Вес
2020 г.				
F ₁	0,05	0,05	2	0,13
F ₂	0,28	0,28	6	0,40
F ₃	0,82	0,82	14	0,93
F ₄	0,10	0,10	3	0,20
F ₅	0,19	0,19	4	0,27
F ₆	0,76	0,76	12	0,80
F ₇	0,49	0,49	8	0,53
F ₈	0,89	0,89	15	1,00
F ₉	0,32	0,32	7	0,47
F ₁₀	0,22	0,22	5	0,33
F ₁₁	0,82	0,82	13	0,87
F ₁₂	0,59	0,59	9	0,60
F ₁₃	0,03	0,03	1	0,07
F ₁₄	0,65	0,65	10	0,67
F ₁₅	0,67	0,67	11	0,73
2019 г.				
F ₁	-0,02	0,02	1	0,07
F ₂	0,52	0,52	8	0,53
F ₃	0,76	0,76	13	0,87
F ₄	0,47	0,47	7	0,47
F ₅	0,22	0,22	3	0,20
F ₆	0,74	0,74	12	0,80
F ₇	0,36	0,36	5	0,33
F ₈	0,87	0,87	15	1,00
F ₉	0,40	0,40	6	0,40
F ₁₀	0,32	0,32	4	0,27
F ₁₁	0,84	0,84	14	0,93
F ₁₂	0,60	0,60	9	0,60
F ₁₃	-0,12	0,12	2	0,13
F ₁₄	0,66	0,66	10	0,67
F ₁₅	0,67	0,67	11	0,73

Окончание таблицы Д.1

	Коэффициент корреляции, r (ВРП _{д.н.} ; Σ)	Абсолютное значение, r	Ранг	Вес
2018 г.				
F ₁	-0,26	0,26	3	0,20
F ₂	0,68	0,68	7	0,47
F ₃	0,86	0,86	14	0,93
F ₄	0,75	0,75	12	0,80
F ₅	-0,09	0,09	1	0,07
F ₆	0,74	0,74	11	0,73
F ₇	0,43	0,43	5	0,33
F ₈	0,87	0,87	15	1
F ₉	0,38	0,38	4	0,27
F ₁₀	0,69	0,69	8	0,53
F ₁₁	0,84	0,84	13	0,87
F ₁₂	0,45	0,45	6	0,40
F ₁₃	0,12	0,12	2	0,13
F ₁₄	0,73	0,73	10	0,67
F ₁₅	0,72	0,72	9	0,60
2017 г.				
F ₁	-0,48	0,48	5	0,33
F ₂	0,65	0,65	9	0,60
F ₃	0,90	0,90	14	0,93
F ₄	0,54	0,54	8	0,53
F ₅	-0,01	0,01	1	0,07
F ₆	0,77	0,77	12	0,80
F ₇	0,49	0,49	7	0,47
F ₈	0,93	0,93	15	1,00
F ₉	0,32	0,32	4	0,27
F ₁₀	0,72	0,72	10	0,67
F ₁₁	0,84	0,84	13	0,87
F ₁₂	0,48	0,48	6	0,40
F ₁₃	0,23	0,23	3	0,20
F ₁₄	0,73	0,73	11	0,73
F ₁₅	0,06	0,06	2	0,13

Приложение Е
Таблица Е.1 – Исходные данные для рейтинговой оценки репутационной экономики регионов

2021 г.

№	Элементы расчетов	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П1.1	Коэффициент рождаемости организаций на 1000 организаций	78,8	50,4	44,6	93,4	82,5	48,7	45,5	43,3	65,4	45,3	53,2	74,9	43,2	63,8
П1.2	Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации, в расчете на душу населения, руб. / д.н. ⁸	4,05	2,68	3,92	3,58	5,72	4,47	6,08	4,79	5,13	3,80	3,86	7,17	4,48	5,63
	Сумма задолженности, млрд. руб. ⁸	16,58	1,81	3,08	14,32	8,32	5,31	15,44	5,56	16,05	7,10	4,91	22,75	10,94	6,75
	Среднегодовая численность населения, млн. чел. ⁴	4,09	0,68	0,79	4,00	1,45	1,19	2,54	1,16	3,13	1,87	1,27	3,17	2,44	1,20
П1.3	Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), ед. / 100 000 чел. населения	187	4	33	169	17	23	18	13	69	73	21	81	48	10
П2.1	Национальный рейтинг губернаторов, позиция в рейтинге	17	71	29	6	72	30	20	70	9	50	64	19	76	51
П2.2	Бюджетный эффект на душу населения (превышение доходной части бюджета над его расходной частью, определяется как разность между доходами и расходами бюджета), тыс. руб. / чел.	-2,15	5,58	5,03	3,21	-2,81	0,13	10,89	6,03	1,44	9,45	3,76	8,74	1,39	-6,0
	Расходы бюджета, млрд. руб.	299	51,4	62,2	398,1	121,8	85,2	221,8	91,1	283,7	144,3	83,9	278,4	165	99,8
	Доходы бюджета, млрд. руб.	290,2	55,2	66,1	410,9	117,7	85,3	249,4	98	288,2	161,9	88,7	306,1	168,4	92,6
	Среднегодовая численность	4,09	0,68	0,79	4,00	1,45	1,19	2,54	1,16	3,13	1,87	1,27	3,17	2,44	1,20

⁸РБ – Республика Башкортостан, РМЭ – Республика Марий Эл, РМ – Республика Мордовия, РТ – Республика Татарстан, УР – Удмуртская Республика, ЧР – Чувашская Республика, ПРК – Пермский край, КО – Кировская область, НО – Нижегородская область, ОО – Оренбургская область, ПЗО – Пензенская область, СМО – Самарская область, СРО – Саратовская область, УО – Ульяновская область.

⁸ Оцениваемый показатель.

^{8.4} Исходные данные для расчета оцениваемого показателя.

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов населения, млн. чел.	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Пз.3	Эффективность управления в субъектах Российской Федерации (политико-управленческого блока), балл	0,68	0,54	0,67	0,74	0,54	0,57	0,64	0,57	0,72	0,59	0,62	0,68	0,62	0,59
Пз.1	Уровень занятости населения, %	56,2	56,6	59,6	62,3	60	58,2	56,5	57,4	62	56,9	57,3	61,2	54,7	56,3
Пз.2	Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций, функционирующих в регионе, тыс. руб.	42,8	35,5	34,5	45,8	39,8	35,8	46,3	36,1	41,4	38,4	36,0	42,8	37,4	36,1
Пз.3	Среднедушевые денежные доходы населения региона в месяц, тыс. руб.	32,6	23,2	22,9	39,7	27,7	23,6	32,7	26,6	37,5	26,5	26,4	32,7	26,2	26,8
Пз.4	Отношение числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, к численности населения в регионе, %	2,10	0,35	0,33	5,99	0,69	1,27	2,74	1,03	1,16	1,70	0,51	2,18	2,10	0,49
	Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, тыс. ед.	0,05	0,05	0,04	0,15	0,05	0,11	0,11	0,09	0,04	0,09	0,04	0,07	0,09	0,04
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,09	0,68	0,79	4,00	1,45	1,19	2,54	1,16	3,13	1,87	1,27	3,17	2,44	1,20
Пз.5	Темп роста реальных денежных доходов населения, %	100,1	101,9	103,3	103,7	101,2	103,7	100,8	101,4	102,8	99,4	100,3	100,8	100,5	100,6
Пз.6	Соотношение численности населения, выезжающего на работу в регион, и численности занятого населения соответствующего региона, %	0,58	0,85	0,35	1,74	0,46	0,20	0,54	0,34	1,03	0,70	0,40	1,21	0,43	0,44
	Численность занятого населения, выезжающего на работу в регион, тыс. чел.	9,60	2,30	1,30	34,50	3,20	1,00	6,20	1,90	16,90	6,00	2,30	19,60	4,40	2,40
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,65	0,27	0,37	1,99	0,69	0,49	1,15	0,56	1,64	0,85	0,58	1,62	1,02	0,54
Пз.1	ВРП на душу населения, тыс. руб. / д.н.	499	329,7	384,6	888	565,5	326,6	677,8	387,5	597,4	721	418,9	675,3	423,0	411,8
Пз.2	Темп роста промышленного производства, %	107,9	99,9	111,8	108,9	108,2	99,8	106,7	114,8	116,3	100,2	117,3	103,6	110,3	111,8
Пз.3	Сальдированный финансовый результат	346	14	31,9	781,4	90	14	405,1	32,2	335,1	210,1	40,4	518,2	62,1	22,3

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ*	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
	деятельности организаций, млрд. руб.														
П4.4	Рентабельность проданных товаров, работ, услуг организаций обрабатывающего сектора экономики, %	15,6	8,2	16,9	13,7	9,3	10,4	42	13,9	14,5	13,2	13	16,8	12,6	5,2
П4.3	Доля убыточных организаций, %	27,7	31,1	26	22,8	23,7	27,2	27	21,4	22,9	33,2	27,8	23,3	27,7	32,4
П4.6	Количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств, ед.	216	24	42	307	68	62	120	51	176	93	60	219	108	85
П5.1	Индекс качества городской среды для субъектов РФ, балл	191	193	169	196	182	199	179	172	190	175	179	176	184	182
П5.2	Доля автодорог регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям, %	62	24,4	34,6	61,9	39,3	32,5	56,3	22	41	48,7	67,3	53,6	43	62,9
П6.1	Количество вновь созданных субъектов малого и среднего предпринимательства, тыс. ед.	26,2	3,3	3,5	31,2	9,7	6,9	14,2	6,2	18,6	9,9	6,9	23,9	11,7	7,3
П7.1	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в среднегодовой численности занятых, %	0,51	0,06	0,26	0,65	0,26	0,29	0,84	0,29	2,54	0,10	0,74	0,47	0,49	0,91
	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, тыс. чел.	8,34	0,16	0,98	12,87	1,77	1,45	9,67	1,59	41,52	0,85	4,29	7,56	5,02	4,94
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,65	0,27	0,37	1,99	0,69	0,49	1,15	0,56	1,64	0,85	0,58	1,62	1,02	0,54
П7.2	Доля инновационных товаров, работ и услуг в регионе, %	8	6,2	24,5	18,3	7,9	8,2	4,4	5	10,6	6,3	7,6	8,9	2	12,3
П7.3	Доля инновационно-активных организаций в регионе, %	21,2	12	20	29	14,3	15,8	12,2	12,7	15,1	7,6	15,3	18,2	8,9	17,4
П7.4	Суммарное количество выданных патентов, ед.	511	72	124	816	158	89	338	103	356	87	162	447	275	340
	Выдано патентов на изобретения, ед.	410	51	37	510	91	63	237	69	254	75	106	273	166	141
	Выдано патентов на полезные модели, ед.	101	21	87	306	67	26	101	34	102	12	56	174	109	199

Продолжение таблицы Е.1

№2	Элементы расчетов	РБ*	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П7.5	Доля организаций, использовавших специальные программные средства, %	64,5	69,3	59,9	67,8	68,5	63,6	72,1	66,5	71,9	72,6	64,9	65,8	61,3	65,5
П8.1	Инвестиции в основной капитал, тыс. руб. на д.н.	104,6	52,8	64,1	175,6	78,7	51,0	119,9	60,8	122,0	102,5	75,0	115,9	72,8	89,6
П8.2	Объем поступления прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию, млн. долл. США	524	1	3	388	7	4	181	56	812	20	2	963	225	86
П9.1	Разница между выработкой и потреблением электроэнергии в регионе (производство электроэнергии за вычетом внутреннего потребления), млрд. кВт ч	0,2	-1,8	-1,9	-5	-5,8	-0,9	3,2	-2,8	-10	-4	-3,7	-3,2	29	-3,2
П9.2	Общая площадь земель, млн. га	14,3	2,3	2,6	6,8	4,2	1,8	16,0	12,0	7,7	12,4	4,3	5,4	10,1	3,7
П9.3	Объем оборотной и последовательно используемой воды, млрд. м³	5,25	0,23	0,18	5,27	0,40	0,42	2,10	0,99	1,62	1,82	0,07	3,55	7,45	0,56
П10.1	Уровень развития государственно-частного партнерства, балл	12,5	5	7	19,3	9,8	5,4	15,1	0,9	16,4	7,5	5,8	9,9	8,7	8,1
П10.2	Число функционирующих в регионе промышленных и инновационных кластеров, ед.	1	1	1	6	1	1	3	0	1	0	4	2	0	2
П11.1	Численность слушателей (работников предприятий и организаций), обученных по дополнительным профессиональным программам, тыс. чел.	60	34,5	27,9	94,6	68,4	24,6	102,7	40	46,9	40,4	31,7	155,6	37	25
П12.1	Удельный вес численности работников, имеющих право на компенсации за работу с вредными и опасными условиями труда, в организациях, в % от численности занятых	31,9	36,4	38,1	46,1	39,1	36,0	42,8	40,1	37,5	41,8	23,7	37,5	28,9	35,0
П12.2	Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих	1,1	2,1	0,7	0,8	1,4	0,8	1,3	1,8	0,8	1,1	0,6	0,9	0,8	0,9
П13.1	Расходы на охрану окружающей среды, млрд. руб.	21,3	2,3	1,7	28,6	4,5	2,9	19,7	5,0	15,5	10,3	1,7	25,8	6,5	4,0

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ*	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П _{13.2}	Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, водные объекты, почву, тыс. т	449	39	53	323	145	27	275	89	123	433	29	235	117	31
П _{13.3}	Доля уловленных и обезвреженных вредных веществ в общем количестве отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников, %	40,6	23,1	87	42,3	38,5	22,2	77,8	60,8	37,5	64,1	96,8	48,4	75,5	36,3
П _{14.1}	Численность пациентов с психическими расстройствами, алкоголизмом, наркоманией в расчете на 100 000 чел. населения	2031,8	2499	2246,3	2180,3	2572,7	2404,6	1812,4	2470,4	2988,3	1916,2	1897,5	1181,4	2450,7	1699,3
	Контингент пациентов с психическими расстройствами и расстройствами поведения, на 100 000 чел. населения	1160,2	1283,2	1122,9	1172,2	1241,9	1168,6	815,4	1035,9	1292,2	1249	815,3	579,3	1438,7	946,4
	Контингент пациентов с алкоголизмом, на 100 000 чел. населения	780,4	1097,2	1047,4	748,9	1142,7	1189,3	779,7	1392,3	1549,2	608,4	1002,3	435,6	925,5	615,2
П _{14.2}	Контингент пациентов с наркоманией, на 100 000 чел. населения	91,2	118,6	76	259,2	188,1	46,7	217,3	42,2	146,9	58,8	79,9	166,5	86,5	137,7
	Национальный туристический рейтинг, балл	99,1	39,4	35,8	103,7	65,6	59,7	88,3	56,7	101,6	66,6	55,4	101,2	80,7	65,5
П _{15.1}	Рейтинг событийного потенциала регионов (место в рейтинге)	6	73	25	3	42	44	17	30	4	43	51	9	33	27

Продолжение таблицы Е.1

2020 г.

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П1.1	Коэффициент рождаемости организаций на 1000 организаций	99,9	41,9	40,8	90,0	78,2	47,1	54,5	41,7	65,4	47,2	54,9	74,6	53,9	66,1
П1.2	Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации, в расчете на душу населения, руб. / дн.	2,95	2,88	3,33	2,79	3,37	3,97	5,01	4,20	3,95	3,85	2,99	5,57	3,48	4,79
	Сумма задолженности, млрд. руб.	12,11	1,97	2,64	11,17	4,95	4,76	12,83	4,97	12,48	7,28	3,85	17,81	8,59	5,81
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,10	0,68	0,79	4,00	1,47	1,20	2,56	1,18	3,16	1,89	1,29	3,20	2,47	1,21
П1.3	Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), ед. / 100 000 чел. населения	119	4	37	164	29	21	61	35	47	42	28	58	54	25
П2.1	Национальный рейтинг губернаторов, позиция в рейтинге	19	62	23	1	74	42	31	56	16	72	65	15	73	43
П2.2	Бюджетный эффект на душу населения (превышение доходной части бюджета над его расходной частью, определяется как разность между доходами и расходами бюджета), тыс. руб. / чел.	-9,10	0,19	2,19	-5,50	-10,45	0,46	-8,78	0,48	-3,55	-1,15	-0,23	0,75	-1,41	-7,48
	Расходы бюджета, млрд. руб.	298,89	47,22	55,69	363,19	112,94	76,07	211,95	81,61	261,59	133,40	81,67	246,39	149,91	90,20
	Доходы бюджета, млрд. руб.	261,54	47,35	57,43	341,22	97,61	76,61	189,44	82,18	250,38	131,22	81,38	248,78	146,44	81,13
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,10	0,68	0,79	4,00	1,47	1,20	2,56	1,18	3,16	1,89	1,29	3,20	2,47	1,21
П2.3	Эффективность управления в субъектах Российской Федерации (политико-управленческого блока), балл	0,742	0,529	0,719	0,775	0,563	0,581	0,65	0,624	0,733	0,644	0,608	0,743	0,704	0,636
П3.1	Уровень занятости населения, %	54,8	55	56,2	61,5	59,4	56,8	55,1	56,8	61,5	55,3	54,3	60,3	53,5	54,5
П3.2	Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций, функционирующих в регионе, тыс. руб.	38,7	32,3	31,1	39,8	36,4	31,8	42,0	32,7	37,6	35,1	32,8	38,7	33,5	32,5

Продолжение таблицы Б.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П3.3	Среднедушевые денежные доходы населения региона в месяц, тыс. руб.	30,2	21,3	20,6	35,6	25,4	21,2	30,2	24,2	33,6	24,7	24,1	29,9	24,0	24,6
П3.4	Отношение числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, к численности населения в регионе, %	0,06	0,07	0,06	0,12	0,04	0,08	0,13	0,08	0,04	0,09	0,04	0,09	0,06	0,03
	Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, тыс. ед.	2,38	0,46	0,49	4,75	0,63	0,91	3,44	0,90	1,22	1,69	0,55	2,86	1,48	0,41
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,10	0,68	0,79	4,00	1,47	1,20	2,56	1,18	3,16	1,89	1,29	3,20	2,47	1,21
П3.5	Темп роста реальных денежных доходов населения, %	95,1	98,3	100,7	96,7	97,9	101,4	95,1	97,8	95,2	97,7	100,4	97,4	100,4	99,2
П3.6	Соотношение численности населения, выезжающего на работу в регион, и численности занятого населения соответствующего региона, %	0,47	0,51	0,68	1,72	0,44	0,32	0,33	0,29	0,71	0,62	0,33	0,77	0,20	0,46
	Численность занятого населения, выезжающего на работу в регион, тыс. чел.	7,54	1,35	2,50	33,42	2,98	1,52	3,68	1,63	11,33	5,14	1,86	12,38	2,05	2,49
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,59	0,26	0,37	1,94	0,68	0,48	1,11	0,55	1,60	0,83	0,56	1,60	1,01	0,54
П4.1	ВРП на душу населения, тыс. руб. / д.н.	420,8	292,2	339,5	674,9	457,2	285,3	535,0	316,0	501,7	536,8	373,4	513,3	355,6	358,6
П4.2	Темп роста промышленного производства, %	98,2	95,4	106,3	96,6	95,2	97,7	97,5	104,1	95,3	98,4	117,8	96,3	107,1	96,4
П4.3	Сальдированный финансовый результат деятельности организаций, млрд. руб.	110,8	3,6	26,0	20,3	52,3	7,2	149,3	15,8	140,4	60,5	22,8	82,6	23,8	4,3
П4.4	Рентабельность проданных товаров, работ, услуг организаций обрабатывающего сектора экономики, %	4,6	8,1	14,7	6,9	10,8	13,4	16,2	9,3	8,4	7	13,8	8,9	9,6	4,1
П4.5	Доля убыточных организаций, %	30,6	33,2	29,9	26,9	27,2	30,3	28,8	26,4	27,3	37,4	34,7	25,7	32,8	41
П4.6	Количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств, ед.	134	19	55	309	70	43	140	64	160	93	69	175	118	64

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИПК	КО	НО	ОО	ИВО	СМО	СРО	УО
П5.1	Индекс качества городской среды для субъектов РФ, балл	184	186	162	188	175	192	172	163	183	168	172	171	177	175
П5.2	Доля автоторог регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям, %	55,3	11	32,5	47,5	50,5	40,6	48,4	32,5	35,4	30,8	67,4	34,6	13,8	45,9
П6.1	Количество вновь созданных субъектов малого и среднего предпринимательства, тыс. ед.	22,3	2,4	2,9	24,6	8,1	5,6	12,6	5,1	16,0	7,8	5,6	20,0	10,1	6,1
П7.1	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в среднегодовой численности занятых, %	0,49	0,05	0,22	0,66	0,27	0,29	0,86	0,27	2,56	0,10	1,00	0,56	0,50	0,88
	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, тыс. чел.	7,80	0,14	0,81	12,89	1,84	1,37	9,52	1,50	41,01	0,83	5,58	8,87	5,04	4,75
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,59	0,26	0,37	1,94	0,68	0,48	1,11	0,55	1,60	0,83	0,56	1,60	1,01	0,54
П7.2	Доля инновационных товаров, работ и услуг в регионе, %	7,9	6,2	20,9	18,1	10,4	9,3	11	8,3	14,6	3,4	8,7	9,2	1,3	13,1
П7.3	Доля инновационно-активных организаций в регионе, %	25,1	9,5	20,4	24,9	12,6	14,6	10,8	13,9	14,0	7,5	17,5	14,9	7,1	15,1
П7.4	Суммарное количество выданных патентов, ед.	527	101	99	1010	169	123	326	97	416	78	164	564	273	334
	Выдано патентов на изобретения, ед.	438	63	47	698	117	97	230	66	307	65	109	402	189	138
	Выдано патентов на полезные модели, ед.	89	38	52	312	52	26	96	31	109	13	55	162	84	196
П7.5	Доля организаций, использовавших специальные программные средства, %	61,4	66,3	59,7	69,1	63,5	59,4	68,1	65	73	68,5	64,4	61,3	58,3	59,4
П8.1	Инвестиции в основной капитал, тыс. руб. на д.н.	94,6	52,8	56,9	157,9	80,5	46,1	108,7	54,0	116,3	103,3	72,8	89,2	69,4	66,6
П8.2	Объем поступления прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию, млн. долл. США	409	1	1	675	28	12	548	51	1152	174	56	511	91	86
П9.1	Разница между выработкой и потреблением электроэнергии в регионе	-0,96	-2,01	-1,91	-5,30	-5,53	-0,32	4,11	-2,88	-8,46	-4,16	-3,70	1,28	28,38	-3,14

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов (производство электроэнергии за вычетом внутреннего потребления), млрд. кВт ч	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
П _{9.2}	Общая площадь земель, млн. га	14,3	2,3	2,6	6,8	4,2	1,8	16,0	12,0	7,7	12,4	4,3	5,4	10,1	3,7
П _{9.3}	Объем оборотной и последовательно используемой воды, млрд. м ³	4,93	0,22	0,16	5,03	0,41	0,35	1,99	1,01	1,31	1,81	0,07	3,57	7,07	0,62
П _{10.1}	Уровень развития государственно-частного партнерства, балл	13,6	5,8	7,1	1,2	9,3	5,4	13,1	5	12,2	8,7	5,9	20,6	9,2	6,7
П _{10.2}	Число функционирующих в регионе промышленных и инновационных кластеров, ед.	1	1	1	6	1	1	3	0	1	0	4	2	0	2
П _{11.1}	Численность слушателей (работников предприятий и организаций), обученных по дополнительным профессиональным программам, тыс. чел.	85,4	31,4	31,3	102,4	54,9	25,1	88,5	36,5	59,1	53,2	57,0	163,4	39,0	26,9
П _{12.1}	Удельный вес численности работников, имеющих право на компенсации за работу с вредными и опасными условиями труда, в организациях, в % от численности занятых	31,7	36,9	39,9	48,4	39,3	37,2	42,9	40,2	38,5	43,5	24,1	38,6	27,8	38,9
П _{12.2}	Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих	1,0	1,9	0,8	0,7	0,9	0,7	1,2	1,5	0,7	0,9	0,4	0,9	0,7	0,8
П _{13.1}	Расходы на охрану окружающей среды, млрд. руб.	23,9	2,9	2,3	30,6	4,4	3,1	15,8	4,8	19,7	7,8	1,6	19,8	6,3	3,6
П _{13.2}	Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, водные объекты, почву, тыс. т	441	55	59	325	131	25	281	87	122	405	33	255	127	31
П _{13.3}	Доля уловленных и обезвреженных вредных веществ в общем количестве отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников, %	41,3	15,2	84,5	43,7	40,2	22,4	77,8	67,9	40,1	55,1	97	64,5	72,9	36,5
П _{14.1}	Численность пациентов с психическими расстройствами, алкоголизмом,	2137,3	2540,7	2303,6	2241,6	2540,6	2523,7	1784,7	2320,2	2937,3	1858,6	1910,8	1188,9	2581,7	1648

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
	наркоманий в расчете на 100 000 чел. населения														
	Контингенты пациентов с психическими расстройствами и расстройствами поведения, на 100 000 чел. населения	1188,7	1304,2	1160,1	1228,5	1216,4	1186,3	815,6	975,5	1278,3	1238	802,5	586,1	1488,6	937,7
	Контингенты пациентов с алкоголизмом, на 100 000 чел. населения	855,2	1122,3	1067,8	758,3	1146,3	1288,1	772,4	1307,3	1511,4	566,5	1030,3	437,6	1003,3	592,3
	Контингенты пациентов с наркоманией, на 100 000 чел. населения	93,4	114,2	75,7	254,8	177,9	49,3	196,7	37,4	147,6	54,1	78	165,2	89,8	118
П1.2	Национальный туристический рейтинг, балл	100,7	42,8	36,3	105,1	65,2	58,6	88,3	57,3	96,3	65,3	56,8	94,1	73,2	68,6
П1.5.1	Рейтинг событийного потенциала регионов (место в рейтинге)	5	60	31	3	45	65	35	52	11	38	70	9	27	46

2019 г.

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П1.1	Коэффициент рождаемости организаций на 1000 организаций	109,4	52,7	49,8	95,8	81,5	55,3	64,6	46,9	78,1	53,3	70,9	97,4	62,9	76,7
П1.2	Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации, в расчете на душу населения, руб. / д.н.	2,66	3,06	3,19	2,94	3,23	3,32	5,23	3,79	4,07	3,76	2,51	5,32	3,29	4,27
	Сумма задолженности, млрд. руб.	10,96	2,09	2,56	11,75	4,77	4,02	13,51	4,55	12,95	7,15	3,27	17,05	8,17	5,22
	Среднегодная численность населения, млн. чел.	4,12	0,68	0,80	3,99	1,48	1,21	2,58	1,20	3,18	1,90	1,30	3,21	2,48	1,22
П1.3	Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), ед. / 100 000 чел. населения	118	11	23	81	23	27	38	22	57	98	19	53	58	36
П2.1	Национальный рейтинг губернаторов,	13	59	19	4	72	63	32	42	9	57	65	16	62	43

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов позиция в рейтинге	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИПК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
П2.2	Бюджетный эффект на душу населения (превышение доходной части бюджета над его расходной частью, определяется как разность между доходами и расходами бюджета), тыс. руб. / чел.	-3,96	2,55	1,66	3,74	-1,10	4,03	3,66	1,42	-0,25	0,58	-0,79	2,31	-0,34	-2,06
	Расходы бюджета, млрд. руб.	255,74	35,05	45,41	322,14	96,05	61,81	174,50	70,41	215,25	117,64	68,61	206,43	122,10	71,90
	Доходы бюджета, млрд. руб.	239,43	36,79	46,74	337,04	94,42	66,68	183,95	72,11	214,46	118,74	67,58	213,84	121,26	69,37
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,68	0,80	3,99	1,48	1,21	2,58	1,20	3,18	1,90	1,30	3,21	2,48	1,22
П2.3	Эффективность управления в субъектах Российской Федерации (политико-управленческого блока), балл	0,69	0,50	0,67	0,72	0,53	0,55	0,58	0,59	0,71	0,61	0,57	0,70	0,63	0,58
П3.1	Уровень занятости населения, %	55,3	57,4	60,8	61,9	60	57,6	54,8	57	61,9	55,5	55,5	60,6	55,5	55,9
П3.2	Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций, функционирующих в регионе, тыс. руб.	36,5	30,2	28,8	37,4	34,1	29,7	39,2	30,2	35,2	32,9	30,8	36,4	30,7	30,7
П3.3	Среднедушевые денежные доходы населения региона в месяц, тыс. руб.	30,6	20,9	19,7	35,7	25,1	20,2	30,6	23,6	33,8	24,5	23,0	29,4	22,8	23,7
П3.4	Отношение числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, к численности населения в регионе, %	0,08	0,06	0,08	0,13	0,05	0,12	0,12	0,08	0,05	0,10	0,05	0,07	0,05	0,05
	Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, тыс. ед.	3,45	0,38	0,66	5,05	0,81	1,42	2,99	1,00	1,46	1,92	0,63	2,11	1,19	0,56
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,68	0,80	3,99	1,48	1,21	2,58	1,20	3,18	1,90	1,30	3,21	2,48	1,22
П3.5	Темп роста реальных денежных доходов населения, %	100,6	100,0	101,3	101,8	101,3	104,1	101,9	101,2	102,5	99,9	100,1	99,7	100,9	98,6
П3.6	Соотношение численности населения, выезжающего на работу в регион, и численности занятого населения соответствующего региона, %	0,35	0,44	0,71	1,68	0,50	0,21	0,76	0,51	0,87	0,69	0,15	1,24	0,23	0,25

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
П4.1	ВРП на душу населения, тыс. руб. / дн.	445,86	298,99	331,41	720,05	480,56	278,13	574,43	292,34	503,98	564,48	341,90	531,10	333,07	344,37
П4.2	Темп роста промышленного производства, %	104,4	108,6	104,0	102,4	101,5	104,7	98,8	101,3	105,2	103,2	112,6	102,5	100,3	102,1
П4.3	Сальдированный финансовый результат деятельности организаций, млрд. руб.	232,6	-6,5	13,5	479,1	85,2	57,2	295,5	9,8	131,5	117,7	10,8	160,6	32,3	7,3
П4.4	Рентабельность проданных товаров, работ, услуг организаций обрабатывающего сектора экономики, %	11,3	6,8	7,9	5,7	9,4	14,5	22,8	5,9	9,5	2,4	8,4	7,6	9,5	8
П4.5	Доля убыточных организаций, %	30,8	32,9	27,2	28,2	29	28,2	30	27,8	26,8	35,5	36	28,2	33,1	40,2
П4.6	Количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств, ед.	250	21	67	382	94	65	198	69	219	142	81	263	166	106
П5.1	Индекс качества городской среды для субъектов РФ, балл	176	179	155	181	168	185	165	157	176	161	165	160	170	168
П5.2	Доля автодорог регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям, %	55	5,7	30,3	46,9	48	44,1	51,6	29,3	34,7	27,9	66,8	31,6	13,3	45,4
П6.1	Количество вновь созданных субъектов малого и среднего предпринимательства, тыс. ед.	26,4	3,1	3,3	29,3	9,8	7,3	17,4	6,6	20,2	9,7	7,5	27,6	12,3	7,6
П7.1	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в среднегодовой численности занятых, %	0,46	0,07	0,21	0,68	0,30	0,29	0,90	0,27	2,55	0,10	0,98	0,60	0,51	0,89
	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, тыс. чел.	7,56	0,19	0,81	13,21	2,04	1,45	10,06	1,49	41,73	0,88	5,69	9,77	5,36	4,93
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,65	0,28	0,39	1,94	0,69	0,50	1,12	0,56	1,63	0,88	0,58	1,62	1,05	0,55
П7.2	Доля инновационных товаров, работ и услуг в регионе, %	6,5	10,6	23,8	18,1	10,4	9,3	12,0	9,8	13,7	3,7	8,4	9,3	2,0	11,0
П7.3	Доля инновационно-активных организаций в регионе, %	10,3	11,3	21,2	17,4	10,6	15,0	8,7	14,6	13,7	5,6	13,1	10,2	6,1	14,6
П7.4	Суммарное количество выданных	749	114	102	1093	192	139	432	154	532	124	181	673	349	352

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
	патентов, ед.														
	Выдано патентов на изобретения, ед.	625	75	59	702	126	97	296	86	380	109	130	444	223	156
	Выдано патентов на полезные модели, ед.	124	39	43	391	66	42	136	68	152	15	51	229	126	196
П7.5	Доля организаций, использовавших специальные программные средства, %	87,2	89,7	90,9	91,7	88,8	88,4	87,5	89,8	89,1	91,2	88,6	83,5	82,3	86,7
П8.1	Инвестиции в основной капитал, тыс. руб. на д.н.	83,5	40,4	66,9	164,3	70,3	53,6	108,9	57,0	92,0	108,2	68,1	92,3	66,7	64,6
П8.2	Объем поступления прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию, млн. долл. США	331	5	1	1832	1	7	1129	5	506	153	114	697	77	133
П9.1	Разница между выработкой и потреблением электроэнергии в регионе (производство электроэнергии за вычетом внутреннего потребления), млрд. кВт ч	-0,85	-1,78	-1,76	-1,71	-5,97	-0,98	7,10	-2,84	-11,14	-5,08	-3,90	-1,25	26,66	-3,01
П9.2	Общая площадь земель, млн. га	14,3	2,3	2,6	6,8	4,2	1,8	16,0	12,0	7,7	12,4	4,3	5,4	10,1	3,7
П9.3	Объем оборотной и последовательно используемой воды, млрд. м ³	5,27	0,22	0,17	5,66	0,43	0,38	1,99	1,10	2,27	1,94	0,08	3,59	6,84	0,63
П10.1	Уровень развития государственно-частного партнерства, балл	64,4	20,6	38,3	35,2	68,3	45,2	95,8	44,7	96,9	40,6	38,1	98,7	44,7	55,1
П10.2	Число функционирующих в регионе промышленных и инновационных кластеров, ед.	1	1	1	6	1	1	3	0	1	0	4	2	0	2
П11.1	Численность слушателей (работников предприятий и организаций), обученных по дополнительным профессиональным программам, тыс. чел.	61,6	26,8	28,7	108,3	46,4	25,4	123,8	21,0	38,4	42,7	35,0	194,2	40,2	26,1
П12.1	Удельный вес численности работников, имеющих право на компенсации за работу с вредными и опасными условиями труда, в организациях, в % от численности занятых	32,2	38,2	39,1	48,7	39,0	35,1	44,0	41,5	37,3	43,2	23,1	38,5	28,2	36,2
П12.2	Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с	1,0	2,2	1,0	0,8	1,5	0,9	1,5	1,6	1,0	1,1	0,6	1,0	0,9	1,1

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
	утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих														
П13.1	Расходы на охрану окружающей среды, млрд. руб.	16,8	2,0	1,9	26,8	4,1	2,1	15,9	5,0	14,7	6,5	1,5	16,2	5,1	2,7
П13.2	Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, водные объекты, почву, тыс. т	471	37	51	290	197	37	293	89	162	452	28	254	120	28
П13.3	Доля уловленных и обезвреженных вредных веществ в общем количестве отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников, %	40,4	22	86,4	47,4	26	16	80,4	61,1	38,6	53,8	97,4	62,8	68	43,7
П14.1	Численность пациентов с психическими расстройствами, алкоголизмом, наркоманией в расчете на 100 000 чел. населения	2176,3	2594	2306	2232,4	2419,4	2603,1	1804,6	2344,8	2927,5	1834,8	1906,3	1185,4	2641,8	1623,4
	Контингенты пациентов с психическими расстройствами и расстройствами поведения, на 100 000 чел. населения	1186	1328,5	1167,6	1227,6	1107,9	1228	854,6	988,8	1282,2	1241,9	818,3	592,6	1503,2	942,6
	Контингенты пациентов с алкоголизмом, на 100 000 чел. населения	893,1	1151	1066,8	761,5	1147,5	1323,9	769,8	1318,8	1500,7	542,6	1011,2	434	1046,9	573,3
	Контингенты пациентов с наркоманией, на 100 000 чел. населения	97,2	114,5	71,6	243,3	164	51,2	180,2	37,2	144,6	50,3	76,8	158,8	91,7	107,5
П14.2	Национальный туристический рейтинг, балл	100,8	41,5	34,3	101,3	51,3	51,4	80,4	49,7	99	64,5	47,8	84,2	65,9	63,2
П15.1	Рейтинг событийного потенциала регионов (место в рейтинге)	6	62	31	3	58	58	37	52	7	30	64	8	34	42

2018 г.

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
П1.1	Коэффициент рождаемости организаций	97,5	58,8	50,5	90,4	79,8	59,8	59,5	47,7	77,9	55,1	73,7	103,7	66,7	85,5

Продолжение таблицы Б.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
	на 1000 организаций														
П1.2	Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации, в расчете на душу населения, руб. / д.н.	2,68	3,76	3,10	3,40	3,96	4,39	5,71	3,80	4,08	4,49	3,18	6,01	3,73	4,16
	Сумма задолженности, млрд. руб.	11,06	2,58	2,50	13,52	5,88	5,35	14,82	4,63	13,07	8,62	4,18	19,31	9,32	5,13
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,68	0,81	3,97	1,49	1,22	2,60	1,22	3,20	1,92	1,32	3,21	2,50	1,23
П1.3	Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), ед. / 100 000 чел. населения	84	9	19	67	16	18	28	19	32	92	10	52	53	20
П2.1	Национальный рейтинг губернаторов, позиция в рейтинге	11	51	19	4	68	50	24	47	15	75	53	20	56	35
П2.2	Бюджетный эффект на душу населения (превышение доходной части бюджета над его расходной частью, определяется как разность между доходами и расходами бюджета), тыс. руб. / чел.	5,97	0,50	-8,73	1,39	1,15	1,63	1,49	1,35	2,88	6,40	0,13	5,14	2,13	0,54
	Расходы бюджета, млрд. руб.	215,27	30,48	48,20	319,39	83,73	55,81	153,37	62,71	186,20	96,61	64,64	182,45	105,24	64,95
	Доходы бюджета, млрд. руб.	239,89	30,82	41,15	324,92	85,44	57,79	157,25	64,35	195,41	108,90	64,81	198,97	110,57	65,61
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,68	0,81	3,97	1,49	1,22	2,60	1,22	3,20	1,92	1,32	3,21	2,50	1,23
П2.3	Эффективность управления в субъектах Российской Федерации (политико-управленческого блока), балл	0,667	0,619	0,791	0,701	0,622	0,597	0,644	0,569	0,691	0,668	0,629	0,74	0,631	0,621
П3.1	Уровень занятости населения, %	56,6	56,4	58,3	61,9	60,8	58,1	56,2	59	61,7	59,9	57,4	61,5	54,4	56,8
П3.2	Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций, функционирующих в регионе, тыс. руб.	33,8	28,1	26,7	35,2	31,8	27,0	35,8	27,9	32,9	30,4	29,0	33,8	26,8	28,4
П3.3	Среднедушевые денежные доходы населения региона в месяц, тыс. руб.	29,0	19,8	18,7	33,7	23,8	18,5	28,7	22,2	31,4	23,4	21,8	28,2	21,4	22,8
П3.4	Отношение числа семей, получивших	0,07	0,05	0,10	0,15	0,06	0,07	0,09	0,10	0,03	0,07	0,05	0,06	0,06	0,06

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
	жилые помещения и улучшивших жилищные условия, к численности населения в регионе, %														
	Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, тыс. ед.	2,96	0,34	0,81	5,81	0,85	0,85	2,38	1,17	0,90	1,40	0,68	1,95	1,41	0,72
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,68	0,81	3,97	1,49	1,22	2,60	1,22	3,20	1,92	1,32	3,21	2,50	1,23
П3.5	Темп роста реальных денежных доходов населения, %	100,1	101,9	103,3	103,7	101,2	103,7	100,8	101,4	102,8	99,4	100,3	100,8	100,5	100,6
П3.6	Соотношение численности населения, выезжающего на работу в регион, и численности занятого населения соответствующего региона, %	0,47	0,66	0,69	1,76	0,39	0,26	0,55	0,56	0,68	0,58	0,24	1,01	0,33	0,42
П4.1	ВРП на душу населения, тыс. руб. / д.н.	428,7	282,8	307,0	673,1	450,2	258,0	543,6	276,5	465,8	537,2	310,2	509,9	315,6	311,2
П4.2	Темп роста промышленного производства, %	103,3	99,5	109,1	102,1	102,2	100,1	102,9	105,9	103,7	103,7	105,6	100,9	100,8	101,3
П4.3	Сальдированный финансовый результат деятельности организаций, млрд. руб.	247,2	4,2	5,1	456,2	90,0	-93,8	141,6	7,6	151,2	149,7	4,5	321,0	22,8	2,5
П4.4	Рентабельность проданных товаров, работ, услуг организаций обрабатывающего сектора экономики, %	15,2	8,9	6,3	6,7	6,5	14,6	20,9	6,4	8,9	10,6	9,6	8,9	9,4	3,5
П4.5	Доля убыточных организаций, %	28,8	38,6	31	28,8	31,4	32,2	31,3	31,2	28,3	36,5	38,3	26,3	34,1	42,5
П4.6	Количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств, ед.	246	20	69	431	98	91	289	106	262	137	75	292	155	76
П5.1	Индекс качества городской среды для субъектов РФ, балл	179	179	189	190	180	205	153	181	190	166	187	163	196	177
П5.2	Доля автодорог регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям, %	54,5	1,4	27,7	46,4	47,4	42,9	47,5	26,4	29,9	25	64	28,9	9,9	44
П6.1	Количество вновь созданных субъектов малого и среднего	25,9	3,3	3,5	31,4	11,3	7,9	19,3	7,1	21,9	10,6	8,0	30,2	12,9	8,0

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
	предприимательства, тыс. ед.														
П7.1	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в среднегодовой численности занятых, %	0,46	0,09	0,26	0,65	0,27	0,33	0,85	0,30	2,50	0,10	0,96	0,60	0,53	0,88
	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, тыс. чел.	7,80	0,24	0,98	12,67	1,86	1,69	9,85	1,74	40,82	0,91	5,79	9,96	5,59	5,01
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,69	0,28	0,38	1,94	0,70	0,52	1,16	0,59	1,63	0,92	0,60	1,65	1,05	0,57
П7.2	Доля инновационных товаров, работ и услуг в регионе, %	6,3	2,8	24,3	20,9	12,6	11,1	18,4	8,9	15,7	3,2	7,7	13,5	2,4	13,4
П7.3	Доля инновационно-активных организаций в регионе, %	12,4	8,8	16,4	21,5	8,5	30,4	10,6	12,3	18,1	5,4	20,9	8,3	11,2	12,3
П7.4	Суммарное количество выданных патентов, ед.	722	146	87	1078	229	139	470	154	536	122	154	727	348	356
	Выдано патентов на изобретения, ед.	543	99	48	668	115	102	340	90	355	103	120	451	180	110
	Выдано патентов на полезные модели, ед.	179	47	39	410	114	37	130	64	181	19	34	276	168	246
П7.5	Доля организаций, использовавших специальные программные средства, %	88,9	84,1	86,9	92,3	87,1	87,1	88,6	87	90,1	91,1	85,4	78,9	80,6	84,9
П8.1	Инвестиции в основной капитал, тыс. руб. на д.н.	66,0	40,1	65,4	161,6	64,2	46,0	93,1	46,6	80,4	105,6	65,7	83,1	63,2	66,7
П8.2	Объем поступления прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию, млн. долл. США	229	0	3	577	300	128	2962	64	742	22	58	1324	55	306
П9.1	Разница между выработкой и потреблением электроэнергии в регионе (производство электроэнергии за вычетом внутреннего потребления), млрд. кВт ч	-3,13	-1,69	-1,73	-2,95	-5,95	-0,55	8,06	-2,97	-10,78	-4,67	-3,90	0,33	28,63	-3,16
П9.2	Общая площадь земель, млн. га	14,29	2,34	2,61	6,78	4,21	1,83	16,02	12,04	7,66	12,37	4,34	5,36	10,12	3,72
П9.3	Объем оборотной и последовательно используемой воды, млрд. м³	5,05	0,23	0,18	5,57	0,45	0,41	2,09	1,10	1,46	1,74	0,07	3,60	7,27	0,84
П10.1	Уровень развития государственно-частного партнерства, балл	90	24,8	46	72,6	76,4	40,7	84,1	33,6	83,2	44,2	48,7	90	45,8	72,8

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П10.2	Число функционирующих в регионе промышленных и инновационных кластеров, ед.	1	1	1	6	1	1	3	0	1	0	4	2	0	2
П11.1	Численность слушателей (работников предприятий и организаций), обученных по дополнительным профессиональным программам, тыс. чел.	90,4	24,4	33,6	107,5	35,1	28,4	123,3	28,1	46,3	56,3	35,7	176,1	31,6	26,5
П12.1	Удельный вес численности работников, имеющих право на компенсации за работу с вредными и опасными условиями труда, в организациях, в % от численности занятых	32,7	39,8	36,5	47,9	41,3	49,1	44,7	41,7	38,3	45,0	23,5	41,6	28,9	38,7
П12.2	Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих	1,0	2,1	1,0	0,7	1,5	0,9	1,5	1,8	0,9	1,1	0,6	1,0	1,0	1,1
П13.1	Расходы на охрану окружающей среды, млрд. руб.	24,3	1,9	1,6	22,1	2,8	2,0	13,7	4,3	15,7	7,0	1,4	12,8	4,9	2,4
П13.2	Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, водные объекты, почву, тыс. т	455	38	38	394	179	42	293	94	92	508	27	218	118	31
П13.3	Доля уловленных и обезвреженных вредных веществ в общем количестве отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников, %	43	21,1	90,6	49,9	19,4	13,9	75,8	46,5	44,5	71,2	63,5	53,7	68,5	41,1
П14.1	Численность пациентов с психическими расстройствами, алкоголизмом, наркоманией в расчете на 100 000 чел. населения	2245,2	2712,2	2350,8	2210,8	2490,5	2689,8	1954,5	2365,2	3185,2	1840,3	2033,6	1182,4	2719,9	2052,9
	Контингенты пациентов с психическими расстройствами и расстройствами поведения, на 100 000 чел. населения	1174,3	1347,3	1182,1	1213,4	1140,8	1251,6	907,6	984,5	1285,9	1251,8	830,3	584	1540,9	941,6
	Контингенты пациентов с алкоголизмом, на 100 000 чел.	967,7	1249,7	1083	761,2	1189,3	1382,4	851,2	1344,4	1742,6	538,1	1110,8	446,1	1083,7	928,6

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИПК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
	населения														
	Контингент пациентов с наркоманией, на 100 000 чел. населения	103,2	115,2	85,7	236,2	160,4	55,8	195,7	36,3	156,7	50,4	92,5	152,3	95,3	182,7
П1.4.2	Национальный туристический рейтинг, балл	88,2	40	32,3	85,4	52,2	51,3	82,2	51,1	92	64	46,6	79,6	65,2	69,7
П1.5.1	Рейтинг событийного потенциала регионов (место в рейтинге)	6	61	46	4	34	71	18	45	5	38	67	16	22	33

2017 г.

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИПК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П1.1	Коэффициент рождаемости организаций на 1000 организаций	100,7	70,4	63,5	92,9	82,8	75,1	67,0	57,1	89,0	66,7	79,8	102,3	69,1	82,2
П1.2	Задолженность по налогам и сборам, страховым взносам, пеням, налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации, в расчете на душу населения, руб. / д.н.	4,02	4,90	4,53	3,81	5,21	4,22	7,22	4,73	6,28	5,88	3,77	7,47	4,26	4,58
	Сумма задолженности, млрд. руб.	16,55	3,37	3,69	15,07	7,79	5,16	18,85	5,85	20,24	11,40	5,01	24,03	10,69	5,69
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,69	0,81	3,96	1,49	1,22	2,61	1,24	3,22	1,94	1,33	3,22	2,51	1,24
П1.3	Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), ед. / 100 000 чел. населения	62	7	6	76	24	22	22	15	25	62	10	79	47	19
П2.1	Национальный рейтинг губернаторов, позиция в рейтинге	12	48	16	8	51	40	18	57	53	45	41	56	59	17
П2.2	Бюджетный эффект на душу населения (превышение доходной части бюджета над его расходной частью, определяется как разность между доходами и расходами бюджета), тыс. руб. / чел.	2,84	0,21	-12,38	3,45	0,13	-0,41	0,20	-0,06	-1,14	-0,49	-0,30	-0,09	0,29	-2,17
	Расходы бюджета, млрд. руб.	189,3	30,5	49,9	274,0	78,3	52,0	144,8	58,3	178,8	92,8	56,7	182,3	99,0	61,1
	Доходы бюджета, млрд. руб.	201,0	30,7	39,9	287,7	78,5	51,5	145,4	58,3	175,2	91,9	56,3	182,0	99,7	58,4
	Среднегодовая численность	4,12	0,69	0,81	3,96	1,49	1,22	2,61	1,24	3,22	1,94	1,33	3,22	2,51	1,24

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов населения, млн. чел.	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ИРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П2.3	Эффективность управления в субъектах Российской Федерации (политико-управленческого блока), балл	0,706	0,606	0,729	0,722	0,598	0,61	0,711	0,56	0,686	0,647	0,632	0,728	0,663	0,602
П3.1	Уровень занятости населения, %	57	58,1	60,7	62	61,2	58,5	56,2	58,8	61,5	59,7	55,9	61	54,3	57,4
П3.2	Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций, функционирующих в регионе, тыс. руб.	30,4	25,4	24,3	32,3	29,0	24,5	33,0	25,2	30,4	27,4	26,2	30,5	24,7	26,3
П3.3	Среднедушевые денежные доходы населения региона в месяц, тыс. руб.	28,4	19,0	18,1	31,7	23,9	17,9	28,7	21,6	30,7	22,7	21,6	27,0	19,8	23,1
П3.4	Отношение числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, к численности населения в регионе, %	0,08	0,06	0,17	0,20	0,12	0,11	0,10	0,11	0,05	0,09	0,07	0,07	0,14	0,04
	Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, тыс. ед.	3,4	0,4	1,4	8,0	1,8	1,3	2,5	1,4	1,5	1,7	0,9	2,3	3,4	0,5
	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	4,12	0,69	0,81	3,96	1,49	1,22	2,61	1,24	3,22	1,94	1,33	3,22	2,51	1,24
П3.5	Темп роста реальных денежных доходов населения, %	100,1	101,9	103,3	103,7	101,2	103,7	100,8	101,4	102,8	99,4	100,3	100,8	100,5	100,6
П3.6	Соотношение численности населения, выезжающего на работу в регион, и численности занятого населения соответствующего региона, %	0,24	0,85	0,60	1,51	0,46	0,20	0,38	0,15	0,75	0,52	0,23	1,13	0,21	0,62
П4.1	ВРП на душу населения, тыс. руб. / д.н.	366,0	260,7	292,6	582,2	390,8	240,4	474,1	257,7	428,2	440,0	281,4	453,0	295,0	299,9
П4.2	Темп роста промышленного производства, %	102,6	106,9	110,9	101,8	100,2	103,1	104,1	102,1	105,0	100,1	103,4	102,5	105,0	107,0
П4.3	Сальдированный финансовый результат деятельности организаций, млрд. руб.	261,7	7,7	-62,6	314,2	103,1	-837,1	142,1	9,7	143,3	91,5	9,5	124,8	31,4	11,2
П4.4	Рентабельность проданных товаров, работ, услуг организаций обрабатывающего сектора экономики, %	13,4	17,1	5,5	7,8	6,8	11,8	18,6	8,7	10,3	6,6	13,1	7,1	9,3	7,8
П4.5	Доля убыточных организаций, %	27,9	34,1	28,3	28,9	27,4	30,9	28,7	28,6	28,5	40,1	37,9	27,9	31	40,3

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
П4.6	Количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств, ед.	318	60	66	466	80	110	332	86	241	127	92	330	150	79
П5.1	Индекс качества городской среды для субъектов РФ, балл	179	179	189	190	180	205	153	181	190	166	187	163	196	177
П5.2	Доля автодорог регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям, %	54	1,1	27,7	46,3	45,8	38,5	61	24	29	24,5	63,8	27,3	9	43
П6.1	Количество вновь созданных субъектов малого и среднего предпринимательства, тыс. ед.	24,9	3,5	3,3	29,2	11,0	7,4	18,1	7,0	22,7	10,2	7,5	27,0	11,5	7,4
П7.1	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в среднегодовой численности занятых, %	0,45	0,06	0,21	0,63	0,28	0,29	0,89	0,30	2,44	0,15	0,79	0,65	0,53	0,87
	Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, тыс. чел.	7,74	0,19	0,83	12,32	1,96	1,56	10,33	1,78	40,40	1,39	4,82	10,84	5,68	5,05
	Среднегодовая численность занятых, млн. чел.	1,73	0,29	0,39	1,95	0,71	0,53	1,16	0,59	1,66	0,93	0,61	1,66	1,08	0,58
П7.2	Доля инновационных товаров, работ и услуг в регионе, %	7,0	14,2	27,5	19,6	10,8	12,2	16,0	6,2	15,4	3,2	10,1	15,6	2,3	12,8
П7.3	Доля инновационно-активных организаций в регионе, %	14,0	10,3	18,9	31,7	9,0	29,0	13,4	11,4	20,1	9,3	24,5	6,1	11,8	8,3
П7.4	Суммарное количество выданных патентов, ед.	830	123	83	1024	180	161	442	152	518	124	178	686	347	386
	Выдано патентов на изобретения, ед.	647	86	48	691	112	108	326	87	365	107	134	418	217	223
	Выдано патентов на полезные модели, ед.	183	37	35	333	68	53	116	65	153	17	44	268	130	163
П7.5	Доля организаций, использовавших специальные программные средства, %	88,2	83,2	75,7	92	81,8	85,6	85,6	85,9	91,1	90,6	86,7	72,5	73,6	86,5
П8.1	Инвестиции в основной капитал, тыс. руб. на д.н.	68,5	35,2	72,6	163,9	55,3	42,5	93,3	44,9	75,7	93,2	53,9	81,1	58,7	67,3
П8.2	Объем поступления прямых	258	2	7	662	206	20	475	74	706	51	61	385	124	160

Продолжение таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
	иностранных инвестиций в Российскую Федерацию, млн. долл. США														
П _{9.1}	Разница между выработкой и потреблением электроэнергии в регионе (производство электроэнергии за вычетом внутреннего потребления), млрд. кВт ч	-3,4	-1,9	-1,8	-7,3	-6,4	0,2	6,9	-2,9	-10,4	-4,2	-3,8	-1,2	29,3	-3,3
П _{9.2}	Общая площадь земель, млн. га	14,3	2,3	2,6	6,8	4,2	1,8	16,0	12,0	7,7	12,4	4,3	5,4	10,1	3,7
П _{9.3}	Объем оборотной и последовательно используемой воды, млрд. м ³	5,10	0,23	0,18	5,35	0,34	0,44	1,87	0,95	1,51	1,73	0,08	3,47	7,37	0,66
П _{10.1}	Уровень развития государственно-частного партнерства, балл	67,7	16,5	22,3	66,1	62,5	38,3	53,6	26,3	69,4	46,7	35,1	82,7	43,2	63,7
П _{10.2}	Число функционирующих в регионе промышленных и инновационных кластеров, ед.	1	1	1	6	1	1	3	0	1	0	4	2	0	2
П _{11.1}	Численность слушателей (работников предприятий и организаций), обученных по дополнительным профессиональным программам, тыс. чел.	90,4	24,4	33,6	107,5	35,1	28,4	123,3	28,1	46,3	56,3	35,7	176,1	31,6	26,5
П _{12.1}	Удельный вес численности работников, имеющих право на компенсации за работу с вредными и опасными условиями труда, в организациях, в % от численности занятых	31,6	35,0	36,1	51,5	45,8	50,2	45,1	43,7	45,8	48,3	22,3	44,4	35,4	42,0
П _{12.2}	Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих	1,1	1,6	1,3	0,6	1,5	0,9	1,6	2,0	0,9	1,1	0,5	1,3	0,8	1,3
П _{13.1}	Расходы на охрану окружающей среды, млрд. руб.	20,0	0,9	2,2	20,6	2,9	1,7	11,0	4,1	9,9	6,8	1,2	14,3	5,7	2,2
П _{13.2}	Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, водные объекты, почву, тыс. т	418	35	54	286	139	43	311	98	151	475	37	251	123	34
П _{13.3}	Доля уловленных и обезвреженных вредных веществ в общем количестве	46,9	19,5	90,4	61,8	50,9	16,6	79,9	48,8	44,8	63,4	52,4	54,7	76	69,9

Окончание таблицы Е.1

№	Элементы расчетов	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
	отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников, %														
П14.1	Численность пациентов с психическими расстройствами, алкоголизмом, наркоманией в расчете на 100 000 чел. населения	2289,7	2861,9	2385,6	2223,5	2532,4	2771,4	2326	2401,8	3472,6	1929,6	2108,6	1277,4	2793,7	2406,6
	Контингенты пациентов с психическими расстройствами и расстройствами поведения, на 100 000 чел. населения	1162,1	1381,1	1183,8	1205,7	1154	1282,8	977,8	992,9	1307,9	1265,8	823,2	589,5	1551,3	922,7
	Контингенты пациентов с алкоголизмом, на 100 000 чел. населения	1019,8	1355,9	1116,1	773,5	1223	1426,1	1105,5	1373,8	2003,4	607,9	1191,3	520,4	1139,9	1271,4
	Контингенты пациентов с наркоманией, на 100 000 чел. населения	107,8	124,9	85,7	244,3	155,4	62,5	242,7	35,1	161,3	55,9	94,1	167,5	102,5	212,5
П14.2	Национальный туристический рейтинг, балл	82,2	42,3	36,3	80	49,7	49,5	76,5	55,6	85	62	47,1	72,8	61,3	68,5
П15.1	Рейтинг событийного потенциала регионов (место в рейтинге)	8	0	0	5	40	0	19	32	7	41	37	18	44	32

Приложение Ж
Таблица Ж.1 – Позиции регионов в рейтинге репутационной экономики (Rij)
 2021 г.

Показатель	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Демография организаций (П _{1.1})	15	59	74	7	11	61	71	76	29	72	52	17	78	33
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	22	4	19	13	48	27	51	33	39	17	18	65	28	47
Коррупция (П _{1.3})	3	79	40	5	59	50	58	66	18	17	52	13	29	71
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	17	71	29	6	72	30	20	70	9	50	64	19	76	51
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	72	27	29	44	73	63	11	26	58	14	39	15	57	79
Эффективность управления (П _{2.3})	18	75	23	6	77	69	30	71	10	59	39	16	43	57
Занятость населения (П _{3.1})	65	59	29	15	25	37	60	46	16	54	47	18	73	63
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	39	73	75	33	54	70	30	65	44	59	67	40	61	66
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	38	80	81	17	63	79	35	66	21	67	68	37	71	64
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	50	51	58	10	53	19	18	24	67	23	63	33	25	62
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	69	39	23	19	46	20	51	45	28	79	64	52	60	55
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	54	42	68	20	62	78	58	69	33	50	65	28	64	63
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	49	73	65	15	43	75	29	63	38	24	60	30	59	61
Оборот организаций (П _{4.2})	40	78	19	32	35	79	47	10	9	77	7	64	27	20
Совокупная прибыль (П _{4.3})	22	69	63	9	42	70	20	62	23	27	59	15	49	65
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	29	61	26	38	57	53	5	35	32	41	42	27	44	73
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	34	51	20	6	13	27	24	2	7	64	36	10	35	58
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	10	72	55	6	37	40	20	47	11	27	41	9	22	33
Качество городской среды (П _{5.1})	22	19	72	14	39	11	49	66	24	61	48	58	35	40
Качество автодорог (П _{5.2})	17	82	71	18	65	74	24	84	57	44	12	34	55	15
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	8	68	65	5	30	45	17	49	12	29	43	9	23	41

⁸РБ – Республика Башкортостан, РМЭ – Республика Марий Эл, РМ – Республика Мордовия, РТ – Республика Татарстан, УР – Удмуртская Республика, ЧР – Чувашская Республика, ПРК – Пермский край, КО – Кировская область, НО – Нижегородская область, ОО – Оренбургская область, ПЗО – Пензенская область, СМО – Самарская область, СРО – Саратовская область, УО – Ульяновская область.

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	26	80	48	18	50	43	13	44	1	73	15	32	28	11
Инновационная продукция (П _{7.2})	17	24	1	2	19	15	33	30	9	23	21	14	55	4
Инновационная активность организаций в регионе (П _{7.3})	3	31	4	1	19	11	30	26	15	54	14	5	46	7
Патентная активность (П _{7.4})	7	51	38	4	28	45	16	41	12	46	27	9	19	15
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	65	32	81	40	39	71	13	50	14	9	62	52	79	57
Инвестиционный климат (П _{8.1})	38	80	72	18	56	81	32	73	31	40	61	34	64	48
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	25	79	70	28	64	68	37	51	18	57	73	16	35	47
Энергодостаточность (П _{9.1})	20	41	43	62	64	29	17	48	69	55	54	53	2	52
Земельные ресурсы (П _{9.2})	27	73	68	44	57	75	24	30	40	29	56	50	32	59
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	10	61	65	9	54	52	22	39	30	26	70	17	5	50
Развитость государственно-частного партнёрства (П _{10.1})	17	70	64	6	26	56	11	47	8	42	52	24	34	38
Развитие кластеров (П _{10.2})	7	7	7	2	7	7	5	0	7	0	4	6	0	6
Дополнительное профессиональное образование персонала (П _{11.1})	18	30	37	10	16	41	8	27	21	26	32	5	28	40
Вредные условия труда (П _{12.1})	61	44	39	19	38	47	25	33	41	26	75	40	69	51
Производственный травматизм (П _{12.2})	51	6	75	72	22	71	30	8	70	45	77	59	69	62
Природоохранные расходы (П _{13.1})	11	63	69	7	43	57	12	40	18	23	68	9	34	50
Загрязнение окружающей среды (П _{13.2})	79	22	29	73	56	17	71	41	49	77	18	70	48	20
Природоохранные мероприятия (П _{13.3})	55	69	6	53	58	70	16	39	59	37	1	49	20	60
Уровень отчаяния в регионе (П _{14.1})	41	63	52	48	67	59	30	62	78	37	35	7	60	21
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П _{14.2})	12	65	72	8	40	48	21	51	9	38	53	10	25	41
Ивент-индустрия (П _{15.1})	6	73	25	3	42	44	17	30	4	43	51	9	33	27

2020 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
Демография организаций (П _{1.1})	2	73	78	7	15	64	43	75	26	63	42	18	48	23
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	19	16	25	13	26	38	49	42	37	34	20	62	29	47
Коррупция (П _{1.3})	6	78	34	3	43	53	16	37	28	33	45	19	22	47

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
Рейтинг глав регионов (П2.1)	19	62	23	1	74	42	31	56	16	72	65	15	73	43
Эффективность освоения бюджетных средств (П2.2)	72	25	12	61	77	22	71	21	55	42	32	19	44	67
Эффективность управления (П2.3)	16	69	22	7	66	64	38	51	17	41	57	15	27	45
Занятость населения (П3.1)	62	59	48	14	23	40	58	39	13	57	67	18	70	65
Средний уровень заработной платы (П3.2)	40	68	77	36	49	74	32	66	44	58	65	39	62	67
Среднедушевой денежный доход населения (П3.3)	33	79	81	18	61	80	34	68	21	65	69	36	70	67
Улучшение жилищных условий населения (П3.4)	52	42	48	16	65	39	14	37	72	27	66	28	50	73
Уровень социальной стабильности (П3.5)	79	48	18	73	55	11	80	58	78	60	21	63	22	38
Межрегиональная трудовая миграция (П3.6)	65	62	54	22	68	79	77	80	53	55	76	47	83	66
Валовой региональный продукт (П4.1)	46	74	64	16	45	75	27	67	36	28	58	34	61	60
Оборот организаций (П4.2)	53	69	17	62	72	56	58	24	70	52	3	65	15	63
Совокупная прибыль (П4.3)	20	68	50	54	38	65	16	59	18	32	53	26	51	67
Рентабельность реализованной продукции (П4.4)	73	56	15	64	42	24	10	49	54	63	21	52	46	77
Удельный вес убыточных организаций (П4.5)	29	40	27	13	15	28	20	11	16	64	48	7	38	73
Уровень банкротства организаций (П4.6)	16	72	50	5	37	60	14	44	11	28	39	10	21	43
Качество городской среды (П5.1)	20	19	71	17	39	11	48	69	22	58	47	53	32	40
Качество автодорог (П5.2)	17	85	72	42	33	52	39	73	64	74	10	67	84	45
Малое и среднее предпринимательство (П6.1)	7	73	64	6	29	46	15	51	12	31	45	10	21	41
Кадровое обеспечение инновационного развития (П7.1)	32	79	54	17	47	44	14	48	1	74	9	26	31	13
Инновационная продукция (П7.2)	20	28	1	3	12	14	9	19	4	43	17	15	60	7
Инновационная активность организаций в регионе (П7.3)	1	40	4	2	24	15	36	18	17	53	9	14	56	13
Патентная активность (П7.4)	9	42	44	4	30	37	17	45	13	55	33	8	19	16
Уровень диверсификации бизнеса (П7.5)	64	40	68	30	60	69	35	46	11	33	53	65	75	70
Инвестиционный климат (П8.1)	45	75	70	19	56	82	33	76	25	35	57	49	62	64
Объем инвестиций в развитие региона (П8.2)	25	76	77	20	62	67	22	57	12	39	54	23	48	51
Энергодостаточность (П9.1)	31	41	40	62	63	24	15	49	66	55	54	20	1	51
Земельные ресурсы (П9.2)	27	73	68	44	57	75	23	30	40	29	56	50	32	59
Оборотное использование водных ресурсов (П9.3)	11	62	67	10	52	55	23	39	33	24	70	16	5	48

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Развитость государственно-частного партнёрства (П10.1)	11	42	35	67	20	51	13	53	16	25	41	7	21	38
Развитие кластеров (П10.2)	7	7	7	2	7	7	5	0	7	0	4	6	0	6
Дополнительное профессиональное образование персонала (П11.1)	14	34	35	8	19	40	10	29	17	21	18	3	28	39
Вредные условия труда (П12.1)	60	47	36	16	39	45	26	35	42	23	75	41	70	40
Производственный травматизм (П12.2)	46	4	63	73	59	74	29	13	75	60	82	61	76	64
Природоохранные расходы (П13.1)	9	56	61	5	41	54	16	38	12	28	68	11	35	47
Загрязнение окружающей среды (П13.2)	77	29	32	72	53	16	69	41	50	75	20	68	51	19
Природоохранные мероприятия (П13.3)	53	78	10	50	54	68	22	33	55	42	1	38	27	60
Уровень отчаяния в регионе (П14.1)	47	69	55	53	68	66	28	56	81	32	34	7	70	22
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П14.2)	9	65	72	8	42	49	20	51	11	41	52	14	32	37
Ивент-индустрия (П15.1)	5	60	31	3	45	65	35	52	11	38	70	9	27	46

2019 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Демография организаций (П1.1)	3	69	72	8	20	63	41	77	23	67	32	6	47	24
Налоговая дисциплина (П1.2)	12	20	25	18	26	28	56	33	38	32	9	59	27	45
Коррупция (П1.3)	5	66	44	11	44	42	31	46	23	8	52	24	22	34
Рейтинг глав регионов (П2.1)	13	59	19	4	72	63	32	42	9	57	65	16	62	43
Эффективность освоения бюджетных средств (П2.2)	80	22	27	14	68	13	16	31	53	42	62	23	54	72
Эффективность управления (П2.3)	18	69	23	13	65	62	56	54	14	46	58	17	37	56
Занятость населения (П3.1)	67	45	19	17	25	44	71	50	16	64	66	21	65	60
Средний уровень заработной платы (П3.2)	38	70	75	37	50	73	31	68	45	57	64	39	65	66
Среднедушевой денежный доход населения (П3.3)	32	78	81	16	61	80	31	71	20	65	72	35	73	70
Улучшение жилищных условий населения (П3.4)	34	59	36	15	60	18	19	35	70	23	65	51	66	69
Уровень социальной стабильности (П3.5)	54	63	33	24	34	3	20	37	17	67	61	70	47	82
Межрегиональная трудовая миграция (П3.6)	69	63	51	27	59	80	48	58	43	52	82	32	77	75
Валовой региональный продукт (П4.1)	44	68	63	15	38	74	24	70	34	25	59	29	61	60

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
Оборот организаций (П4.2)	38	16	40	58	66	36	78	67	33	47	6	54	72	59
Совокупная прибыль (П4.3)	13	81	61	8	28	39	12	65	20	22	63	18	51	68
Рентабельность реализованной продукции (П4.4)	31	58	51	66	44	21	6	62	42	77	48	52	43	50
Удельный вес убыточных организаций (П4.5)	26	43	10	12	15	13	21	11	7	56	59	14	47	72
Уровень банкротства организаций (П4.6)	10	75	45	5	33	48	14	44	12	24	36	9	19	30
Качество городской среды (П5.1)	22	19	71	15	39	11	48	67	21	57	47	59	32	40
Качество автодорог (П5.2)	18	85	70	40	36	44	25	72	60	73	10	66	83	43
Малое и среднее предпринимательство (П6.1)	10	72	70	6	31	45	14	48	12	32	42	8	23	39
Кадровое обеспечение инновационного развития (П7.1)	33	77	55	17	43	44	13	47	1	73	11	23	29	14
Инновационная продукция (П7.2)	23	9	1	2	11	15	5	12	4	39	17	14	50	7
Инновационная активность организаций в регионе (П7.3)	30	23	1	3	26	6	38	8	10	56	13	32	51	9
Патентная активность (П7.4)	6	45	48	4	34	40	16	39	13	42	37	8	20	19
Уровень цифровизации бизнеса (П7.5)	45	19	8	2	27	32	40	18	25	5	29	66	74	50
Инвестиционный климат (П8.1)	50	84	65	14	63	76	28	72	41	30	60	42	59	70
Объем инвестиций в развитие региона (П8.2)	29	71	77	12	78	68	16	72	25	39	42	19	48	41
Энергодостаточность (П9.1)	27	40	39	38	63	29	13	50	68	61	55	33	2	52
Земельные ресурсы (П9.2)	27	73	68	44	57	75	23	30	40	29	56	50	32	59
Оборотное использование водных ресурсов (П9.3)	10	61	67	8	52	54	24	36	21	27	70	16	5	48
Развитость государственно-частного партнёрства (П10.1)	20	72	42	51	16	35	5	36	4	39	43	1	37	25
Развитие кластеров (П10.2)	7	7	7	2	7	7	5	0	7	0	4	6	0	6
Дополнительное профессиональное образование персонала (П11.1)	17	38	35	9	19	40	5	46	26	20	29	3	23	39
Вредные условия труда (П12.1)	59	43	39	15	40	52	23	31	45	25	77	42	70	48
Производственный травматизм (П12.2)	59	4	60	77	21	70	22	15	61	53	82	62	71	54
Природоохранные расходы (П13.1)	14	61	62	8	44	59	17	38	19	32	69	15	37	53
Загрязнение окружающей среды (П13.2)	77	22	28	70	64	21	71	41	59	76	19	68	51	18
Природоохранные мероприятия (П13.3)	59	69	9	51	68	72	19	40	60	47	2	37	31	56
Уровень отчаяния в регионе (П14.1)	47	67	54	50	61	68	28	56	81	30	33	7	70	19

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ИЗО	СМО	СРО	УО	
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П1.4.2)	9	64	70	8	52	51	21	53	11	35	57	20	34	36	
Ивент-индустрия (П1.5.1)	6	62	31	3	58	58	37	52	7	30	64	8	34	42	
2018 г.															
Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ИЗО	СМО	СРО	УО	
Демография организаций (П1.1)	5	55	72	9	22	51	53	75	26	62	30	4	43	12	
Налоговая дисциплина (П1.2)	7	21	12	18	25	40	57	22	28	42	13	60	20	30	
Коррупция (П1.3)	9	68	49	13	54	51	38	49	32	7	65	21	20	45	
Рейтинг глав регионов (П2.1)	11	51	19	4	68	50	24	47	15	75	53	20	56	35	
Эффективность освоения бюджетных средств (П2.2)	17	63	84	50	53	48	49	52	31	16	69	21	40	62	
Эффективность управления (П2.3)	28	48	5	10	45	56	34	69	15	27	44	6	42	46	
Занятость населения (П3.1)	60	64	38	13	20	45	66	33	16	26	50	17	76	56	
Средний уровень заработной платы (П3.2)	40	66	76	36	49	72	31	67	44	58	63	39	75	64	
Среднедушевой денежный доход населения (П3.3)	31	78	80	18	59	81	34	71	20	64	72	35	75	70	
Улучшение жилищных условий населения (П3.4)	41	69	27	11	54	42	31	30	78	39	65	51	56	53	
Уровень социальной стабильности (П3.5)	63	64	61	30	77	55	68	72	62	66	70	40	15	82	
Межрегиональная трудовая миграция (П3.6)	64	48	45	26	70	75	58	55	47	53	78	34	72	67	
Валовой региональный продукт (П4.1)	44	66	61	15	42	71	26	67	40	24	59	28	60	63	
Оборот организаций (П4.2)	46	76	14	56	54	74	50	24	41	42	25	67	68	63	
Совокупная прибыль (П4.3)	13	67	64	7	29	85	23	60	20	21	65	10	49	69	
Рентабельность реализованной продукции (П4.4)	17	52	67	61	63	21	12	65	53	36	46	54	48	75	
Удельный вес убыточных организаций (П4.5)	17	62	26	18	32	37	29	28	15	55	59	10	47	71	
Уровень банкротства организаций (П4.6)	12	73	53	5	36	38	9	33	11	26	47	8	21	46	
Качество городской среды (П5.1)	46	47	31	29	42	14	74	37	28	62	32	65	22	53	
Качество автодорог (П5.2)	19	85	70	39	33	44	32	71	65	75	12	67	84	43	
Малое и среднее предпринимательство (П6.1)	11	71	69	6	29	40	14	47	12	32	39	7	24	38	
Кадровое обеспечение инновационного развития (П7.1)	33	77	49	17	47	41	15	43	2	74	11	22	28	13	
Инновационная продукция (П7.2)	26	44	1	3	11	15	4	19	5	40	22	7	50	8	
Инновационная активность организаций в	31	53	15	5	58	2	40	32	8	81	6	59	35	33	

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
регионе (П _{7.3})														
Патентная активность (П _{7.4})	7	43	56	4	29	44	13	41	12	45	42	6	20	19
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	23	62	43	2	39	40	28	41	13	9	54	79	74	58
Инвестиционный климат (П _{8.1})	56	80	60	13	59	79	35	78	44	29	54	43	62	58
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	39	84	73	22	32	48	10	53	18	65	55	14	56	31
Энергодостаточность (П _{9.1})	51	37	40	49	66	25	12	50	71	62	57	23	2	52
Земельные ресурсы (П _{9.2})	27	73	68	44	57	75	23	30	40	29	56	50	32	59
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	10	60	64	9	54	55	23	37	31	28	69	15	5	42
Развитость государственно-частного партнёрства (П _{10.1})	1	72	42	22	19	48	8	61	10	46	41	1	43	20
Развитие кластеров (П _{10.2})	7	7	7	2	7	7	5	0	7	0	4	6	0	6
Дополнительное профессиональное образование персонала (П _{11.1})	11	44	30	10	29	38	6	39	21	18	26	3	35	40
Вредные условия труда (П _{12.1})	61	43	53	17	38	13	27	35	47	25	78	36	71	46
Производственный травматизм (П _{12.2})	63	4	64	80	21	70	22	9	71	54	83	65	66	55
Природоохранные расходы (П _{13.1})	6	57	62	8	48	56	19	39	16	28	67	20	36	55
Загрязнение окружающей среды (П _{13.2})	74	26	27	73	59	31	70	47	45	77	17	66	54	22
Природоохранные мероприятия (П _{13.3})	55	69	6	46	70	74	24	49	54	30	35	43	32	56
Уровень отчаяния в регионе (П _{14.1})	49	69	53	45	61	67	31	54	82	25	38	5	70	41
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П _{14.2})	10	64	71	12	50	52	14	53	9	36	57	20	35	29
Ивент-индустрия (П _{15.1})	6	61	46	4	34	71	18	45	5	38	67	16	22	33

2017 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Демография организаций (П _{1.1})	11	50	61	17	28	42	54	76	20	55	33	8	52	30
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	12	29	21	10	36	15	58	25	45	39	9	61	16	24
Коррупция (П _{1.3})	10	75	77	7	42	46	46	57	38	10	65	6	23	50
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	12	48	16	8	51	40	18	57	53	45	41	56	59	17
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	9	32	83	7	36	46	33	40	55	47	43	41	28	61
Эффективность управления (П _{2.3})	15	47	4	8	51	46	13	70	18	31	36	5	27	49

Продолжение таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Занятость населения (П3.1)	53	48	19	13	22	38	61	33	11	35	54	16	72	41
Средний уровень заработной платы (П3.2)	42	65	75	31	48	73	29	67	41	56	63	40	70	62
Среднедушевой денежный доход населения (П3.3)	27	78	80	17	56	81	26	71	20	64	70	35	77	62
Улучшение жилищных условий населения (П3.4)	42	64	14	11	27	33	37	30	68	39	56	52	23	74
Уровень социальной стабильности (П3.5)	44	48	20	81	63	56	49	50	76	24	21	57	31	38
Межрегиональная трудовая миграция (П3.6)	72	39	54	24	64	78	68	82	42	57	73	28	75	49
Валовой региональный продукт (П4.1)	46	65	62	15	44	71	23	67	39	30	59	27	61	60
Оборот организаций (П4.2)	52	25	12	60	72	45	40	56	32	74	43	53	33	24
Совокупная прибыль (П4.3)	12	66	83	9	24	85	20	62	19	25	63	22	45	58
Рентабельность реализованной продукции (П4.4)	21	12	71	54	63	30	7	51	38	66	25	61	45	55
Удельный вес убыточных организаций (П4.5)	14	53	18	24	12	36	23	22	20	70	65	15	37	72
Уровень банкротства организаций (П4.6)	11	59	55	4	45	32	8	44	15	28	40	9	23	48
Качество городской среды (П5.1)	46	47	31	29	42	14	74	37	28	62	32	65	22	53
Качество автодорог (П5.2)	22	85	69	37	39	49	17	76	66	75	15	70	84	47
Малое и среднее предпринимательство (П6.1)	11	69	71	7	27	44	14	47	12	33	43	9	25	45
Кадровое обеспечение инновационного развития (П7.1)	33	81	56	20	48	45	12	43	3	65	16	18	28	14
Инновационная продукция (П7.2)	31	9	1	3	16	14	4	33	6	44	19	5	52	11
Инновационная активность организаций в регионе (П7.3)	30	53	12	2	65	5	32	43	8	59	7	80	39	72
Патентная активность (П7.4)	5	44	54	4	36	38	16	41	12	43	37	9	20	19
Уровень цифровизации бизнеса (П7.5)	26	54	76	6	60	39	40	37	12	15	34	80	78	35
Инвестиционный климат (П8.1)	52	80	46	11	64	74	27	72	45	29	63	39	59	47
Объем инвестиций в развитие региона (П8.2)	37	77	71	21	40	64	23	55	20	58	56	29	50	46
Энергодостаточность (П9.1)	54	41	39	68	65	23	13	52	71	58	55	34	2	53
Земельные ресурсы (П9.2)	27	73	68	44	57	75	23	30	40	29	56	50	32	59
Оборотное использование водных ресурсов (П9.3)	9	61	66	8	54	53	25	37	29	27	69	16	4	48
Развитие государственно-частного партнёрства (П10.1)	7	71	61	8	13	39	21	52	6	30	44	2	35	10
Развитие кластеров (П10.2)	7	7	7	2	7	7	5	0	7	0	4	6	0	6
Дополнительное профессиональное	11	44	30	10	29	38	6	39	21	18	26	3	35	40

Окончание таблицы Ж.1

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПВО	СМО	СРО	УО
образование персонала (П11.1)														
Вредные условия труда (П12.1)	68	61	57	17	30	19	34	39	31	25	80	36	59	44
Производственный травматизм (П12.2)	62	19	44	82	26	71	20	5	72	63	83	45	76	46
Природоохранные расходы (П13.1)	8	71	54	7	44	61	17	38	20	26	67	14	30	56
Загрязнение окружающей среды (П13.2)	73	22	32	70	56	27	71	42	57	77	23	68	52	20
Природоохранные мероприятия (П13.3)	57	73	4	39	50	75	22	52	59	36	48	47	26	33
Уровень отчаяния в регионе (П14.1)	46	73	50	43	60	68	48	52	83	27	38	6	70	54
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П14.2)	11	66	70	14	54	55	16	45	8	37	58	23	39	29
Ивент-индустрия (П15.1)	8	0	0	5	40	0	19	32	7	41	37	18	44	32

Приложение И
Таблица И.1 – Рейтинговая оценка репутационной экономики регионов, 2021 г.

Показатель	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Институциональный фактор, F₁ (весовой коэффициент w₁ = 0,15)														
Демография организаций (П _{1.1})	0,82	0,31	0,13	0,92	0,87	0,28	0,16	0,11	0,66	0,15	0,39	0,80	0,08	0,61
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	0,74	0,95	0,78	0,85	0,44	0,68	0,40	0,61	0,54	0,80	0,79	0,24	0,67	0,45
Коррупция (П _{1.3})	0,04	0,93	0,47	0,06	0,69	0,59	0,68	0,78	0,21	0,20	0,61	0,15	0,34	0,84
<i>Взвешенная сумма оценок O_{1j}</i>	<i>0,21</i>	<i>0,29</i>	<i>0,18</i>	<i>0,24</i>	<i>0,27</i>	<i>0,21</i>	<i>0,17</i>	<i>0,20</i>	<i>0,19</i>	<i>0,15</i>	<i>0,24</i>	<i>0,16</i>	<i>0,15</i>	<i>0,25</i>
Политический фактор, F₂ (весовой коэффициент w₂ = 0,67)														
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	0,80	0,16	0,66	0,93	0,15	0,65	0,76	0,18	0,89	0,41	0,25	0,78	0,11	0,40
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	0,15	0,68	0,66	0,48	0,14	0,26	0,87	0,69	0,32	0,84	0,54	0,82	0,33	0,07
Эффективность управления (П _{2.3})	0,79	0,12	0,73	0,93	0,09	0,19	0,65	0,16	0,88	0,31	0,54	0,81	0,49	0,33
<i>Взвешенная сумма оценок O_{2j}</i>	<i>1,16</i>	<i>0,64</i>	<i>1,36</i>	<i>1,56</i>	<i>0,26</i>	<i>0,73</i>	<i>1,52</i>	<i>0,69</i>	<i>1,40</i>	<i>1,04</i>	<i>0,89</i>	<i>1,61</i>	<i>0,62</i>	<i>0,53</i>
Социальный, F₃ (весовой коэффициент w₃ = 0,87)														
Занятость населения (П _{3.1})	0,24	0,31	0,66	0,82	0,71	0,56	0,29	0,46	0,81	0,36	0,45	0,79	0,14	0,26
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	0,54	0,14	0,12	0,61	0,36	0,18	0,65	0,24	0,48	0,31	0,21	0,53	0,28	0,22
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	0,55	0,06	0,05	0,80	0,26	0,07	0,59	0,22	0,75	0,21	0,20	0,56	0,16	0,25
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	0,41	0,40	0,32	0,88	0,38	0,78	0,79	0,72	0,21	0,73	0,26	0,61	0,71	0,27
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	0,19	0,54	0,73	0,78	0,46	0,76	0,40	0,47	0,67	0,07	0,25	0,39	0,29	0,35
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	0,36	0,51	0,20	0,76	0,27	0,08	0,32	0,19	0,61	0,41	0,24	0,67	0,25	0,26
<i>Взвешенная сумма оценок O_{3j}</i>	<i>1,99</i>	<i>1,69</i>	<i>1,79</i>	<i>4,04</i>	<i>2,11</i>	<i>2,11</i>	<i>2,63</i>	<i>1,99</i>	<i>3,07</i>	<i>1,81</i>	<i>1,39</i>	<i>3,08</i>	<i>1,59</i>	<i>1,40</i>
Экономический, финансово-экономический, F₄ (весовой коэффициент w₄ = 0,6)														
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	0,42	0,14	0,24	0,82	0,49	0,12	0,66	0,26	0,55	0,72	0,29	0,65	0,31	0,28
Оборот организаций (П _{4.2})	0,53	0,08	0,78	0,62	0,59	0,07	0,45	0,88	0,89	0,09	0,92	0,25	0,68	0,76
Совокупная прибыль (П _{4.3})	0,74	0,19	0,26	0,89	0,51	0,18	0,76	0,27	0,73	0,68	0,31	0,82	0,42	0,24

⁸РБ – Республика Башкортостан, РМЭ – Республика Марий Эл, РМ – Республика Мордовия, РТ – Республика Татарстан, УР – Удмуртская Республика, ЧР – Чувашская Республика, ПРК – Пермский край, КО – Кировская область, НО – Нижегородская область, ОО – Оренбургская область, ПЗО – Пензенская область, СМО – Самарская область, СРО – Саратовская область, УО – Ульяновская область.

Продолжение таблицы И.1

Показатель	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	0,66	0,28	0,69	0,55	0,33	0,38	0,94	0,59	0,62	0,52	0,51	0,68	0,48	0,14
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	0,60	0,40	0,76	0,93	0,85	0,68	0,72	0,98	0,92	0,25	0,58	0,88	0,59	0,32
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	0,12	0,85	0,65	0,07	0,44	0,47	0,24	0,55	0,13	0,32	0,48	0,11	0,26	0,39
<i>Взвешенная сумма оценок O_{4j}</i>	<i>1,84</i>	<i>1,16</i>	<i>2,03</i>	<i>2,34</i>	<i>1,92</i>	<i>1,14</i>	<i>2,26</i>	<i>2,12</i>	<i>2,31</i>	<i>1,55</i>	<i>1,85</i>	<i>2,03</i>	<i>1,64</i>	<i>1,28</i>
Качество товаров и услуг на рынке, F₅ (весовой коэффициент w₅ = 0,27)														
Качество городской среды (П _{5.1})	0,74	0,78	0,15	0,84	0,54	0,87	0,42	0,22	0,72	0,28	0,44	0,32	0,59	0,53
Качество автодорог (П _{5.2})	0,80	0,04	0,16	0,79	0,24	0,13	0,72	0,01	0,33	0,48	0,86	0,60	0,35	0,82
<i>Взвешенная сумма оценок O_{5j}</i>	<i>0,41</i>	<i>0,22</i>	<i>0,08</i>	<i>0,43</i>	<i>0,21</i>	<i>0,27</i>	<i>0,30</i>	<i>0,06</i>	<i>0,28</i>	<i>0,20</i>	<i>0,35</i>	<i>0,24</i>	<i>0,25</i>	<i>0,36</i>
Бизнес, F₆ (весовой коэффициент w₆ = 0,8)														
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	0,91	0,20	0,24	0,94	0,65	0,47	0,80	0,42	0,86	0,66	0,49	0,89	0,73	0,52
<i>Взвешенная сумма оценок O_{6j}</i>	<i>0,72</i>	<i>0,16</i>	<i>0,19</i>	<i>0,75</i>	<i>0,52</i>	<i>0,38</i>	<i>0,64</i>	<i>0,34</i>	<i>0,69</i>	<i>0,53</i>	<i>0,40</i>	<i>0,72</i>	<i>0,58</i>	<i>0,41</i>
Инновационный, F₇ (весовой коэффициент w₇ = 0,47)														
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	0,71	0,07	0,45	0,81	0,42	0,51	0,87	0,49	1,01	0,16	0,84	0,64	0,69	0,89
Инновационная продукция (П _{7.2})	0,80	0,72	0,99	0,98	0,78	0,82	0,61	0,65	0,89	0,73	0,75	0,84	0,35	0,95
Инновационная активность организаций (П _{7.3})	0,96	0,64	0,95	0,99	0,78	0,87	0,65	0,69	0,82	0,36	0,84	0,94	0,46	0,92
Патентная активность (П _{7.4})	0,92	0,40	0,55	0,95	0,67	0,47	0,81	0,52	0,86	0,46	0,68	0,89	0,78	0,82
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	0,24	0,62	0,05	0,53	0,54	0,16	0,85	0,41	0,84	0,89	0,27	0,39	0,07	0,33
<i>Взвешенная сумма оценок O_{7j}</i>	<i>1,69</i>	<i>1,14</i>	<i>1,39</i>	<i>1,99</i>	<i>1,49</i>	<i>1,32</i>	<i>1,77</i>	<i>1,29</i>	<i>2,06</i>	<i>1,22</i>	<i>1,58</i>	<i>1,73</i>	<i>1,09</i>	<i>1,83</i>
Инвестиционный, F₈ (весовой коэффициент w₈ = 0,93)														
Инвестиционный климат (П _{8.1})	0,55	0,06	0,15	0,79	0,34	0,05	0,62	0,14	0,64	0,53	0,28	0,60	0,25	0,44
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	0,71	0,07	0,18	0,67	0,25	0,20	0,56	0,40	0,79	0,33	0,14	0,81	0,59	0,45
<i>Взвешенная сумма оценок O_{8j}</i>	<i>1,17</i>	<i>0,12</i>	<i>0,31</i>	<i>1,36</i>	<i>0,55</i>	<i>0,23</i>	<i>1,11</i>	<i>0,51</i>	<i>1,33</i>	<i>0,80</i>	<i>0,40</i>	<i>1,32</i>	<i>0,78</i>	<i>0,82</i>
Ресурсный, F₉ (весовой коэффициент w₉ = 0,2)														
Энергодоступность (П _{9.1})	0,89	0,60	0,58	0,32	0,29	0,77	0,93	0,51	0,22	0,41	0,42	0,44	1,14	0,45
Земельные ресурсы (П _{9.2})	0,68	0,14	0,20	0,48	0,33	0,12	0,72	0,65	0,53	0,66	0,34	0,41	0,62	0,31
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	0,88	0,28	0,24	0,89	0,36	0,39	0,74	0,54	0,65	0,69	0,18	0,80	0,94	0,41
<i>Взвешенная сумма оценок O_{9j}</i>	<i>0,49</i>	<i>0,21</i>	<i>0,20</i>	<i>0,34</i>	<i>0,20</i>	<i>0,25</i>	<i>0,48</i>	<i>0,34</i>	<i>0,28</i>	<i>0,35</i>	<i>0,19</i>	<i>0,33</i>	<i>0,54</i>	<i>0,23</i>
Кооперация, F₁₀ (весовой коэффициент w₁₀ = 0,33)														
Развитость ГЧП (П _{10.1})	0,80	0,18	0,25	0,93	0,69	0,34	0,87	0,45	0,91	0,51	0,39	0,72	0,60	0,55

Окончание таблицы И.1

Показатель	РБ ⁸	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Развитие кластеров (П _{10.2})	0,84	0,84	0,84	0,95	0,84	0,84	0,88	0,00	0,84	0,00	0,91	0,86	0,00	0,86
<i>Взвешенная сумма оценок O_{10j}</i>	<i>0,55</i>	<i>0,34</i>	<i>0,36</i>	<i>0,63</i>	<i>0,51</i>	<i>0,39</i>	<i>0,58</i>	<i>0,15</i>	<i>0,58</i>	<i>0,17</i>	<i>0,43</i>	<i>0,53</i>	<i>0,20</i>	<i>0,47</i>
Развитие персонала, F₁₁ (весовой коэффициент w₁₁ = 1,00)														
Дополнительное профессиональное образование персонала (П _{11.1})	0,79	0,65	0,56	0,88	0,81	0,52	0,91	0,68	0,75	0,69	0,62	0,94	0,67	0,53
<i>Взвешенная сумма оценок O_{11j}</i>	<i>0,79</i>	<i>0,65</i>	<i>0,56</i>	<i>0,88</i>	<i>0,81</i>	<i>0,52</i>	<i>0,91</i>	<i>0,68</i>	<i>0,75</i>	<i>0,69</i>	<i>0,62</i>	<i>0,94</i>	<i>0,67</i>	<i>0,53</i>
Условия труда, F₁₂ (весовой коэффициент w₁₂ = 0,4)														
Вредные условия труда (П _{12.1})	0,28	0,48	0,54	0,78	0,55	0,45	0,71	0,61	0,52	0,69	0,12	0,53	0,19	0,40
Производственный травматизм (П _{12.2})	0,60	0,07	0,88	0,85	0,26	0,84	0,35	0,09	0,82	0,53	0,91	0,69	0,81	0,73
<i>Взвешенная сумма оценок O_{12j}</i>	<i>0,35</i>	<i>0,22</i>	<i>0,57</i>	<i>0,65</i>	<i>0,32</i>	<i>0,51</i>	<i>0,42</i>	<i>0,28</i>	<i>0,54</i>	<i>0,49</i>	<i>0,41</i>	<i>0,49</i>	<i>0,40</i>	<i>0,45</i>
Экологический, F₁₃ (весовой коэффициент w₁₃ = 0,07)														
Природоохранные расходы (П _{13.1})	0,87	0,26	0,19	0,92	0,49	0,33	0,86	0,53	0,79	0,73	0,20	0,89	0,60	0,41
Загрязнение окружающей среды (П _{13.2})	0,07	0,74	0,66	0,14	0,34	0,80	0,16	0,52	0,42	0,09	0,79	0,18	0,44	0,76
Природоохранные мероприятия (П _{13.3})	0,35	0,19	0,93	0,38	0,32	0,18	0,81	0,54	0,31	0,56	0,99	0,42	0,76	0,29
<i>Взвешенная сумма оценок O_{13j}</i>	<i>0,09</i>	<i>0,08</i>	<i>0,12</i>	<i>0,10</i>	<i>0,08</i>	<i>0,09</i>	<i>0,12</i>	<i>0,11</i>	<i>0,10</i>	<i>0,09</i>	<i>0,13</i>	<i>0,10</i>	<i>0,12</i>	<i>0,10</i>
Эмоциональный, F₁₄ (весовой коэффициент w₁₄ = 0,6)														
Уровень отчаяния в регионе (П _{14.1})	0,52	0,26	0,39	0,44	0,21	0,31	0,65	0,27	0,08	0,56	0,59	0,92	0,29	0,75
Восприятие нерезидентами информации о регионе (П _{14.2})	0,86	0,24	0,15	0,91	0,53	0,44	0,75	0,40	0,89	0,55	0,38	0,88	0,71	0,52
<i>Взвешенная сумма оценок O_{14j}</i>	<i>1,01</i>	<i>0,36</i>	<i>0,40</i>	<i>0,98</i>	<i>0,54</i>	<i>0,54</i>	<i>1,03</i>	<i>0,49</i>	<i>0,72</i>	<i>0,82</i>	<i>0,71</i>	<i>1,32</i>	<i>0,73</i>	<i>0,93</i>
Визуальный, F₁₅ (весовой коэффициент w₁₅ = 0,53)														
Ивент-индустрия (П _{15.1})	0,86	0,75	0,75	0,96	0,75	0,75	0,91	0,75	0,94	0,79	0,75	0,95	0,75	0,75
<i>Взвешенная сумма оценок O_{15j}</i>	<i>0,50</i>	<i>0,08</i>	<i>0,38</i>	<i>0,51</i>	<i>0,27</i>	<i>0,26</i>	<i>0,43</i>	<i>0,35</i>	<i>0,51</i>	<i>0,26</i>	<i>0,21</i>	<i>0,48</i>	<i>0,33</i>	<i>0,36</i>
Уровень экономической репутации региона (УЭР_{рег})														
<i>Итоговая рейтинговая оценка</i>	<i>12,98</i>	<i>7,36</i>	<i>9,93</i>	<i>16,80</i>	<i>10,05</i>	<i>8,95</i>	<i>14,36</i>	<i>9,59</i>	<i>14,80</i>	<i>10,18</i>	<i>9,78</i>	<i>15,06</i>	<i>9,70</i>	<i>9,97</i>

Продолжение приложения И

Таблица И.2– Рейтинговая оценка репутационной экономики регионов, 2020 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Институциональный фактор, F_1 (весовой коэффициент $w_1 = 0,13$)														
Демография организаций (П _{1.1})	0,98	0,14	0,08	0,92	0,82	0,25	0,49	0,12	0,69	0,26	0,51	0,79	0,44	0,73
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	0,78	0,81	0,71	0,85	0,69	0,55	0,42	0,51	0,56	0,60	0,76	0,27	0,66	0,45
Коррупция (П _{1.3})	0,07	0,92	0,40	0,04	0,51	0,62	0,19	0,44	0,33	0,39	0,53	0,22	0,26	0,55
<i>Взвешенная сумма оценок O_{1j}</i>	<i>0,24</i>	<i>0,25</i>	<i>0,16</i>	<i>0,24</i>	<i>0,27</i>	<i>0,19</i>	<i>0,15</i>	<i>0,14</i>	<i>0,21</i>	<i>0,17</i>	<i>0,24</i>	<i>0,17</i>	<i>0,18</i>	<i>0,23</i>
Политический фактор, F_2 (весовой коэффициент $w_2 = 0,4$)														
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	0,78	0,27	0,73	0,99	0,13	0,51	0,64	0,34	0,81	0,15	0,24	0,82	0,14	0,49
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	0,15	0,71	0,86	0,28	0,09	0,74	0,16	0,75	0,35	0,51	0,62	0,78	0,48	0,21
Эффективность управления (П _{2.3})	0,81	0,19	0,74	0,92	0,22	0,25	0,55	0,40	0,80	0,52	0,33	0,82	0,68	0,47
<i>Взвешенная сумма оценок O_{2j}</i>	<i>0,70</i>	<i>0,47</i>	<i>0,93</i>	<i>0,88</i>	<i>0,18</i>	<i>0,60</i>	<i>0,54</i>	<i>0,60</i>	<i>0,79</i>	<i>0,47</i>	<i>0,48</i>	<i>0,97</i>	<i>0,52</i>	<i>0,47</i>
Социальный, F_3 (весовой коэффициент $w_3 = 0,93$)														
Занятость населения (П _{3.1})	0,27	0,31	0,44	0,84	0,73	0,53	0,32	0,54	0,85	0,33	0,21	0,79	0,18	0,24
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	0,53	0,20	0,09	0,58	0,42	0,13	0,62	0,22	0,48	0,32	0,24	0,54	0,27	0,21
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	0,61	0,07	0,05	0,79	0,28	0,06	0,60	0,20	0,75	0,24	0,19	0,58	0,18	0,21
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	0,39	0,51	0,44	0,81	0,24	0,54	0,84	0,56	0,15	0,68	0,22	0,67	0,41	0,14
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	0,07	0,44	0,79	0,14	0,35	0,87	0,06	0,32	0,08	0,29	0,75	0,26	0,74	0,55
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	0,24	0,27	0,36	0,74	0,20	0,07	0,09	0,06	0,38	0,35	0,11	0,45	0,02	0,22
<i>Взвешенная сумма оценок O_{3j}</i>	<i>1,97</i>	<i>1,67</i>	<i>2,02</i>	<i>3,63</i>	<i>2,08</i>	<i>2,05</i>	<i>2,36</i>	<i>1,78</i>	<i>2,51</i>	<i>2,06</i>	<i>1,60</i>	<i>3,06</i>	<i>1,68</i>	<i>1,47</i>
Экономический, финансово-экономический, F_4 (весовой коэффициент $w_4 = 0,2$)														
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	0,46	0,13	0,25	0,81	0,47	0,12	0,68	0,21	0,58	0,67	0,32	0,60	0,28	0,29
Оборот организаций (П _{4.2})	0,38	0,19	0,80	0,27	0,15	0,34	0,32	0,72	0,18	0,39	0,96	0,24	0,82	0,26
Совокупная прибыль (П _{4.3})	0,76	0,20	0,41	0,36	0,55	0,24	0,81	0,31	0,79	0,62	0,38	0,69	0,40	0,21
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	0,14	0,34	0,82	0,25	0,51	0,72	0,88	0,42	0,36	0,26	0,75	0,39	0,46	0,09
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	0,66	0,53	0,68	0,85	0,82	0,67	0,76	0,87	0,81	0,25	0,44	0,92	0,55	0,14
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	0,19	0,85	0,59	0,06	0,44	0,71	0,16	0,52	0,13	0,33	0,46	0,12	0,25	0,51
<i>Взвешенная сумма оценок O_{4j}</i>	<i>0,52</i>	<i>0,45</i>	<i>0,71</i>	<i>0,52</i>	<i>0,59</i>	<i>0,56</i>	<i>0,72</i>	<i>0,61</i>	<i>0,57</i>	<i>0,50</i>	<i>0,66</i>	<i>0,59</i>	<i>0,55</i>	<i>0,30</i>

Продолжение приложения И

Продолжение таблицы И.2

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Качество товаров и услуг на рынке, F_5 (весовой коэффициент $w_5 = 0,27$)														
Качество городской среды (П _{5.1})	0,76	0,78	0,16	0,80	0,54	0,87	0,44	0,19	0,74	0,32	0,45	0,38	0,62	0,53
Качество автодорог (П _{5.2})	0,80	0,00	0,15	0,51	0,61	0,39	0,54	0,14	0,25	0,13	0,88	0,21	0,01	0,47
<i>Взвешенная сумма оценок O_5</i>	<i>0,42</i>	<i>0,21</i>	<i>0,08</i>	<i>0,35</i>	<i>0,31</i>	<i>0,34</i>	<i>0,26</i>	<i>0,09</i>	<i>0,26</i>	<i>0,12</i>	<i>0,35</i>	<i>0,16</i>	<i>0,17</i>	<i>0,27</i>
Бизнес, F_6 (весовой коэффициент $w_6 = 0,8$)														
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	0,92	0,14	0,25	0,93	0,66	0,46	0,82	0,40	0,86	0,64	0,47	0,88	0,75	0,52
<i>Взвешенная сумма оценок O_6</i>	<i>0,73</i>	<i>0,11</i>	<i>0,20</i>	<i>0,74</i>	<i>0,53</i>	<i>0,37</i>	<i>0,66</i>	<i>0,32</i>	<i>0,69</i>	<i>0,51</i>	<i>0,38</i>	<i>0,71</i>	<i>0,60</i>	<i>0,41</i>
Инновационный, F_7 (весовой коэффициент $w_7 = 0,55$)														
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	0,64	0,07	0,37	0,82	0,46	0,49	0,86	0,45	1,01	0,13	0,92	0,71	0,65	0,87
Инновационная продукция (П _{7.2})	0,76	0,67	0,99	0,96	0,86	0,84	0,89	0,78	0,95	0,49	0,80	0,82	0,29	0,92
Инновационная активность организаций (П _{7.3})	0,99	0,53	0,95	0,98	0,72	0,82	0,58	0,79	0,80	0,38	0,89	0,84	0,34	0,85
Патентная активность (П _{7.4})	0,89	0,51	0,48	0,95	0,65	0,56	0,80	0,47	0,85	0,35	0,61	0,91	0,78	0,81
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	0,25	0,53	0,20	0,65	0,29	0,19	0,59	0,46	0,87	0,61	0,38	0,24	0,12	0,18
<i>Взвешенная сумма оценок O_7</i>	<i>1,88</i>	<i>1,23</i>	<i>1,60</i>	<i>2,33</i>	<i>1,59</i>	<i>1,55</i>	<i>1,98</i>	<i>1,57</i>	<i>2,39</i>	<i>1,05</i>	<i>1,92</i>	<i>1,87</i>	<i>1,16</i>	<i>1,93</i>
Инвестиционный, F_8 (весовой коэффициент $w_8 = 1$)														
Инвестиционный климат (П _{8.1})	0,47	0,12	0,18	0,78	0,34	0,04	0,61	0,11	0,71	0,59	0,33	0,42	0,27	0,25
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	0,71	0,11	0,09	0,76	0,27	0,21	0,74	0,33	0,86	0,54	0,36	0,73	0,44	0,40
<i>Взвешенная сумма оценок O_8</i>	<i>1,18</i>	<i>0,22</i>	<i>0,27</i>	<i>1,54</i>	<i>0,61</i>	<i>0,25</i>	<i>1,35</i>	<i>0,44</i>	<i>1,56</i>	<i>1,13</i>	<i>0,69</i>	<i>1,15</i>	<i>0,71</i>	<i>0,65</i>
Ресурный, F_9 (весовой коэффициент $w_9 = 0,47$)														
Энергодостаточность (П _{9.1})	0,76	0,62	0,63	0,32	0,31	0,86	0,99	0,51	0,27	0,42	0,44	0,92	1,18	0,48
Земельные ресурсы (П _{9.2})	0,68	0,14	0,20	0,48	0,33	0,12	0,73	0,65	0,53	0,66	0,34	0,41	0,62	0,31
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	0,87	0,27	0,21	0,88	0,39	0,35	0,73	0,54	0,61	0,72	0,18	0,81	0,94	0,44
<i>Взвешенная сумма оценок O_9</i>	<i>1,08</i>	<i>0,48</i>	<i>0,49</i>	<i>0,79</i>	<i>0,48</i>	<i>0,62</i>	<i>1,14</i>	<i>0,79</i>	<i>0,66</i>	<i>0,84</i>	<i>0,45</i>	<i>1,00</i>	<i>1,28</i>	<i>0,57</i>
Кооперация, F_{10} (весовой коэффициент $w_{10} = 0,33$)														
Развитость ГЧП (П _{10.1})	0,87	0,51	0,59	0,21	0,76	0,40	0,85	0,38	0,81	0,71	0,52	0,92	0,75	0,55
Развитие кластеров (П _{10.2})	0,84	0,84	0,84	0,95	0,84	0,84	0,88	0,00	0,84	0,00	0,91	0,86	0,00	0,86
<i>Взвешенная сумма оценок O_{10}</i>	<i>0,57</i>	<i>0,45</i>	<i>0,48</i>	<i>0,39</i>	<i>0,53</i>	<i>0,41</i>	<i>0,58</i>	<i>0,13</i>	<i>0,55</i>	<i>0,24</i>	<i>0,47</i>	<i>0,59</i>	<i>0,25</i>	<i>0,47</i>

Продолжение приложения И

Окончание таблицы И.2

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Развитие персонала, F_{11} (весовой коэффициент $w_{11} = 0,87$)														
Дополнительное профессиональное образование персонала ($\Pi_{11.1}$)	0,84	0,60	0,59	0,91	0,78	0,53	0,88	0,66	0,80	0,75	0,79	0,96	0,67	0,54
<i>Взвешенная сумма оценок O_{11j}</i>	<i>0,72</i>	<i>0,52</i>	<i>0,51</i>	<i>0,79</i>	<i>0,67</i>	<i>0,46</i>	<i>0,76</i>	<i>0,57</i>	<i>0,69</i>	<i>0,65</i>	<i>0,68</i>	<i>0,84</i>	<i>0,58</i>	<i>0,47</i>
Условия труда, F_{12} (весовой коэффициент $w_{12} = 0,6$)														
Вредные условия труда ($\Pi_{12.1}$)	0,29	0,45	0,58	0,81	0,54	0,47	0,69	0,59	0,51	0,73	0,12	0,52	0,18	0,53
Производственный травматизм ($\Pi_{12.2}$)	0,54	0,05	0,74	0,86	0,69	0,87	0,34	0,15	0,88	0,71	0,96	0,72	0,89	0,75
<i>Взвешенная сумма оценок O_{12j}</i>	<i>0,50</i>	<i>0,30</i>	<i>0,79</i>	<i>1,00</i>	<i>0,74</i>	<i>0,80</i>	<i>0,62</i>	<i>0,44</i>	<i>0,83</i>	<i>0,86</i>	<i>0,65</i>	<i>0,74</i>	<i>0,64</i>	<i>0,77</i>
Экологический, F_{13} (весовой коэффициент $w_{13} = 0,07$)														
Природоохранные расходы ($\Pi_{13.1}$)	0,89	0,34	0,28	0,94	0,52	0,36	0,81	0,55	0,86	0,67	0,20	0,87	0,59	0,45
Загрязнение окружающей среды ($\Pi_{13.2}$)	0,09	0,66	0,62	0,15	0,38	0,81	0,19	0,52	0,41	0,12	0,76	0,20	0,40	0,78
Природоохранные мероприятия ($\Pi_{13.3}$)	0,38	0,08	0,88	0,41	0,36	0,20	0,74	0,61	0,35	0,51	0,99	0,55	0,68	0,29
<i>Взвешенная сумма оценок O_{13j}</i>	<i>0,09</i>	<i>0,07</i>	<i>0,12</i>	<i>0,10</i>	<i>0,08</i>	<i>0,09</i>	<i>0,12</i>	<i>0,11</i>	<i>0,11</i>	<i>0,09</i>	<i>0,13</i>	<i>0,11</i>	<i>0,11</i>	<i>0,10</i>
Эмоциональный, F_{14} (весовой коэффициент $w_{14} = 0,67$)														
Уровень отчаяния в регионе ($\Pi_{14.1}$)	0,45	0,19	0,35	0,38	0,20	0,22	0,67	0,34	0,05	0,62	0,60	0,92	0,18	0,74
Восприятие нерезидентами информации о регионе ($\Pi_{14.2}$)	0,89	0,24	0,15	0,91	0,51	0,42	0,76	0,40	0,87	0,52	0,39	0,84	0,62	0,56
<i>Взвешенная сумма оценок O_{14j}</i>	<i>0,89</i>	<i>0,28</i>	<i>0,34</i>	<i>0,85</i>	<i>0,47</i>	<i>0,43</i>	<i>0,96</i>	<i>0,49</i>	<i>0,61</i>	<i>0,76</i>	<i>0,66</i>	<i>1,17</i>	<i>0,53</i>	<i>0,87</i>
Визуальный, F_{15} (весовой коэффициент $w_{15} = 0,73$)														
Ивент-индустрия ($\Pi_{15.1}$)	0,94	0,29	0,64	0,96	0,47	0,24	0,59	0,39	0,87	0,55	0,18	0,89	0,68	0,46
<i>Взвешенная сумма оценок O_{15j}</i>	<i>0,69</i>	<i>0,22</i>	<i>0,47</i>	<i>0,71</i>	<i>0,35</i>	<i>0,17</i>	<i>0,43</i>	<i>0,28</i>	<i>0,64</i>	<i>0,41</i>	<i>0,13</i>	<i>0,66</i>	<i>0,50</i>	<i>0,34</i>
Уровень экономической репутации региона ($УЭР_{рег}$)														
<i>Итоговая рейтинговая оценка</i>	<i>12,18</i>	<i>6,92</i>	<i>9,16</i>	<i>14,85</i>	<i>9,47</i>	<i>8,89</i>	<i>12,64</i>	<i>8,36</i>	<i>13,08</i>	<i>9,85</i>	<i>9,49</i>	<i>13,78</i>	<i>9,48</i>	<i>9,32</i>

Продолжение приложения И

Таблица И.3 – Рейтинговая оценка репутационной экономики регионов, 2019 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Институциональный фактор, F_1 (весовой коэффициент $w_1 = 0,07$)														
Демография организаций (П _{1.1})	0,96	0,19	0,15	0,91	0,76	0,26	0,52	0,09	0,73	0,21	0,62	0,93	0,45	0,72
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	0,86	0,76	0,71	0,79	0,69	0,67	0,34	0,61	0,55	0,62	0,89	0,31	0,68	0,47
Коррупция (П _{1.3})	0,06	0,78	0,52	0,13	0,52	0,49	0,36	0,54	0,27	0,09	0,61	0,28	0,26	0,40
<i>Взвешенная сумма оценок O_{1j}</i>	<i>0,13</i>	<i>0,12</i>	<i>0,09</i>	<i>0,12</i>	<i>0,13</i>	<i>0,09</i>	<i>0,08</i>	<i>0,08</i>	<i>0,10</i>	<i>0,06</i>	<i>0,14</i>	<i>0,10</i>	<i>0,09</i>	<i>0,11</i>
Политический фактор, F_2 (весовой коэффициент $w_2 = 0,53$)														
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	0,85	0,31	0,78	0,95	0,15	0,26	0,62	0,51	0,89	0,33	0,24	0,81	0,27	0,49
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	0,06	0,74	0,68	0,84	0,20	0,85	0,81	0,64	0,38	0,51	0,27	0,73	0,36	0,15
Эффективность управления (П _{2.3})	0,79	0,19	0,73	0,85	0,24	0,27	0,34	0,36	0,84	0,46	0,32	0,80	0,56	0,34
<i>Взвешенная сумма оценок O_{2j}</i>	<i>0,90</i>	<i>0,66</i>	<i>1,17</i>	<i>1,41</i>	<i>0,31</i>	<i>0,73</i>	<i>0,95</i>	<i>0,80</i>	<i>1,12</i>	<i>0,69</i>	<i>0,44</i>	<i>1,25</i>	<i>0,64</i>	<i>0,53</i>
Социальный, F_3 (весовой коэффициент $w_3 = 0,87$)														
Занятость населения (П _{3.1})	0,21	0,47	0,78	0,80	0,71	0,48	0,16	0,41	0,81	0,25	0,22	0,75	0,24	0,29
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	0,55	0,18	0,12	0,56	0,41	0,14	0,64	0,20	0,47	0,33	0,25	0,54	0,24	0,22
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	0,62	0,08	0,05	0,81	0,28	0,06	0,64	0,16	0,76	0,24	0,15	0,59	0,14	0,18
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	0,60	0,31	0,58	0,82	0,29	0,79	0,78	0,59	0,18	0,73	0,24	0,40	0,22	0,19
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	0,36	0,26	0,61	0,72	0,60	0,96	0,76	0,56	0,80	0,21	0,28	0,18	0,45	0,04
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	0,19	0,26	0,40	0,68	0,31	0,06	0,44	0,32	0,49	0,39	0,04	0,62	0,09	0,12
<i>Взвешенная сумма оценок O_{3j}</i>	<i>2,20</i>	<i>1,35</i>	<i>2,19</i>	<i>3,81</i>	<i>2,25</i>	<i>2,16</i>	<i>2,96</i>	<i>1,95</i>	<i>3,05</i>	<i>1,86</i>	<i>1,02</i>	<i>2,67</i>	<i>1,19</i>	<i>0,90</i>
Экономический, финансово-экономический, F_4 (весовой коэффициент $w_4 = 0,47$)														
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	0,48	0,20	0,26	0,82	0,55	0,13	0,72	0,18	0,60	0,71	0,31	0,66	0,28	0,29
Оборот организаций (П _{4.2})	0,55	0,81	0,53	0,32	0,22	0,58	0,08	0,21	0,61	0,45	0,93	0,36	0,15	0,31
Совокупная прибыль (П _{4.3})	0,85	0,05	0,28	0,91	0,67	0,54	0,86	0,24	0,76	0,74	0,26	0,79	0,40	0,20
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	0,64	0,32	0,40	0,22	0,48	0,75	0,93	0,27	0,51	0,09	0,44	0,39	0,49	0,41
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	0,69	0,49	0,88	0,86	0,82	0,85	0,75	0,87	0,92	0,34	0,31	0,84	0,45	0,15
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	0,12	0,88	0,53	0,06	0,39	0,56	0,16	0,52	0,14	0,28	0,42	0,11	0,22	0,35
<i>Взвешенная сумма оценок O_{4j}</i>	<i>1,55</i>	<i>1,28</i>	<i>1,35</i>	<i>1,49</i>	<i>1,47</i>	<i>1,59</i>	<i>1,64</i>	<i>1,07</i>	<i>1,65</i>	<i>1,22</i>	<i>1,24</i>	<i>1,47</i>	<i>0,93</i>	<i>0,80</i>

Продолжение приложения И

Продолжение таблицы И.3

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Качество товаров и услуг на рынке, F_5 (весовой коэффициент $w_5 = 0,2$)														
Качество городской среды (П _{5.1})	0,74	0,78	0,16	0,82	0,54	0,87	0,44	0,21	0,75	0,33	0,45	0,31	0,62	0,53
Качество автодорог (П _{5.2})	0,79	0,00	0,18	0,53	0,58	0,48	0,71	0,15	0,29	0,14	0,88	0,22	0,02	0,49
<i>Взвешенная сумма оценок O_5</i>	<i>0,31</i>	<i>0,16</i>	<i>0,07</i>	<i>0,27</i>	<i>0,22</i>	<i>0,27</i>	<i>0,23</i>	<i>0,07</i>	<i>0,21</i>	<i>0,09</i>	<i>0,27</i>	<i>0,11</i>	<i>0,13</i>	<i>0,20</i>
Бизнес, F_6 (весовой коэффициент $w_6 = 0,8$)														
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	0,88	0,15	0,18	0,93	0,64	0,47	0,84	0,44	0,86	0,62	0,51	0,91	0,73	0,54
<i>Взвешенная сумма оценок O_6</i>	<i>0,71</i>	<i>0,12</i>	<i>0,14</i>	<i>0,74</i>	<i>0,51</i>	<i>0,38</i>	<i>0,67</i>	<i>0,35</i>	<i>0,69</i>	<i>0,50</i>	<i>0,40</i>	<i>0,72</i>	<i>0,58</i>	<i>0,43</i>
Инновационный, F_7 (весовой коэффициент $w_7 = 0,35$)														
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	0,63	0,10	0,36	0,82	0,51	0,49	0,87	0,46	1,01	0,14	0,89	0,75	0,67	0,86
Инновационная продукция (П _{7.2})	0,73	0,89	0,99	0,98	0,87	0,82	0,94	0,86	0,95	0,54	0,80	0,84	0,41	0,92
Инновационная активность организаций (П _{7.3})	0,65	0,73	0,99	0,96	0,69	0,93	0,55	0,91	0,88	0,34	0,85	0,62	0,40	0,89
Патентная активность (П _{7.4})	0,93	0,47	0,44	0,95	0,60	0,53	0,81	0,54	0,85	0,51	0,56	0,91	0,76	0,78
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	0,47	0,78	0,91	0,98	0,68	0,62	0,53	0,79	0,71	0,94	0,66	0,22	0,13	0,41
<i>Взвешенная сумма оценок O_7</i>	<i>1,13</i>	<i>0,99</i>	<i>1,23</i>	<i>1,56</i>	<i>1,12</i>	<i>1,13</i>	<i>1,23</i>	<i>1,18</i>	<i>1,47</i>	<i>0,82</i>	<i>1,25</i>	<i>1,11</i>	<i>0,79</i>	<i>1,29</i>
Инвестиционный, F_8 (весовой коэффициент $w_8 = 1$)														
Инвестиционный климат (П _{8.1})	0,41	0,01	0,24	0,84	0,26	0,11	0,67	0,15	0,52	0,65	0,29	0,51	0,31	0,18
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	0,66	0,16	0,09	0,86	0,08	0,20	0,81	0,15	0,71	0,54	0,51	0,78	0,44	0,52
<i>Взвешенная сумма оценок O_8</i>	<i>1,07</i>	<i>0,18</i>	<i>0,33</i>	<i>1,69</i>	<i>0,34</i>	<i>0,31</i>	<i>1,48</i>	<i>0,31</i>	<i>1,22</i>	<i>1,19</i>	<i>0,80</i>	<i>1,28</i>	<i>0,74</i>	<i>0,69</i>
Ресурсный, F_9 (весовой коэффициент $w_9 = 0,4$)														
Энергодостаточность (П _{9.1})	0,82	0,63	0,65	0,66	0,31	0,79	1,01	0,49	0,24	0,34	0,42	0,73	1,17	0,46
Земельные ресурсы (П _{9.2})	0,68	0,14	0,20	0,48	0,33	0,12	0,73	0,65	0,53	0,66	0,34	0,41	0,62	0,31
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	0,88	0,28	0,21	0,91	0,39	0,36	0,72	0,58	0,75	0,68	0,18	0,81	0,94	0,44
<i>Взвешенная сумма оценок O_9</i>	<i>0,95</i>	<i>0,42</i>	<i>0,42</i>	<i>0,82</i>	<i>0,41</i>	<i>0,51</i>	<i>0,98</i>	<i>0,69</i>	<i>0,61</i>	<i>0,67</i>	<i>0,38</i>	<i>0,78</i>	<i>1,09</i>	<i>0,48</i>
Кооперация, F_{10} (весовой коэффициент $w_{10} = 0,27$)														
Развитость ГЧП (П _{10.1})	0,76	0,15	0,51	0,40	0,81	0,59	0,94	0,58	0,95	0,54	0,49	0,99	0,56	0,71
Развитие кластеров (П _{10.2})	0,84	0,84	0,84	0,95	0,84	0,84	0,88	0,00	0,84	0,00	0,91	0,86	0,00	0,86
<i>Взвешенная сумма оценок O_{10}</i>	<i>0,43</i>	<i>0,26</i>	<i>0,36</i>	<i>0,36</i>	<i>0,44</i>	<i>0,38</i>	<i>0,49</i>	<i>0,15</i>	<i>0,48</i>	<i>0,14</i>	<i>0,37</i>	<i>0,49</i>	<i>0,15</i>	<i>0,42</i>

Продолжение приложения И

Окончание таблицы И.3

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Развитие персонала, F_{11} (весовой коэффициент $w_{11} = 0,93$)														
Дополнительное профессиональное образование персонала ($П_{11.1}$)	0,80	0,55	0,59	0,89	0,78	0,53	0,94	0,46	0,69	0,76	0,66	0,96	0,73	0,54
<i>Взвешенная сумма оценок O_{11j}</i>	<i>0,75</i>	<i>0,52</i>	<i>0,55</i>	<i>0,83</i>	<i>0,72</i>	<i>0,49</i>	<i>0,88</i>	<i>0,43</i>	<i>0,65</i>	<i>0,71</i>	<i>0,61</i>	<i>0,90</i>	<i>0,68</i>	<i>0,51</i>
Условия труда, F_{12} (весовой коэффициент $w_{12} = 0,6$)														
Вредные условия труда ($П_{12.1}$)	0,31	0,49	0,54	0,82	0,53	0,39	0,73	0,64	0,47	0,71	0,09	0,51	0,18	0,44
Производственный травматизм ($П_{12.2}$)	0,69	0,05	0,71	0,91	0,25	0,82	0,26	0,18	0,72	0,62	0,96	0,73	0,84	0,64
<i>Взвешенная сумма оценок O_{12j}</i>	<i>0,60</i>	<i>0,32</i>	<i>0,75</i>	<i>1,04</i>	<i>0,47</i>	<i>0,73</i>	<i>0,59</i>	<i>0,49</i>	<i>0,71</i>	<i>0,80</i>	<i>0,64</i>	<i>0,74</i>	<i>0,61</i>	<i>0,64</i>
Экологический, F_{13} (весовой коэффициент $w_{13} = 0,13$)														
Природоохранные расходы ($П_{13.1}$)	0,84	0,28	0,27	0,91	0,48	0,31	0,80	0,55	0,78	0,62	0,19	0,82	0,56	0,38
Загрязнение окружающей среды ($П_{13.2}$)	0,09	0,74	0,67	0,18	0,25	0,75	0,16	0,52	0,31	0,11	0,78	0,20	0,40	0,79
Природоохранные мероприятия ($П_{13.3}$)	0,31	0,19	0,89	0,40	0,20	0,15	0,78	0,53	0,29	0,45	0,98	0,56	0,64	0,34
<i>Взвешенная сумма оценок O_{13j}</i>	<i>0,16</i>	<i>0,16</i>	<i>0,24</i>	<i>0,20</i>	<i>0,12</i>	<i>0,16</i>	<i>0,23</i>	<i>0,21</i>	<i>0,18</i>	<i>0,16</i>	<i>0,26</i>	<i>0,21</i>	<i>0,21</i>	<i>0,20</i>
Эмоциональный, F_{14} (весовой коэффициент $w_{14} = 0,67$)														
Уровень отчаяния в регионе ($П_{14.1}$)	0,45	0,21	0,36	0,41	0,28	0,20	0,67	0,34	0,05	0,65	0,61	0,92	0,18	0,78
Восприятие нерезидентами информации о регионе ($П_{14.2}$)	0,89	0,25	0,18	0,91	0,39	0,40	0,75	0,38	0,87	0,59	0,33	0,76	0,60	0,58
<i>Взвешенная сумма оценок O_{14j}</i>	<i>0,89</i>	<i>0,31</i>	<i>0,36</i>	<i>0,88</i>	<i>0,45</i>	<i>0,40</i>	<i>0,95</i>	<i>0,48</i>	<i>0,61</i>	<i>0,82</i>	<i>0,63</i>	<i>1,12</i>	<i>0,52</i>	<i>0,90</i>
Визуальный, F_{15} (весовой коэффициент $w_{15} = 0,73$)														
Ивент-индустрия ($П_{15.1}$)	0,93	0,27	0,64	0,96	0,32	0,32	0,56	0,39	0,92	0,65	0,25	0,91	0,60	0,51
<i>Взвешенная сумма оценок O_{15j}</i>	<i>0,68</i>	<i>0,20</i>	<i>0,47</i>	<i>0,71</i>	<i>0,23</i>	<i>0,23</i>	<i>0,41</i>	<i>0,28</i>	<i>0,67</i>	<i>0,47</i>	<i>0,18</i>	<i>0,66</i>	<i>0,44</i>	<i>0,37</i>
Уровень экономической репутации региона ($УЭР_{per}$)														
<i>Итоговая рейтинговая оценка</i>	<i>12,47</i>	<i>7,04</i>	<i>9,71</i>	<i>15,94</i>	<i>9,20</i>	<i>9,57</i>	<i>13,77</i>	<i>8,54</i>	<i>13,43</i>	<i>10,21</i>	<i>8,63</i>	<i>13,63</i>	<i>8,81</i>	<i>8,47</i>

Продолжение приложения И

Таблица И.4– Рейтинговая оценка репутационной экономики регионов, 2018 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Институциональный фактор, F₁ (весовой коэффициент w₁ = 0,2)														
Демография организаций (П _{1.1})	0,94	0,35	0,15	0,89	0,74	0,40	0,38	0,12	0,69	0,27	0,65	0,95	0,49	0,86
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	0,92	0,75	0,86	0,79	0,71	0,53	0,33	0,74	0,67	0,51	0,85	0,29	0,76	0,65
Коррупция (П _{1.3})	0,11	0,80	0,58	0,15	0,64	0,60	0,45	0,58	0,38	0,08	0,76	0,25	0,24	0,53
<i>Взвешенная сумма оценок O_{1j}</i>	<i>0,39</i>	<i>0,38</i>	<i>0,32</i>	<i>0,37</i>	<i>0,42</i>	<i>0,31</i>	<i>0,23</i>	<i>0,29</i>	<i>0,35</i>	<i>0,17</i>	<i>0,45</i>	<i>0,30</i>	<i>0,30</i>	<i>0,41</i>
Политический фактор, F₂ (весовой коэффициент w₂ = 0,47)														
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	0,87	0,40	0,78	0,95	0,20	0,41	0,72	0,45	0,82	0,12	0,38	0,76	0,34	0,59
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	0,80	0,26	0,01	0,41	0,38	0,44	0,42	0,39	0,64	0,81	0,19	0,75	0,53	0,27
Эффективность управления (П _{2.3})	0,67	0,44	0,94	0,88	0,47	0,34	0,60	0,19	0,82	0,68	0,48	0,93	0,51	0,46
<i>Взвешенная сумма оценок O_{2j}</i>	<i>1,09</i>	<i>0,51</i>	<i>0,81</i>	<i>1,05</i>	<i>0,49</i>	<i>0,55</i>	<i>0,81</i>	<i>0,48</i>	<i>1,07</i>	<i>0,75</i>	<i>0,49</i>	<i>1,14</i>	<i>0,64</i>	<i>0,61</i>
Социальный, F₃ (весовой коэффициент w₃ = 0,93)														
Занятость населения (П _{3.1})	0,29	0,25	0,55	0,85	0,76	0,47	0,22	0,61	0,81	0,69	0,41	0,80	0,11	0,34
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	0,53	0,22	0,11	0,58	0,42	0,15	0,64	0,21	0,48	0,32	0,26	0,54	0,12	0,25
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	0,64	0,08	0,06	0,79	0,31	0,05	0,60	0,16	0,76	0,25	0,15	0,59	0,12	0,18
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	0,52	0,19	0,68	0,87	0,36	0,51	0,64	0,65	0,08	0,54	0,24	0,40	0,34	0,38
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	0,26	0,25	0,28	0,65	0,09	0,35	0,20	0,15	0,27	0,22	0,18	0,53	0,82	0,04
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	0,25	0,44	0,47	0,69	0,18	0,12	0,32	0,35	0,45	0,38	0,08	0,60	0,15	0,21
<i>Взвешенная сумма оценок O_{3j}</i>	<i>2,32</i>	<i>1,33</i>	<i>2,01</i>	<i>4,13</i>	<i>1,99</i>	<i>1,54</i>	<i>2,44</i>	<i>2,00</i>	<i>2,67</i>	<i>2,24</i>	<i>1,23</i>	<i>3,23</i>	<i>1,55</i>	<i>1,30</i>
Экономический, финансово-экономический, F₄ (весовой коэффициент w₄ = 0,8)														
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	0,48	0,22	0,28	0,82	0,51	0,16	0,69	0,21	0,53	0,72	0,31	0,67	0,29	0,26
Оборот организаций (П _{4.2})	0,46	0,11	0,84	0,34	0,36	0,13	0,41	0,72	0,52	0,51	0,71	0,21	0,20	0,26
Совокупная прибыль (П _{4.3})	0,85	0,21	0,25	0,92	0,66	0,00	0,73	0,29	0,76	0,75	0,24	0,88	0,42	0,19
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	0,80	0,39	0,21	0,28	0,26	0,75	0,86	0,24	0,38	0,58	0,46	0,36	0,44	0,12
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	0,80	0,27	0,69	0,79	0,62	0,56	0,66	0,67	0,82	0,35	0,31	0,88	0,45	0,16
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	0,14	0,86	0,62	0,06	0,42	0,45	0,11	0,39	0,13	0,31	0,55	0,09	0,25	0,54
<i>Взвешенная сумма оценок O_{4j}</i>	<i>2,82</i>	<i>1,65</i>	<i>2,32</i>	<i>2,57</i>	<i>2,27</i>	<i>1,65</i>	<i>2,77</i>	<i>2,01</i>	<i>2,51</i>	<i>2,57</i>	<i>2,05</i>	<i>2,48</i>	<i>1,64</i>	<i>1,22</i>

Продолжение приложения И

Продолжение таблицы И.4

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Качество товаров и услуг на рынке, F_5 (весовой коэффициент $w_5 = 0,07$)														
Качество городской среды (П _{5.1})	0,46	0,45	0,64	0,66	0,51	0,84	0,13	0,56	0,67	0,27	0,62	0,24	0,74	0,38
Качество автодорог (П _{5.2})	0,78	0,00	0,18	0,54	0,61	0,48	0,62	0,16	0,24	0,12	0,86	0,21	0,01	0,49
<i>Взвешенная сумма оценок O_5</i>	<i>0,08</i>	<i>0,03</i>	<i>0,05</i>	<i>0,08</i>	<i>0,07</i>	<i>0,09</i>	<i>0,05</i>	<i>0,05</i>	<i>0,06</i>	<i>0,03</i>	<i>0,10</i>	<i>0,03</i>	<i>0,05</i>	<i>0,06</i>
Бизнес, F_6 (весовой коэффициент $w_6 = 0,73$)														
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	0,87	0,16	0,19	0,93	0,66	0,53	0,84	0,45	0,86	0,62	0,54	0,92	0,72	0,55
<i>Взвешенная сумма оценок O_6</i>	<i>0,64</i>	<i>0,12</i>	<i>0,14</i>	<i>0,68</i>	<i>0,48</i>	<i>0,39</i>	<i>0,61</i>	<i>0,33</i>	<i>0,63</i>	<i>0,46</i>	<i>0,40</i>	<i>0,67</i>	<i>0,53</i>	<i>0,41</i>
Инновационный, F_7 (весовой коэффициент $w_7 = 0,33$)														
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	0,63	0,10	0,43	0,82	0,46	0,53	0,84	0,51	1,00	0,13	0,89	0,76	0,69	0,87
Инновационная продукция (П _{7.2})	0,69	0,48	0,99	0,96	0,87	0,82	0,95	0,78	0,94	0,53	0,74	0,92	0,41	0,91
Инновационная активность организаций (П _{7.3})	0,64	0,38	0,82	0,94	0,32	0,98	0,53	0,62	0,91	0,05	0,93	0,31	0,59	0,61
Патентная активность (П _{7.4})	0,92	0,49	0,34	0,95	0,66	0,48	0,85	0,52	0,86	0,47	0,51	0,93	0,76	0,78
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	0,73	0,27	0,49	0,98	0,54	0,53	0,67	0,52	0,85	0,89	0,36	0,07	0,13	0,32
<i>Взвешенная сумма оценок O_7</i>	<i>1,20</i>	<i>0,57</i>	<i>1,03</i>	<i>1,55</i>	<i>0,95</i>	<i>1,11</i>	<i>1,28</i>	<i>0,98</i>	<i>1,52</i>	<i>0,69</i>	<i>1,14</i>	<i>0,99</i>	<i>0,86</i>	<i>1,16</i>
Инвестиционный, F_8 (весовой коэффициент $w_8 = 1$)														
Инвестиционный климат (П _{8.1})	0,34	0,06	0,29	0,85	0,31	0,07	0,59	0,08	0,48	0,66	0,36	0,49	0,27	0,32
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	0,54	0,01	0,14	0,74	0,62	0,44	0,88	0,38	0,79	0,24	0,35	0,84	0,34	0,64
<i>Взвешенная сумма оценок O_8</i>	<i>0,88</i>	<i>0,07</i>	<i>0,44</i>	<i>1,59</i>	<i>0,93</i>	<i>0,51</i>	<i>1,47</i>	<i>0,46</i>	<i>1,27</i>	<i>0,89</i>	<i>0,72</i>	<i>1,33</i>	<i>0,61</i>	<i>0,95</i>
Ресурсный, F_9 (весовой коэффициент $w_9 = 0,27$)														
Энергодостаточность (П _{9.1})	0,46	0,65	0,61	0,49	0,26	0,81	0,99	0,47	0,19	0,31	0,38	0,84	1,12	0,45
Земельные ресурсы (П _{9.2})	0,68	0,14	0,20	0,48	0,33	0,12	0,73	0,65	0,53	0,66	0,34	0,41	0,62	0,31
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	0,88	0,29	0,25	0,89	0,36	0,35	0,73	0,56	0,64	0,67	0,19	0,82	0,94	0,51
<i>Взвешенная сумма оценок O_9</i>	<i>0,54</i>	<i>0,29</i>	<i>0,28</i>	<i>0,50</i>	<i>0,25</i>	<i>0,34</i>	<i>0,65</i>	<i>0,45</i>	<i>0,36</i>	<i>0,44</i>	<i>0,24</i>	<i>0,55</i>	<i>0,72</i>	<i>0,34</i>
Кооперация, F_{10} (весовой коэффициент $w_{10} = 0,53$)														
Развитость ГЧП (П _{10.1})	0,99	0,15	0,51	0,74	0,78	0,44	0,91	0,28	0,88	0,46	0,52	0,99	0,49	0,76
Развитие кластеров (П _{10.2})	0,88	0,88	0,88	1,00	0,88	0,88	0,93	1,05	0,88	1,05	0,95	0,90	1,05	0,90
<i>Взвешенная сумма оценок O_{10}</i>	<i>1,00</i>	<i>0,55</i>	<i>0,74</i>	<i>0,93</i>	<i>0,88</i>	<i>0,70</i>	<i>0,98</i>	<i>0,71</i>	<i>0,94</i>	<i>0,80</i>	<i>0,78</i>	<i>1,01</i>	<i>0,82</i>	<i>0,89</i>

Продолжение приложения И

Окончание таблицы И.4

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Развитие персонала, F_{11} (весовой коэффициент $w_{11} = 0,87$)														
Дополнительное профессиональное образование персонала ($\Pi_{11.1}$)	0,87	0,48	0,65	0,88	0,66	0,55	0,93	0,54	0,75	0,79	0,69	0,96	0,59	0,53
<i>Взвешенная сумма оценок O_{11j}</i>	<i>0,75</i>	<i>0,42</i>	<i>0,56</i>	<i>0,76</i>	<i>0,57</i>	<i>0,48</i>	<i>0,81</i>	<i>0,47</i>	<i>0,65</i>	<i>0,68</i>	<i>0,60</i>	<i>0,84</i>	<i>0,51</i>	<i>0,46</i>
Условия труда, F_{12} (весовой коэффициент $w_{12} = 0,4$)														
Вредные условия труда ($\Pi_{12.1}$)	0,28	0,49	0,38	0,80	0,55	0,85	0,68	0,59	0,45	0,71	0,08	0,58	0,16	0,46
Производственный травматизм ($\Pi_{12.2}$)	0,74	0,05	0,75	0,94	0,25	0,82	0,26	0,11	0,84	0,64	0,98	0,76	0,78	0,65
<i>Взвешенная сумма оценок O_{12j}</i>	<i>0,41</i>	<i>0,22</i>	<i>0,45</i>	<i>0,70</i>	<i>0,32</i>	<i>0,67</i>	<i>0,38</i>	<i>0,28</i>	<i>0,51</i>	<i>0,54</i>	<i>0,42</i>	<i>0,54</i>	<i>0,38</i>	<i>0,44</i>
Экологический, F_{13} (весовой коэффициент $w_{13} = 0,13$)														
Природоохранные расходы ($\Pi_{13.1}$)	0,93	0,33	0,27	0,91	0,44	0,34	0,78	0,54	0,81	0,67	0,21	0,76	0,58	0,35
Загрязнение окружающей среды ($\Pi_{13.2}$)	0,13	0,69	0,68	0,14	0,31	0,64	0,18	0,45	0,47	0,09	0,80	0,22	0,36	0,74
Природоохранные мероприятия ($\Pi_{13.3}$)	0,35	0,19	0,93	0,46	0,18	0,13	0,72	0,42	0,36	0,65	0,59	0,49	0,62	0,34
<i>Взвешенная сумма оценок O_{13j}</i>	<i>0,19</i>	<i>0,16</i>	<i>0,25</i>	<i>0,20</i>	<i>0,12</i>	<i>0,15</i>	<i>0,22</i>	<i>0,19</i>	<i>0,22</i>	<i>0,19</i>	<i>0,21</i>	<i>0,20</i>	<i>0,21</i>	<i>0,19</i>
Эмоциональный, F_{14} (весовой коэффициент $w_{14} = 0,67$)														
Уровень отчаяния в регионе ($\Pi_{14.1}$)	0,42	0,19	0,38	0,47	0,28	0,21	0,64	0,36	0,04	0,71	0,55	0,94	0,18	0,52
Восприятие нерезидентами информации о регионе ($\Pi_{14.2}$)	0,88	0,25	0,16	0,86	0,41	0,39	0,84	0,38	0,89	0,58	0,33	0,76	0,59	0,66
<i>Взвешенная сумма оценок O_{14j}</i>	<i>0,87</i>	<i>0,29</i>	<i>0,36</i>	<i>0,89</i>	<i>0,46</i>	<i>0,40</i>	<i>0,98</i>	<i>0,49</i>	<i>0,62</i>	<i>0,85</i>	<i>0,59</i>	<i>1,14</i>	<i>0,51</i>	<i>0,78</i>
Визуальный, F_{15} (весовой коэффициент $w_{15} = 0,6$)														
Ивент-индустрия ($\Pi_{15.1}$)	0,93	0,28	0,46	0,95	0,60	0,16	0,79	0,47	0,94	0,55	0,21	0,81	0,74	0,61
<i>Взвешенная сумма оценок O_{15j}</i>	<i>0,56</i>	<i>0,17</i>	<i>0,28</i>	<i>0,57</i>	<i>0,36</i>	<i>0,10</i>	<i>0,47</i>	<i>0,28</i>	<i>0,56</i>	<i>0,33</i>	<i>0,13</i>	<i>0,49</i>	<i>0,44</i>	<i>0,37</i>
Уровень экономической репутации региона ($УЭР_{пер}$)														
<i>Итоговая рейтинговая оценка</i>	<i>13,75</i>	<i>6,76</i>	<i>10,02</i>	<i>16,56</i>	<i>10,57</i>	<i>8,98</i>	<i>14,15</i>	<i>9,46</i>	<i>13,94</i>	<i>11,64</i>	<i>9,56</i>	<i>14,94</i>	<i>9,76</i>	<i>9,59</i>

Продолжение приложения И

Таблица И.5– Рейтинговая оценка репутационной экономики регионов, 2017 г.

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Институциональный фактор, F_1 (весовой коэффициент $w_1 = 0,33$)														
Демография организаций (П _{1.1})	0,87	0,41	0,28	0,80	0,67	0,51	0,36	0,11	0,76	0,35	0,61	0,91	0,39	0,65
Налоговая дисциплина (П _{1.2})	0,86	0,66	0,75	0,88	0,58	0,82	0,32	0,71	0,47	0,54	0,89	0,28	0,81	0,72
Коррупция (П _{1.3})	0,12	0,88	0,91	0,08	0,49	0,54	0,54	0,67	0,45	0,12	0,76	0,07	0,27	0,59
<i>Взвешенная сумма оценок O_{1j}</i>	<i>0,62</i>	<i>0,65</i>	<i>0,65</i>	<i>0,59</i>	<i>0,58</i>	<i>0,62</i>	<i>0,41</i>	<i>0,49</i>	<i>0,56</i>	<i>0,34</i>	<i>0,76</i>	<i>0,42</i>	<i>0,49</i>	<i>0,65</i>
Политический фактор, F_2 (весовой коэффициент $w_2 = 0,6$)														
Рейтинг глав регионов (П _{2.1})	0,86	0,44	0,81	0,91	0,40	0,53	0,79	0,33	0,38	0,47	0,52	0,34	0,31	0,80
Эффективность освоения бюджетных средств (П _{2.2})	0,89	0,62	0,02	0,92	0,58	0,46	0,61	0,53	0,35	0,45	0,49	0,52	0,67	0,28
Эффективность управления (П _{2.3})	0,82	0,45	0,95	0,91	0,40	0,46	0,85	0,18	0,79	0,64	0,58	0,94	0,68	0,42
<i>Взвешенная сумма оценок O_{2j}</i>	<i>1,55</i>	<i>0,90</i>	<i>1,07</i>	<i>1,64</i>	<i>0,83</i>	<i>0,87</i>	<i>1,35</i>	<i>0,62</i>	<i>0,91</i>	<i>0,93</i>	<i>0,95</i>	<i>1,08</i>	<i>1,00</i>	<i>0,90</i>
Социальный, F_3 (весовой коэффициент $w_3 = 0,93$)														
Занятость населения (П _{3.1})	0,38	0,44	0,78	0,85	0,74	0,55	0,28	0,61	0,87	0,59	0,36	0,81	0,15	0,52
Средний уровень заработной платы (П _{3.2})	0,51	0,24	0,12	0,64	0,44	0,14	0,66	0,21	0,52	0,34	0,26	0,53	0,18	0,27
Среднедушевой денежный доход населения (П _{3.3})	0,68	0,08	0,06	0,80	0,34	0,05	0,69	0,16	0,76	0,25	0,18	0,59	0,09	0,27
Улучшение жилищных условий населения (П _{3.4})	0,51	0,25	0,84	0,87	0,68	0,61	0,56	0,65	0,20	0,54	0,34	0,39	0,73	0,13
Уровень социальной стабильности (П _{3.5})	0,48	0,44	0,76	0,05	0,26	0,34	0,42	0,41	0,11	0,72	0,75	0,33	0,64	0,55
Межрегиональная трудовая миграция (П _{3.6})	0,15	0,54	0,36	0,72	0,25	0,08	0,20	0,04	0,51	0,33	0,14	0,67	0,12	0,42
<i>Взвешенная сумма оценок O_{3j}</i>	<i>2,53</i>	<i>1,84</i>	<i>2,72</i>	<i>3,66</i>	<i>2,53</i>	<i>1,66</i>	<i>2,64</i>	<i>1,94</i>	<i>2,77</i>	<i>2,58</i>	<i>1,90</i>	<i>3,10</i>	<i>1,78</i>	<i>2,02</i>
Экономический, финансово-экономический, F_4 (весовой коэффициент $w_4 = 0,53$)														
Валовой региональный продукт (П _{4.1})	0,46	0,24	0,27	0,82	0,48	0,16	0,73	0,21	0,54	0,65	0,31	0,68	0,28	0,29
Оборот организаций (П _{4.2})	0,39	0,71	0,86	0,29	0,15	0,47	0,53	0,34	0,62	0,13	0,49	0,38	0,61	0,72
Совокупная прибыль (П _{4.3})	0,86	0,22	0,02	0,89	0,72	0,00	0,76	0,27	0,78	0,71	0,26	0,74	0,47	0,32
Рентабельность реализованной продукции (П _{4.4})	0,75	0,86	0,16	0,36	0,26	0,65	0,92	0,40	0,55	0,22	0,71	0,28	0,47	0,35
Удельный вес убыточных организаций (П _{4.5})	0,84	0,38	0,79	0,72	0,86	0,58	0,73	0,74	0,76	0,18	0,24	0,82	0,56	0,15
Уровень банкротства организаций (П _{4.6})	0,13	0,69	0,65	0,05	0,53	0,38	0,09	0,52	0,18	0,33	0,47	0,11	0,27	0,56
<i>Взвешенная сумма оценок O_{4j}</i>	<i>1,83</i>	<i>1,65</i>	<i>1,47</i>	<i>1,68</i>	<i>1,60</i>	<i>1,19</i>	<i>2,01</i>	<i>1,32</i>	<i>1,83</i>	<i>1,18</i>	<i>1,32</i>	<i>1,61</i>	<i>1,42</i>	<i>1,28</i>

Продолжение приложения И

Продолжение таблицы И.5

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Качество товаров и услуг на рынке, F_5 (весовой коэффициент $w_5 = 0,07$)														
Качество городской среды (П _{5.1})	0,46	0,45	0,64	0,66	0,51	0,84	0,13	0,56	0,67	0,27	0,62	0,24	0,74	0,38
Качество автодорог (П _{5.2})	0,74	0,00	0,19	0,56	0,54	0,42	0,80	0,11	0,22	0,12	0,82	0,18	0,01	0,45
<i>Взвешенная сумма оценок O_5</i>	<i>0,08</i>	<i>0,03</i>	<i>0,05</i>	<i>0,08</i>	<i>0,07</i>	<i>0,08</i>	<i>0,06</i>	<i>0,04</i>	<i>0,06</i>	<i>0,03</i>	<i>0,10</i>	<i>0,03</i>	<i>0,05</i>	<i>0,05</i>
Бизнес, F_6 (весовой коэффициент $w_6 = 0,8$)														
Малое и среднее предпринимательство (П _{6.1})	0,87	0,19	0,16	0,92	0,68	0,48	0,84	0,45	0,86	0,61	0,49	0,89	0,71	0,47
<i>Взвешенная сумма оценок O_6</i>	<i>0,70</i>	<i>0,15</i>	<i>0,13</i>	<i>0,73</i>	<i>0,55</i>	<i>0,39</i>	<i>0,67</i>	<i>0,36</i>	<i>0,69</i>	<i>0,49</i>	<i>0,40</i>	<i>0,72</i>	<i>0,56</i>	<i>0,38</i>
Инновационный, F_7 (весовой коэффициент $w_7 = 0,47$)														
Кадровое обеспечение инновационного развития (П _{7.1})	0,63	0,05	0,35	0,78	0,45	0,48	0,88	0,51	0,99	0,24	0,83	0,81	0,69	0,86
Инновационная продукция (П _{7.2})	0,64	0,89	0,99	0,96	0,81	0,84	0,95	0,61	0,93	0,48	0,78	0,94	0,39	0,87
Инновационная активность организаций (П _{7.3})	0,65	0,38	0,86	0,98	0,24	0,94	0,62	0,49	0,91	0,31	0,92	0,06	0,54	0,15
Патентная активность (П _{7.4})	0,94	0,48	0,36	0,95	0,58	0,55	0,81	0,52	0,86	0,49	0,56	0,89	0,76	0,78
Уровень цифровизации бизнеса (П _{7.5})	0,69	0,36	0,11	0,93	0,29	0,54	0,53	0,56	0,86	0,82	0,60	0,06	0,08	0,59
<i>Взвешенная сумма оценок O_7</i>	<i>1,65</i>	<i>1,01</i>	<i>1,24</i>	<i>2,15</i>	<i>1,10</i>	<i>1,56</i>	<i>1,77</i>	<i>1,26</i>	<i>2,12</i>	<i>1,10</i>	<i>1,72</i>	<i>1,29</i>	<i>1,15</i>	<i>1,51</i>
Инвестиционный, F_8 (весовой коэффициент $w_8 = 1$)														
Инвестиционный климат (П _{8.1})	0,39	0,06	0,46	0,87	0,25	0,13	0,68	0,15	0,47	0,66	0,26	0,54	0,31	0,45
Объем инвестиций в развитие региона (П _{8.2})	0,56	0,09	0,16	0,75	0,53	0,25	0,73	0,35	0,76	0,32	0,34	0,66	0,41	0,46
<i>Взвешенная сумма оценок O_8</i>	<i>0,95</i>	<i>0,15</i>	<i>0,62</i>	<i>1,62</i>	<i>0,78</i>	<i>0,38</i>	<i>1,41</i>	<i>0,51</i>	<i>1,24</i>	<i>0,98</i>	<i>0,60</i>	<i>1,20</i>	<i>0,72</i>	<i>0,91</i>
Ресурсный, F_9 (весовой коэффициент $w_9 = 0,27$)														
Энергодостаточность (П _{9.1})	0,42	0,59	0,62	0,23	0,27	0,84	0,97	0,45	0,19	0,36	0,41	0,69	1,12	0,43
Земельные ресурсы (П _{9.2})	0,68	0,14	0,20	0,48	0,33	0,12	0,73	0,65	0,53	0,66	0,34	0,41	0,62	0,31
Оборотное использование водных ресурсов (П _{9.3})	0,89	0,28	0,22	0,91	0,36	0,38	0,71	0,56	0,66	0,68	0,19	0,81	0,95	0,44
<i>Взвешенная сумма оценок O_9</i>	<i>0,53</i>	<i>0,27</i>	<i>0,28</i>	<i>0,43</i>	<i>0,26</i>	<i>0,36</i>	<i>0,64</i>	<i>0,44</i>	<i>0,37</i>	<i>0,45</i>	<i>0,25</i>	<i>0,51</i>	<i>0,72</i>	<i>0,31</i>
Кооперация, F_{10} (весовой коэффициент $w_{10} = 0,67$)														
Развитость ГЧП (П _{10.1})	0,92	0,16	0,28	0,91	0,85	0,54	0,75	0,39	0,93	0,65	0,48	0,98	0,59	0,88
Развитие кластеров (П _{10.2})	0,88	0,88	0,88	1,00	0,88	0,88	0,93	1,05	0,88	1,05	0,95	0,90	1,05	0,90
<i>Взвешенная сумма оценок O_{10}</i>	<i>1,20</i>	<i>0,70</i>	<i>0,77</i>	<i>1,27</i>	<i>1,15</i>	<i>0,95</i>	<i>1,12</i>	<i>0,96</i>	<i>1,20</i>	<i>1,13</i>	<i>0,96</i>	<i>1,25</i>	<i>1,09</i>	<i>1,19</i>

Продолжение приложения И

Окончание таблицы И.5

Показатель	РБ	РМЭ	РМ	РТ	УР	ЧР	ПРК	КО	НО	ОО	ПЗО	СМО	СРО	УО
Развитие персонала, F_{11} (весовой коэффициент $w_{11} = 0,87$)														
Дополнительное профессиональное образование персонала ($\Pi_{11.1}$)	0,87	0,48	0,65	0,88	0,66	0,55	0,93	0,54	0,75	0,79	0,69	0,96	0,59	0,53
<i>Взвешенная сумма оценок O_{11j}</i>	<i>0,75</i>	<i>0,42</i>	<i>0,56</i>	<i>0,76</i>	<i>0,57</i>	<i>0,48</i>	<i>0,81</i>	<i>0,47</i>	<i>0,65</i>	<i>0,68</i>	<i>0,60</i>	<i>0,84</i>	<i>0,51</i>	<i>0,46</i>
Условия труда, F_{12} (весовой коэффициент $w_{12} = 0,4$)														
Вредные условия труда ($\Pi_{12.1}$)	0,20	0,28	0,33	0,80	0,65	0,78	0,60	0,54	0,64	0,71	0,06	0,58	0,31	0,48
Производственный травматизм ($\Pi_{12.2}$)	0,73	0,22	0,52	0,96	0,31	0,84	0,24	0,06	0,85	0,74	0,98	0,53	0,89	0,54
<i>Взвешенная сумма оценок O_{12j}</i>	<i>0,37</i>	<i>0,20</i>	<i>0,34</i>	<i>0,71</i>	<i>0,38</i>	<i>0,64</i>	<i>0,33</i>	<i>0,24</i>	<i>0,59</i>	<i>0,58</i>	<i>0,41</i>	<i>0,44</i>	<i>0,48</i>	<i>0,41</i>
Экологический, F_{13} (весовой коэффициент $w_{13} = 0,2$)														
Природоохранные расходы ($\Pi_{13.1}$)	0,91	0,16	0,36	0,92	0,48	0,28	0,80	0,55	0,76	0,69	0,21	0,84	0,65	0,34
Загрязнение окружающей среды ($\Pi_{13.2}$)	0,14	0,74	0,62	0,18	0,34	0,68	0,16	0,51	0,33	0,09	0,73	0,20	0,39	0,76
Природоохранные мероприятия ($\Pi_{13.3}$)	0,33	0,14	0,95	0,54	0,41	0,12	0,74	0,39	0,31	0,58	0,44	0,45	0,69	0,61
<i>Взвешенная сумма оценок O_{13j}</i>	<i>0,28</i>	<i>0,21</i>	<i>0,39</i>	<i>0,33</i>	<i>0,25</i>	<i>0,22</i>	<i>0,34</i>	<i>0,29</i>	<i>0,28</i>	<i>0,27</i>	<i>0,28</i>	<i>0,30</i>	<i>0,35</i>	<i>0,34</i>
Эмоциональный, F_{14} (весовой коэффициент $w_{14} = 0,73$)														
Уровень отчаяния в регионе ($\Pi_{14.1}$)	0,46	0,14	0,41	0,49	0,29	0,20	0,44	0,39	0,02	0,68	0,55	0,93	0,18	0,36
Восприятие нерезидентами информации о регионе ($\Pi_{14.2}$)	0,87	0,22	0,18	0,84	0,36	0,35	0,81	0,47	0,91	0,56	0,32	0,73	0,54	0,66
<i>Взвешенная сумма оценок O_{14j}</i>	<i>0,97</i>	<i>0,27</i>	<i>0,43</i>	<i>0,97</i>	<i>0,48</i>	<i>0,41</i>	<i>0,91</i>	<i>0,63</i>	<i>0,68</i>	<i>0,91</i>	<i>0,64</i>	<i>1,22</i>	<i>0,53</i>	<i>0,75</i>
Визуальный, F_{15} (весовой коэффициент $w_{15} = 0,13$)														
Ивент-индустрия ($\Pi_{15.1}$)	0,91	1,00	1,00	0,94	0,53	1,00	0,78	0,62	0,92	0,52	0,56	0,79	0,48	0,62
<i>Взвешенная сумма оценок O_{15j}</i>	<i>0,12</i>	<i>0,13</i>	<i>0,13</i>	<i>0,13</i>	<i>0,07</i>	<i>0,13</i>	<i>0,10</i>	<i>0,08</i>	<i>0,12</i>	<i>0,07</i>	<i>0,08</i>	<i>0,11</i>	<i>0,06</i>	<i>0,08</i>
Уровень экономической репутации региона ($\sum ER_{рег}$)														
<i>Итоговая рейтинговая оценка</i>	<i>14,12</i>	<i>8,59</i>	<i>10,87</i>	<i>16,75</i>	<i>11,19</i>	<i>9,93</i>	<i>14,57</i>	<i>9,66</i>	<i>14,07</i>	<i>11,72</i>	<i>10,95</i>	<i>14,09</i>	<i>10,91</i>	<i>11,25</i>

Приложение К

Таблица К.1 – Матрица коэффициентов корреляции Пирсона индикаторов экономической репутации при

Correlations (База из стратегии PT.sta)Marked correlations are significant at p < .01000N=5 (Casewise deletion of missing data)

Variable	Means	Std.Dev.	Y	ЧК1	ЧК2	ЧК3	ЧК4	ЧК5	ЧК6	ЧК7	ЧК8	ЧК9	ЧК10	П1	П2	Р1	Р2	И1	И2	И3	Ин1	Ин2	Пр1	Пр2	Ф1
Y	26.4	5.5	1.000	0.997	0.999	0.966	-0.647	0.935	0.971	0.791	0.771	0.909	0.978	0.985	0.983	0.715	0.859	0.969	0.911	0.999	0.985	0.973	0.976	0.981	0.999
ЧК1	131.6	31.8	0.997	1.000	0.996	0.975	-0.655	0.936	0.982	0.804	0.770	0.916	0.987	0.988	0.983	0.737	0.889	0.972	0.928	0.995	0.988	0.977	0.985	0.979	0.998
ЧК2	1.6	0.7	0.999	0.996	1.000	0.965	-0.684	0.952	0.979	0.820	0.801	0.927	0.984	0.990	0.989	0.691	0.874	0.980	0.927	0.995	0.992	0.982	0.983	0.989	0.997
ЧК3	75.5	3.3	0.966	0.975	0.965	1.000	-0.670	0.914	0.967	0.816	0.777	0.928	0.976	0.984	0.974	0.675	0.878	0.958	0.929	0.956	0.969	0.964	0.970	0.962	0.967
ЧК4	3.6	0.2	-0.647	-0.655	-0.684	-0.670	1.000	-0.873	-0.766	-0.972	-0.978	-0.896	-0.752	-0.745	-0.769	-0.077	-0.792	-0.812	-0.858	-0.611	-0.764	-0.801	-0.766	-0.779	-0.626
ЧК5	27.3	2.1	0.935	0.936	0.952	0.914	-0.873	1.000	0.972	0.951	0.941	0.988	0.968	0.967	0.978	0.498	0.915	0.991	0.975	0.919	0.979	0.988	0.974	0.983	0.925
ЧК6	59.6	4.0	0.971	0.982	0.979	0.967	-0.766	0.972	1.000	0.892	0.847	0.964	0.999	0.988	0.987	0.673	0.952	0.990	0.981	0.962	0.994	0.994	1.000	0.983	0.969
ЧК7	71.3	16.6	0.791	0.804	0.820	0.816	-0.972	0.951	0.892	1.000	0.981	0.970	0.882	0.870	0.885	0.299	0.902	0.917	0.954	0.762	0.884	0.911	0.891	0.889	0.776
ЧК8	5.3	1.6	0.771	0.770	0.801	0.777	-0.978	0.941	0.847	0.981	1.000	0.952	0.840	0.848	0.869	0.184	0.815	0.897	0.903	0.740	0.859	0.886	0.850	0.878	0.752
ЧК9	49.2	12.3	0.909	0.916	0.927	0.928	-0.896	0.988	0.964	0.970	0.952	1.000	0.962	0.962	0.970	0.454	0.920	0.982	0.982	0.887	0.966	0.980	0.965	0.969	0.899
ЧК10	0.6	0.2	0.978	0.987	0.984	0.976	-0.752	0.968	0.999	0.882	0.840	0.962	1.000	0.993	0.991	0.676	0.941	0.991	0.975	0.969	0.995	0.994	0.999	0.986	0.976
П1	911.2	558.1	0.985	0.988	0.990	0.984	-0.745	0.967	0.988	0.870	0.848	0.962	0.993	1.000	0.999	0.634	0.898	0.992	0.956	0.975	0.997	0.994	1.000	0.995	0.992
П2	4.6	1.9	0.983	0.983	0.989	0.974	-0.769	0.978	0.987	0.885	0.869	0.970	0.991	0.999	1.000	0.606	0.896	0.996	0.959	0.972	0.998	0.997	0.991	0.999	0.978
Р1	4.1	0.7	0.715	0.737	0.691	0.675	-0.077	0.498	0.673	0.299	0.184	0.454	0.676	0.634	0.606	1.000	0.651	0.582	0.588	0.743	0.639	0.603	0.666	0.591	0.737
Р2	69.2	12.7	0.859	0.889	0.874	0.878	-0.792	0.915	0.952	0.902	0.815	0.920	0.941	0.898	0.896	0.651	1.000	0.920	0.976	0.846	0.915	0.925	0.944	0.889	0.858
И1	29.2	2.8	0.969	0.972	0.980	0.958	-0.812	0.991	0.990	0.917	0.897	0.982	0.991	0.992	0.996	0.582	0.920	1.000	0.975	0.957	0.997	1.000	0.993	0.997	0.963
И2	29.5	2.3	0.911	0.928	0.927	0.929	-0.858	0.975	0.981	0.954	0.903	0.982	0.975	0.956	0.959	0.568	0.976	0.975	1.000	0.893	0.965	0.977	0.979	0.955	0.905
И3	165.2	70.2	0.999	0.995	0.995	0.956	-0.611	0.919	0.952	0.762	0.740	0.887	0.969	0.975	0.972	0.743	0.846	0.957	0.893	1.000	0.976	0.961	0.966	0.971	0.999
Ин1	28.0	4.9	0.985	0.988	0.992	0.969	-0.764	0.979	0.994	0.884	0.859	0.966	0.995	0.997	0.998	0.639	0.915	0.997	0.965	0.976	1.000	0.998	0.996	0.997	0.981
Ин2	1.9	0.8	0.973	0.977	0.982	0.964	-0.801	0.988	0.994	0.911	0.886	0.980	0.994	0.994	0.997	0.603	0.925	1.000	0.977	0.961	0.998	1.000	0.996	0.996	0.967
Пр1	32.0	5.9	0.976	0.985	0.983	0.970	-0.766	0.974	1.000	0.891	0.850	0.965	0.999	0.991	0.991	0.666	0.944	0.993	0.979	0.966	0.996	1.000	0.996	0.988	0.973
Пр2	43.1	4.8	0.981	0.979	0.989	0.962	-0.779	0.983	0.983	0.889	0.878	0.969	0.986	0.995	0.999	0.591	0.889	0.997	0.955	0.971	0.997	0.995	0.988	1.000	0.975
Ф1	4.8	1.0	0.999	0.998	0.997	0.967	-0.626	0.925	0.969	0.776	0.752	0.899	0.976	0.982	0.978	0.737	0.858	0.963	0.905	0.999	0.981	0.967	0.973	0.975	1.000