

УДК 330.144.1

Репутационный капитал Республики Татарстан и факторы, на него воздействующие



Колесникова Ю.С.

Кандидат экономических наук,
ассистент кафедры управления человеческими ресурсами
Казанского (Приволжского) федерального университета

В статье рассмотрены особенности формирования репутационного капитала Республики Татарстан. Выявлены факторы, воздействующие на репутацию регионов. Проанализировано влияние событий и действий, происходящих в регионе, на его репутацию.

Ключевые слова: репутация, репутационный капитал, нематериальная собственность, информационная экономика, валовый региональный продукт, рынок труда.

По мере информатизации экономики знания информация, репутация, положительный бренд формируют конкурентное преимущество как на микро-, так и на макроуровне. В современном информационном обществе возрастает роль человеческого капитала и знаний. Отрицательная репутация региона может привести к оттоку населения и к таким процессам как «старение» региона, впрочем, положительная репутация может приводить к массовому притоку мигрантов, что также может негативно сказаться на развитии региона.

В Республике Татарстан в 2012 г. наблюдался дефицит кадров в строительстве и производстве, медицине, также в связи с проведением Универсиады-2013 наблюдается повышенный спрос на IT и банковских специалистов [1].

Репутация региона – это нематериальная собственность региона, формирующаяся на основе действий, событий, происходящих в регионе, а также базовых условий (климат, месторасположение и т.д.) (рис. 1) [2, с. 27-31].

Репутация региона – это многоаспектное явление. На ее формирование и развитие оказывает влияние состояние рынка труда, рынка товаров и услуг, уровень развития науки и культуры, рекреационные возможности региона, темпы развития экономики и др. Влияние же репутации реги-

она отличается от влияния репутации в компании. В компаниях положительная репутация позволяет: увеличивать объемы продаж, формировать приверженность покупателей и эффективное взаимодействие с поставщиками, привлекать лучших работников в компанию. На уровне региона репутация оказывает влияние на: туристические потоки, миграцию населения, взаимоотношения с федеральными органами власти.

Репутационный капитал компании – объект нематериальной собственности, позволяющий увеличивать стоимость компании, и входит в ее рыночную стоимость.

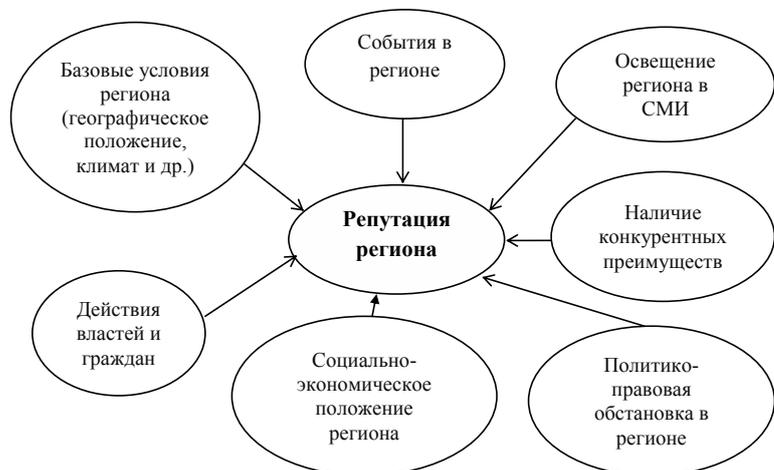


Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на репутацию региона

По нашему мнению, репутационный капитал региона – объект нематериальной собственности региона, обеспечивающий ему конкурентное преимущество, не связанное непосредственно с материальными объектами собственности региона.

К примеру, Санкт-Петербург имеет статус культурной столицы России; Сочи всегда имел конкурентное преимущество благодаря своим природно-климатическим условиям, а с подготовкой к Олимпиаде-2014 также отличается увеличившимися темпами экономического развития, что привлекает в данный регион рабочую силу различного квалификационного уровня.

Репутация является нематериальной собственностью компании и региона в целом. Репутация региона формируется кумулятивно, т.е. складывается из репутаций отдельных предприятий и организаций, существующих в регионе. Также репутация складывается по отдельным отраслям, может концентрироваться в одной отрасли и не проявляться в других.

Рассмотрим более подробно факторы, влияющие на репутацию Республики Татарстан.

1. Базовые условия развития региона.

Зачастую сильная отдаленность региона от Европейской части России или суровые природно-климатические условия негативно сказываются на его репутации. Подобные районы испытывают кадровый дефицит, вследствие чего вынуждены применять повышающие коэффициенты при исчислении заработных плат, чтобы мотивировать приезд квалифицированных кадров в регион. Базовые условия Татарстана можно характеризовать как нейтральные, поскольку они не оказывают негативных воздействий на репутацию, но и не позволяют пользоваться дополнительной монополевой рентой так, как, например, Краснодарскому краю, Москве, Санкт-Петербургу.

2. Социально-экономическое положение региона.

Показателем, обобщающим экономическое развитие региона, является показатель ВРП (валового регионального продукта). По уровню ВРП в 2011 г. Татарстан входит в десятку регионов-лидеров (см. таблицу 1) и занимает шестое место. Данный факт свидетельствует о высокой экономической репутации региона и высокой финансовой привлекательности. Мы считаем, что вес социально-экономического параметра оказывает значительное влияние на общую репутацию региона в целом. Увеличивающиеся темпы экономического роста приводят к вовлечению всех ресурсов в хозяйственную деятельность, в том числе и трудовых. В конечном итоге сохраняющиеся темпы роста экономики региона приводят к дефициту трудовых ресурсов, что делает регион привлекательным для мигрантов. Татарстан сохраняет свое место по уровню ВРП с 2007 г. (см. табл. 1).

3. Политико-правовая обстановка в регионе.

Неустойчивая политическая ситуация в регионе, высокий уровень криминогенной обстановки не только негативно сказывается на качестве жизни населения региона, но и снижает репутационный капитал региона. Данный аспект, например, является определяющим в республиках Северного Кавказа (обладая благоприятными агроклиматическими условиями, республикам не удается развивать рекреационные ресурсы и привлекать туристические потоки). Ситуацию в Республике Татарстан можно охарактеризовать как стабильную. Политико-правовой фактор редко может значительно повлиять на прирост репутации, но в то же время негативная обстановка в регионе может нивелировать положительное влияние остальных факторов.

4. Наличие конкурентных преимуществ региона.

Благоприятно на репутацию влияет присутствие в регионе узнаваемых и широко известных брендов,

Таблица 1

Распределение регионов по уровню ВРП [3], млн. руб.

Ранг 2011 г.	Регион	ВРП 2011 г.	ВРП 2010 г.	ВРП 2009 г.	ВРП 2008 г.	ВРП 2007 г.	ВРП 2006 г.
1	Москва	10021556,8	8375863,8	7126972,4	8248652,0	6696259,1	5260232,8
2	Тюменская область, (включая ХМАО и ЯНАО)	4091590,0	3301573,3	2870284,0	3121401,3	2758813,1	2551355,4
3	Ханты-Мансийский автономный округ	2434202,0	1971870,5	1778637,1	1937159,1	1728340,2	1594097,1
4	Московская область	2243264,0	1832867,3	1519446,3	1645753,0	1295649,9	934328,9
5	Санкт-Петербург	2071756,9	1699486,4	1475805,3	1431839,6	1119660,3	825102,3
6	Республика Татарстан	1275531,5	1001622,8	885064,0	926056,7	757401,4	605911,5
7	Свердловская область	1265683,3	1046600,1	825267,4	923550,8	820792,5	653908,3
8	Краснодарский край	1229738,1	1028308,4	861603,3	803834,1	648211,3	483950,7
9	Красноярский край	1188778,1	1055525,0	749194,8	737950,5	734154,8	585881,9
10	Ямало-Ненецкий автономный округ	962144,9	782214,9	649640,0	719397,0	594678,6	546365,8

ассоциирующихся с регионом: тульский пряник, павлопосадский платок и т.п. На репутацию Республики Татарстан влияют предприятия нефтехимического и машиностроительного комплекса, развитая система высшего образования и медицина. Татарстан принимает ежегодно большое число студентов из соседних субъектов федерации, большая доля студентов приезжает из Республики Башкортостан, Чувашии, Марий Эл, Удмуртии, Ульяновской области.

5. Действия и события в регионе.

Традиционно под событиями понимают явления, происходящие в регионе и не зависящие от сознательного волеизъявления руководства и населения (например, ураган). К действиям, напротив, относят явления, связанные с сознательной активностью человека. К наиболее значимым действиям и событиям в республике можно отнести празднование тысячелетия Казани и Елабуга, Универсиаду-2013, чемпионат мира по футболу-2018 и многие другие общественные, культурные и спортивные мероприятия. Данные мероприятия формируют благоприятное восприятие республики у населения и положительно сказываются на репутации, равно как и неблагоприятные события (теракты, наводнения и т.п.) могут наносить вред репутации региона.

6. Освещение региона в СМИ.

В условиях современной информационной экономики информация играет очень важную роль в формировании и развитии репутации регионов. В зависимости от освещения в СМИ любого из вышеперечисленных факторов, его влияние на репутацию региона может усиливаться или ослабевать. Между совершающимися событиями и изменениями, связанными с ними, лежит определенный лаг

времени, равный интервалу между данным событием и оповещением о нем через СМИ. Данный фактор влияния на репутацию нельзя недооценивать или упускать из внимания.

Таким образом, в целом, репутационный капитал Республики Татарстан можно оценить положительно, также существует резерв для его увеличения и наращивания в связи с положительными темпами социально-экономического развития, готовящимися спортивными событиями, влекущими увеличение сообщений в СМИ о регионе. Названные факторы, по нашему мнению, и сегодня в большой степени оказывают влияние на формирование репутации региона.

Литература:

1. Минтруд обещает Татарстану к 2020 г. «кадровую яму». – URL: <http://kp4.su/2012-05-28-06-19-29/novosti-v-tatarstane/240-mintrud-obeshchaet-tatarstanu-k-2020-godu-kadrovuyu-yamu> (дата обращения: 28.05.2013 г.).
2. Колесникова Ю.С. Трансакционные издержки и проблема спецификации нематериальной собственности // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 1. – С. 63-65.
3. Глухова М.В. Валовой региональный продукт и практика его расчета в России. – URL: <http://www.cisstat.com/meet-sna2004/glukhova.htm> (дата обращения: 29.05.13 г.).

Goodwill of the Republic of Tatarstan and Its Factors

Yu.S. Kolesnikova
Kazan (Volga Region) Federal University

The paper addresses particularities of formation of goodwill in the Republic of Tatarstan. The author reveals the factors and the impact of events and actions on the reputation of the region.

Key words: reputation, goodwill, nonmaterial property, information economy, gross regional product, labour market.

