

А. Ю. Кравчук, Е. С. Тихомирова

Репутационный капитал региона: вопросы создания и оценки*Древний город, устремленный в будущее...*

В рамках концепции репутационного менеджмента исследуется проблема репутационного капитала региона. Рассматриваются вопросы его формирования и оценки с позиции повышения инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: репутационный капитал региона, имидж, бренд, инвестиционная привлекательность, рейтинговая оценка, кредитный и инвестиционный рейтинг.

A. Ju. Kravchuk, E. S. Tikhomirova

The Reputation Capital of the Region: Questions of Creation and Estimation*The ancient city directed into the future ...*

Within the limits of the concept of reputation management the problem of the reputation region capital is investigated. Questions of its formation and estimation from the point of view of increasing the investment appeal are considered.

Keywords: reputation region capital, image, a brand, investment appeal, a rating estimation, a credit and investment rating.

Экономические реалии современной России таковы, что сегодня все чаще инвестиционные процессы смещаются от центра в регионы: именно там сосредоточены привлекательные промышленные активы. Таким образом, изменение отношения мирового бизнеса к России во многом зависит от политики властей на территориях. Ни для кого не секрет, что долгосрочное развитие регионов возможно не за счет муниципальных займов, а благодаря активной инвестиционной деятельности в них. Мощным инструментом повышения инвестиционной привлекательности региона является его репутационный капитал.

В международной практике с репутационным капиталом региона отождествляют такие понятия, как «имидж» и «бренд». На наш взгляд, данные понятия необходимо различать. *Имидж* отдельного региона представляет собой искусственно созданный в общественном сознании образ. Под *брендом региона* понимается совокупность непреходящих ценностей, отражающих неповторимые оригинальные потребительские характеристики региона, получившие общественное признание и известность, пользующиеся стабильным спросом потребителей. Другими словами, имидж и бренд региона основываются, прежде всего, на эмоциональном отношении к определенной территории. Репутационный же

капитал региона – это развернутый комплекс оценочных представлений, сформированных на основе объективных параметров [2]. Репутационный капитал в значительной мере зависит от имиджа и бренда региона и формируется в результате их влияния на общественность.

Репутационный капитал региона образуют в совокупности следующие составляющие:

- территориальная индивидуальность региона;
- инновационная активность территории, то есть усовершенствование видов продукции, технологий, сырья, материалов и т. д.;
- качество отношений с партнерами;
- репутация руководства;
- информационная открытость региона;
- социальная ответственность территории или, другими словами, социально ориентированная политика региона, обеспечение экологической безопасности и т. д.;
- финансово-экономический потенциал региона, включая производительность труда, уровень занятости населения, уровень квалификации работников и т. д.;
- качество жизни в регионе [1, с. 91–93].

В связи с последними событиями в Ярославском регионе можно с уверенностью утверждать, что эффективным способом формирования репутационного капитала региона является проведе-

ние масштабных праздников на общенациональном уровне. Даже президент России Дмитрий Медведев призвал губернатора Ярославской области использовать 1000-летний юбилей Ярославля для продвижения бренда города: «На самом деле такого рода юбилей – это, конечно, повод для того, чтобы Ярославль стал не только туристическим центром высокого уровня, но и просто городом, комфортным для проживания наших людей. С другой стороны, это и хороший повод просто раскрутить бренд Ярославля, в том числе и на мировом уровне». Празднование юбилея города привлекло в регион представителей бизнес-элиты страны, а каждый рубль, вложенный государством в строительство объектов тысячелетия, мультиплицируется непосредственно в Ярославском регионе. В репутационном плане в связи с 1000-летием Ярославль уже получил и продолжает получать отличное продвижение.



Итак, под территориальной значимостью региона понимаются его визуальные характеристики, то есть место на карте, страновая принадлежность, герб, флаг и т. д. Кроме официального слогана, Ярославская область имеет

свой опознавательный знак – герб с изображенным на нем медведем, который вполне узнаваем, по крайней мере, на территории РФ. Ярославль отличается выгодное географическое положение в наиболее освоенной и экономически развитой части Европейской территории России, сравнительно близко к столице. Город располагает значительными водными ресурсами, развитой инфраструктурой и транспортной системой. Богатое историческое наследие, яркие архитектурно-исторические достопримечательности, значительный туристический потенциал – таковы наиболее очевидные преимущества Ярославского региона по сравнению с другими субъектами РФ.

Инновационная активность Ярославского региона характеризуется значительным научно-техническим потенциалом, развитием производства.

Качество отношений с партнерами складывается из связей с внешними применительно к территории партнерами и из внутритерриториальных взаимодействий на всех уровнях. Ярославские власти активно привлекают инвесторов в регион, предоставляя им все необходимые ресурсы.

Репутацию руководства Ярославского региона характеризует высокий уровень, так как действующий губернатор ведет активную политику по привлечению внимания к области представителями власти. Судя по тому, что организацию тысячелетнего юбилея курировал сам президент, губернатор области занимает не последнее место в Федерации. Заслугой руководства также считается эффективное взаимодействие власти и бизнеса.

Оценка информационной открытости территории проводится в связи с тем, что прозрачная политика региона вызывает доверие внешних инвесторов. Ярославская область заявила о себе достаточно открыто посредством проведения Мирового политического форума и саммита, на которых присутствовали не только представители правительства РФ, но и главы некоторых государств.

Ярославская область активно проводит социальную политику, направленную на улучшение, в том числе, качества жизни населения. За последние несколько лет в Ярославле построены многочисленные объекты культурно-массового сектора, увеличилось число гостиниц, повысилось качество проживания в них. Наиболее уязвимым местом социальной политики Ярославской области является экология.

Финансово-экономические показатели характеризуют успешность территории как своеобразного предпринимателя. Финансовый рынок Ярославской области достаточно развит и способен удовлетворить потребности как крупного, так и среднего и малого бизнеса, что обусловлено развитым банковским сектором.

Анализ отечественной и зарубежной литературы позволил выявить, что наиболее распространенными общими методами оценки репутационного капитала региона являются качественный и количественный. Качественная оценка репутационного капитала проводится методом социологических опросов, который предполагает оценку мнения о регионе различных представителей исполнительной и законодательной власти, инвесторов и кредиторов региона, средств массовой информации и самих жителей региона, полученный результат учитывается в процентах.

Мощным механизмом не только оценки, но и формирования репутационного капитала региона является система рейтингового оценивания. Рейтинговую оценку регионов по различным параметрам в России осуществляют следующие организации: рейтинговое агентство журнала

«Эксперт», Минэкономразвития и Минфин РФ, Fitch Ratings, Standart & Poor's, Moody's и т. д.

Наиболее информативными показателями являются рейтинги кредитоспособности и инвестиционной привлекательности региона. Наличие кредитного рейтинга раскрывает объективные финансовые возможности региона, повышает репутацию городской власти как готовой для приема инвестиций и открытой для диалога с инвесторами. Кредитный рейтинг – эффективное средство, при помощи которого местный орган власти может сообщить о своей кредитоспособности инвесторам, покупающим долговые обязательства, банкам, поставщикам и клиентам, заключающим долгосрочные контракты с муниципалитетом. Рейтинг также является важной составляющей общей программы поддержки отношений с инвесторами, способствуя повышению общей инвестиционной привлекательности.

Наличие достаточно высокого кредитного рейтинга может быть использовано региональной властью в следующих направлениях деятельности:

- распространение информации о городе, создание более благоприятного имиджа и репутации;
- расширение круга потенциальных инвесторов за счет появления интереса к городу со стороны крупных корпораций, финансовых структур, государств и международных организаций;
- облегчение ведения переговоров с кредиторами с целью изменения условий предоставления кредитных линий;
- облегчение финансовых условий реализации долгосрочных проектов;
- повышение эффективности управления затратами, связанными с привлечением заемных средств;
- повышение шансов кандидатуры города в рамках какого-либо конкурса, например, на право организации крупномасштабного экономического, культурного или спортивного мероприятия.

Выход региона на внешний, в том числе, международный инвестиционно-кредитный рынок в современных условиях невозможен без кредитных рейтингов, присвоенных ведущими отечественными и международными рейтинговыми агентствами [3].

Так, национальное рейтинговое агентство «Эксперт РА» присвоило Ярославскому региону инвестиционный рейтинг «3В», означающий пониженный потенциал и умеренный риск. Область также имеет кредитный рейтинг «А», который

означает, что Ярославская область относится к классу регионов с высоким уровнем надежности, возможности региона по выплате долга и процентов достаточно велики, но зависят от внутриэкономической ситуации. При этом риск несвоевременного выполнения обязательств области не высок, а вероятность реструктуризации долга или его части минимальна. Такая рейтинговая оценка региона основывается на том, что Ярославская область характеризуется высокой устойчивостью бюджетной системы и хорошо сбалансированной структурой бюджета, позитивной кредитной историей, положительной динамикой экономического развития региона, благоприятным предпринимательским климатом. Рейтинговое агентство Fitch Ratings присвоило Ярославской области долгосрочные рейтинги в иностранной и национальной валюте «BB-», краткосрочный рейтинг в иностранной валюте «B» и долгосрочный рейтинг по национальной шкале «A+(rus)». Прогноз по долгосрочным рейтингам – «Стабильный».

Среди регионов России, по данным на конец 2009 г., Ярославская область занимает 21-е место по инвестиционному риску и 36-е по инвестиционному потенциалу. Наименьший инвестиционный риск – управленческий, наибольший – экологический. Наибольший потенциал – туристический.

Таким образом, несомненным является тот факт, что высокий уровень репутационного капитала региона оказывает прямое влияние на его инвестиционную привлекательность. В международной практике под инвестиционной привлекательностью территории обычно понимается совокупность некоммерческих рисков прихода инвестора в данный регион и осуществления им инвестиционного проекта. Ярославская область обладает значительным инвестиционным потенциалом, что обусловлено некоторыми факторами. Во-первых, в регионе развито региональное инвестиционное законодательство, позволяющее инвестировать при минимальном риске, а также существует специализированное подразделение в администрации области (Департамент экономического развития, инвестиций и международного сотрудничества), курирующее инвестиционную деятельность. Четкая система инвестиционного законодательства для потенциальных инвесторов является исключительно важной, так как она предусматривает возможность получения налоговых льгот и субвенций для реализации приоритетных для региона инвестиционных проек-

тов. В области развиты машиностроение и химическая промышленность, открытые для совместных проектов. Ярославль – достаточно стабильная и перспективная площадка для крупных проектов. Тем не менее, существует явное противоречие между репутацией России и репутацией Ярославской области как самостоятельной административной единицы. Как известно, репутационный капитал региона не может быть больше репутационного капитала страны в целом. А репутация России, к сожалению, не является на данный момент достаточно высокой.

Библиографический список

1. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6 (56). – 144 с.
2. Имидж и/или репутация [Электронный ресурс] // Регионы России. – 2010. – № 6. – Режим доступа : URL: <http://www.gosrf.ru/journal/article/1138> [дата обращения 28.10.2010].
3. Кредитный рейтинг как механизм повышения инвестиционной привлекательности муниципальных образований [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL: <http://www.raexpert.ru/researches/regions/creditrating/> [дата обращения 01.11.2010].