

УДК 332.1

**Кузьминых Наталья Александровна**,  
кандидат экономических наук, доцент,  
кафедра Инновационной экономики,  
заместитель директора по научной работе,  
Институт экономики, финансов и бизнеса,  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»  
г.Уфа, Российская Федерация

### **ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОГО ИМИДЖА РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ\***

*Аннотация:*

Автором проведен анализ существующих подходов к оценке инновационного имиджа, выявлены их недостатки и преимущества. Это позволило разработать методику оценки, обосновать показатели, характеризующие состояние инновационного имиджа региональных социально-экономических систем. Предлагаемый подход к оценке инновационного имиджа региональных социально-экономических систем согласуется с принятой в международной практике методологией оценки инноваций и инновационной деятельности, позволяет корректировать инновационную политику в рамках установленных стратегических ориентиров экономического роста. В статье представлены результаты оценки инновационного имиджа муниципальных образований Республики Башкортостан с применением разработанного подхода. При этом предлагаемый подход к оценке инновационного имиджа позволил учесть различные базовые условия его формирования и обеспечить разработку рекомендаций по активизации инновационных процессов по приоритетным направлениям развития науки, производства и сферы услуг.

*Ключевые слова:*

инновационное развитие, инновационный имидж региональных социально-экономических систем, методика оценки, инновационная привлекательность, инновационная активность, инновационный потенциал, инновационный риск, инновационная культура, инновационная политика

---

\* Исследование выполнено в рамках гранта Республики Башкортостан молодым ученым и молодежным научным коллективам – 2017.

В современных условиях хозяйствования особое внимание уделяется инновационному имиджу, который представляет собой «набор ощущений и образных, эмоционально окрашенных представлений людей, которые возникают по поводу особенностей инновационного развития региональной социально-экономической системы. В первую очередь, данные представления складываются на основе информации, поступающей из СМИ. Учитывая это, инновационный имидж – это субъективная оценка населения. При этом у каждого человека есть свои принципы и критерии оценки» [1, 2].

В экономической литературе по вопросам формирования имиджа на уровне предприятия опубликовано большое число научных трудов. Так, значительный вклад в исследование корпоративного имиджа внесли: Бобби Джи достаточно подробно рассматривает план по созданию имиджа компании, дает детальное описание каждого из его элементов; Тулеева Ю. Н. рассматривала ценностный, экологический подходы и подход визуализации ценностей при формировании имиджа предприятия на базе приоритета инновационного воспроизводства; Ламбен Жан-Жак, Рокич М. рассматривают ценностный аспект формирования имиджа компании; Амбер Т., Гембл П., Вудкок Н., Стоун М. в своих трудах рассматривают концепцию маркетинга отношений; Шуклина З. Н., Карлина М. М. делают акцент на маркетинговом управлении инновационным имиджем; Сорокина Г. П. рассматривает взаимосвязь конкурентоспособности и имиджа и др.

На мезоуровне: Андрианова Н. А. представляет результаты экспертного опроса по структуре и проблемам формирования имиджа Краснодарского края, акцентирует внимание на системе инструментов политического управления; А. Ф. Суховой раскрывает предпосылки формирования инновационного имиджа, инновационную активность как индикатор инновационного имиджа региона; И. М. Голова, А. Ф. Суховой рассматривают методологические и методические аспекты формирования инновационно-технологического имиджа региона; С. С. Калашникова рассматривает подход ресурсного обеспечения инновационного развития; М. М. Карлина раскрывает инновационный потенциал как фактор формирования инновационного имиджа региона, в работе в соавторстве с З. Н. Шуклиной выявляет факторы эффективного управления восприятием инновационного имиджа региона; В. А. Чердниченко инновационный имидж города изучает как важнейший фактор его инвестиционной привлекательности; И. А. Василенко раскрывает возможности инновационных технологий территориального брендинга для формирования современного имиджа российских регионов; Л. Г. Матвеева, О. А. Чернова описывают информационно-

инвестиционную платформу формирования инновационного имиджа территории (2015) и др.

Несмотря на определенный вклад ученых [3–13] в разработку имиджевой проблематики различных социально-экономических систем, следует отметить, что методические и практические рекомендации по оценке инновационного имиджа региональных социально-экономических систем недостаточно разработаны в связи с отсутствием системности в формировании инновационного имиджа, рассматриваются лишь отдельные стороны. Учитывая это, инновационный имидж региональных социально-экономических систем на современном этапе развития требует теоретического обоснования особенностей адекватной его всесторонней оценки и определения специфики адаптации и практической реализации рекомендаций по его улучшению.

Как показали результаты исследования, оценка инновационного имиджа региональных социально-экономических систем недостаточно проработана, поскольку, во-первых, большинство методик посвящено оценке отдельных составляющих уровня инновационного развития – инновационной активности, инновационного потенциала, инвестиционной привлекательности, инновационной восприимчивости, инновационной культуры и т. д., во-вторых, в единстве не рассматриваются ресурсный и результативный подходы, что характеризует отсутствие обобщенного показателя восприятия инновационного имиджа, в-третьих, методики основываются в большей степени на качественной оценке, носят экспертный характер, в-четвертых, методики используют показатели разновременные, что вносит необъективность в интерпретацию полученных результатов, в-пятых, применяются к конкретной экономической системе, что ограничивает их использование в других системах.

В целом можно отметить, что инновационный имидж складывается из инновационной привлекательности и инновационной активности. В свою очередь, инновационная привлекательность включается в себя инновационный потенциал с учетом инновационного риска и инновационную культуру. Так, под инновационной привлекательностью региональной социально-экономической системы понимается «совокупность объективных свойств и условий осуществления инновационной деятельности на инновационном рынке, формируемых органами управления силой целенаправленного убеждения потенциальных инвесторов для ускорения достижения инновационных целей при получении максимального эффекта при минимизации инновационных рисков» [14].

Для оценки и управления инновационным имиджем региональной социально-экономической системы предлагается использовать следующий сводный показатель [14, 15]:

$$\text{ИИм} = \text{ИПр} \times (1 + \text{ИА}) = \text{ИП} \times (1 - \text{ИР}) \times (1 + \text{ИК}) \times (1 + \text{ИА}), \quad (1)$$

где ИИм – инновационный имидж, в долях единицы;

ИПр – инновационная привлекательность, в долях единицы;

ИА – инновационная активность, в долях единицы;

ИП – инновационный потенциал, в долях единицы;

ИР – инновационный риск, в долях единицы;

ИК – инновационная культура, в долях единицы.

На основе принципа функциональной декомпозиции инновационный потенциал раскрывает возможности его структурных компонентов – производственного, научно-технического, интеллектуально-кадрового, маркетингового, финансово-инвестиционного, информационного потенциалов. На базе затратного метода с помощью средней геометрической из темпов роста реализуемых возможностей частных потенциалов определяется инновационный потенциал региональной инновационной системы. Особенности региональных инновационных систем, их производственная структура и специализация обусловили необходимость оценки инновационного потенциала с учетом инновационного риска, раскрывающего влияние экономического, финансового, производственного, инвестиционного, инфраструктурного, социального, потребительского, экологического факторов. Выбор показателей, характеризующих влияние определенного фактора, был сделан на основе принципов минимальной существенной достаточности, необходимого разнообразия и количественной определенности [14, 15].

В ходе исследования установлено, что «инновационная культура – это позитивное влияние на мотивационную сферу, восприимчивость людьми новых идей, их готовность и способность к поддержке и реализации новшеств. Исходя из этого, к показателям, характеризующим инновационную культуру, относятся: чувство нового, склонность к нововведениям; инициативность, стремление решать трудные задачи, удовлетворение от этого; склонность к риску; стремление получить экономический эффект для региональной социально-экономической системы; бережное, конструктивное отношение к чужому мнению; отношение к нововведению как к общественно значимой ценности; здоровая состязательность в выдвижении и реализации новых идей» [14–17].

Инновационную активность следует рассматривать как интенсивность осуществления инновационной деятельности региональной социально-экономической системы, которая характеризуется «ростом объемов производства инновационной продукции, долей инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции, долей инновационно-активных организаций региональной социально-экономической системы, ростом инновационно-активных организаций региональной социально-экономической системы, ростом затрат на инновации» [14, 15].

На основе формулы многомерной средней производился расчет сводных показателей инновационного риска, инновационной культуры, инновационной активности. Веса были определены с помощью метода приоритетов [14, 15].

В ходе исследования установлено, что инновационный имидж региональных социально-экономических систем целесообразно распределить по группам следующим образом:

– низкий уровень ( $0 < \text{ИМ} \leq 0,5$ ) – экстенсивный характер реализуемой инновационной политики, направленный на количественное наращивание показателей;

– средний уровень ( $0,5 < \text{ИМ} \leq 1$ ) – экстенсивно-интенсивный характер реализуемой инновационной политики, направленный на количественное наращивание показателей с повышением качества работы субъектов хозяйствования;

– высокий уровень ( $\text{ИМ} > 1$ ) – интенсивный характер реализуемой инновационной политики, направленный на повышение качества работы хозяйствующих субъектов при гармонизации интересов.

Апробация предложенного подхода проведена на статистических данных муниципальных образований Республики Башкортостан за 2016 г. В результате исследования выявлено, что различают следующую группировку муниципальных образований по достигнутому уровню инновационного имиджа, рассчитанному по формуле 1:

1) низкий уровень ( $0 < \text{ИМ} \leq 0,5$ ) – Абзелиловский район, Альшеевский район, Архангельский район, Аскинский район, Аургазинский район, Баймакский район, Балтачевский район, Бакалинский район, Белокатайский район, Бижбулякский район, Благоварский район, Буздякский район, Бураевский район, Бурзянский район, Гафурийский район, Давлекановский район, Дуванский район, Дюртюлинский район, Ермекеевский район, Зилаирский район, Иглинский район, Илишевский район, Калтасинский район, Караидельский район, Кармаскалинский район, Кигинский район, Краснокамский район, Кугарчинский район, Куюргазинский район, Кушнаренковский район, Ме-

четлинский район, Мишкинский район, Миякинский район, Нуримановский район, Салаватский район, Стерлибашевский район, Стерлитимакский район, Татышлинский район, Федоровский район, Хайбуллинский район, Чекамгушевский район, Чишминский район, Шаранский район, Янаульский район, г. Агидель.

Для группы с низким уровнем инновационного имиджа необходимо выстроить взаимосвязи между подсистемами муниципальной инновационной системы, ликвидировать дублирующие функции органов управления, реализовывать государственно-частное партнерство, сформировать инновационную культуру путем маркетинговых шагов по продвижению технологических инициатив и обеспечению информационной открытости, количественно наращивать инновационную инфраструктуру, усовершенствовать нормативную правовую базу;

2) средний уровень ( $0,5 < \text{ИМ} \leq 1$ ) – Белебеевский район, Белорецкий район, Благовещенский район, Ишимбайский район, Мелеузовский район, Туймазинский район, Уфимский район, Учалинский район, г. Кумертау, г. Нефтекамск, г. Октябрьский, г. Сибай, г. Стерлитамак.

Для группы со средним уровнем инновационного имиджа необходимо развивать инфраструктурное обеспечение за счет качественного роста, стимулировать восприимчивость к инновациям, как со стороны производителей, так и со стороны потребителей на основе частно-государственного партнерства, заниматься разработкой новых технологий путем расширения спектра создаваемых инноваций;

3) высокий уровень ( $\text{ИМ} > 1$ ) – г. Уфа, г. Салават.

Для того, чтобы поддерживать инновационный имидж на высоком уровне для третьей группы органам местного самоуправления необходимо постоянно стимулировать инновационную деятельность и модернизировать действующие производства на основе частных инвестиций, поддерживать на высоком уровне инновационную культуру за счет формирования ценностей и обеспечивать конвейер создания открытых инноваций за счет поиска средств на воплощение идей, акцентировать внимание на качественном развитии инновационной инфраструктуры.

Таким образом, исследование методического инструментария оценки инновационного имиджа региональной социально-экономической системы позволило привести авторскую методику в целях принятия управленческих решений инновационного характера, направленных на его повышение, и всесторонне учитывающих как инновационную привлекательность, включающую инновационный потенциал, инновационный риск, инновационную культуру, так и ин-

новационную активность. Предложенный подход к оценке инновационного имиджа охватывает различный круг проблем, с которыми сталкивается региональная социально-экономическая система в сфере инновационной деятельности. Руководствуясь данной методикой, органы управления будут принимать более эффективные решения по формированию и дальнейшему развитию инновационного имиджа региональной социально-экономической системы, проводя постоянный мониторинг складывающейся ситуации.

### Список используемых источников

1. Важенина, И. С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / И. С. Важенина. – Екатеринбург, 2008.
2. Кузьминых, Н. А. К вопросу о формировании благоприятного инновационного имиджа России / Н. А. Кузьминых // Инновационное развитие экономики: российский и зарубежный опыт: сборник материалов I Международной научно-практической конференции (23-25 сентября 2015 г., г. Уфа). В 2-х частях. Ч. 1 / под общей редакцией О. Б. Казаковой, Н. А. Кузьминых, Э. И. Исхаковой. – Уфа: Аэтерна, 2015. – 298 с. – С. 63–68.
3. Амосенок, Э. П.. Интегральная оценка инновационного потенциала регионов России / Э. П. Амосенок, В. А. Баженов // Регион: экономика и социология. – 2006. – № 2. – С. 134–135.
4. Голова, И. М. Методологические и методические аспекты формирования инновационно-технологического имиджа региона / И. М. Голова, А. Ф. Суховой // Журнал экономической теории. – 2014. – № 3. – С. 135–144.
5. Голова, И. М. Проблемы формирования инновационно-технологического имиджа российских регионов / И. М. Голова // Экономика региона. – 2012. – № 2 (30). – С. 105–115.
6. Карлина, М. М. Инновационный потенциал как фактор формирования инновационного имиджа региона / М. М. Карлина // Вестник Брянского государственного университета. – 2015. – № 1. – С. 301–305.
7. Карлина, М. М. Формирование инновационного имиджа региона / М. М. Карлина // Вестник Брянского государственного университета. – 2013. – № 3. – С. 126–129.
8. Кортюв С. В. Анализ инновационного развития территории на базе эволюционного подхода / С. В. Кортюв // Инновации. – 2004. – № 6. – С. 25–33.

9. Матвеева, Л. Г. Информационно-инвестиционная платформа формирования инновационного имиджа территории / Л. Г. Матвеева, О. А. Чернова // Региональная экономика. Юг России. – 2015. – № 4 (10). – С. 38–47.
10. Сафиуллин Н. Ф. Модель управления инновационным развитием территории / Н. Ф. Сафиуллин // Статистика и Экономика. – 2013. – № 1. – С. 90–94.
11. Смоквина, А. А. Методика оценки инвестиционно-инновационного рейтинга и имиджа региона / А. А. Смоквина, С. В. Филиппова // Экономика: реалии времени. – 2013. – № 1 (6). – С. 117–121.
12. Суховой, А. Ф. Инновационная активность как индикатор инновационного имиджа региона / А. Ф. Суховой // Журнал экономической теории. – 2013. – № 3. – С. 173–180.
13. Суховой, А. Ф. Предпосылки формирования инновационного имиджа региона / А. Ф. Суховой // Журнал экономической теории. – 2012. – № 3. – С. 122а-131.
14. Кузьминых, Н. А. Управление инновационным развитием муниципальных образований / Н. А. Кузьминых // Экономические и гуманитарные науки. – 2013. – № 8 (259). – С. 3–10.
15. Кузьминых, Н. А. Механизм управления инновационным развитием социально-экономических систем в современных условиях / Н. А. Кузьминых. – М.: Изд-во «Палеотип», 2013. – 168 с.
16. Лисин, Б. К. Инновационная культура / Б. К. Лисин // Инновации. – 2008. – № 10. – С. 49–53.
17. Лисин, Б. К. Инновационный потенциал как фактор развития / Б. К. Лисин, В. Н. Фридлянов // Инновации. – 2002. – № 7. – С. 17–34.

**Kuzminykh Natalia,**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Department of Innovative Economy,  
Deputy director on scientific work,  
Institute of Economics, Finance and Business,  
Bashkir State University  
Ufa, Russian Federation

## **APPROACH TO ASSESSMENT OF INNOVATIVE IMAGE OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS**

*Abstract:*

The author analyzes the existing approaches to assessment of innovative image, revealed their advantages and disadvantages. It has allowed to develop assessment technique, to prove the indicators characterizing a condition of innovative image of regional socio-economic systems. The offered approach to assessment of innovative image of regional socio-economic systems will be coordinated with the methodology of assessment of innovations accepted in the international practice and innovative activity, allows to correct innovative policy within the established strategic reference points of economic growth. Results of assessment of innovative image of municipalities of the Republic of Bashkortostan with application of the developed approach are presented in article. At the same time the offered approach to assessment of innovative image has allowed to consider various basic conditions of his formation and to provide development of recommendations about activization of innovative processes in the priority directions of development of science, production and a services sector.

*Key words:*

innovative development, innovative image of regional socio-economic systems, assessment technique, innovative appeal, innovative activity, innovative potential, innovative risk, innovative culture, innovative policy