

На правах рукописи

СУХАНОВ ВАСИЛИЙ ИВАНОВИЧ

**Факторы политического влияния на формирование
имиджа инвестиционной привлекательности
Нижегородского региона**

Специальность 23.00.02 – Политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные
и политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Нижегород
2009

Диссертация выполнена на кафедре философии и теории социальной коммуникации ГОУ ВПО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

Научный руководитель: доктор философских наук,
профессор **О.Л. Краева**

Официальные оппоненты: доктор политических наук,
профессор **А.В. Усягин**
доктор политических наук,
профессор **М.А. Казаков**

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Нижегородский государственный педагогический университет»

Защита состоится 19 марта 2009 года в 14.00 ч. на заседании диссертационного совета по политическим наукам Д-212.166.10 в ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу: 603005, Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 2, факультет международных отношений, ауд. _____

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке ННГУ им. Н.И. Лобачевского по адресу: 603950, Нижний Новгород, проспект Гагарина, д. 23, корп. 1.

Автореферат разослан «.....» февраля 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор исторических наук,
профессор

А.Г. Браницкий

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В совокупности факторов, определяющих инвестиционную привлекательность региона, ведущая роль принадлежит деятельности региональных органов власти, направленной на разработку и реализацию планов стратегического развития территориального образования. В условиях глобализации регионы все более обретают самостоятельность в решении экономических и социальных вопросов, в установлении деловых отношений с зарубежными партнерами, способствуя тем самым укреплению государственности и благосостояния России. Данное направление исследования приобретает особую актуальность в современных условиях глобального финансового кризиса, когда разработка принципов антикризисного управления в стране в целом позволяет выделить приоритетные направления в принятии решений на региональном уровне. И наоборот, – сохраняемые на мезоуровне социальные завоевания и создаваемые инфраструктуры антикризисного управления производственными и экономическими процессами оказывают стабилизирующее влияние на политические и экономические процессы в общегосударственном масштабе.

Одной из ключевых проблем, от решения которой во многом зависят темпы реализации программы стратегического развития регионов, а также определяется характер взаимоотношений власти и общества, является исследование основных направлений политического влияния на формирование положительного общественного мнения по наиболее значимым проблемам территориального образования под углом зрения его инвестиционной привлекательности. Все более актуальным становится исследование инструментария формирования положительного образа региона в массовом сознании населения, в оценках и установках правительственных, финансовых, научных, творческих и деловых кругов, зарубежных партнеров, существующих или потенциальных инвесторов. В повышении рейтинга и конкурентоспособности региона большую роль играет его имидж, складывающийся в общественном сознании под влиянием объективных обстоятельств и субъективных факторов политического, экономического, социального и историко-культурного развития территориального образования.

Проникновение в сущность рассматриваемого вопроса, разработка концептуальных подходов к оценке эффективности проделываемой в данном направлении работы, – процесс достаточно трудоемкий и не дающий в короткие сроки результатов, измеряемых в качественных показателях. Требуется постоянное отслеживание и экспертная оценка динамики экономического роста (или экономических спадов в условиях кризиса) в регионе, а также выбор приемов и средств минимизации политических и экономических рисков в осуществлении планов стратегического развития территориального образования, изучение колебаний общественного мнения по жизненно важным проблемам.

Актуальность данного направления исследования определяется и тем, что важнейшим условием развития региональной экономики по интенсивному пути

развития является рост инвестиций в различных производственно-хозяйственных и социокультурных сферах. Очевидно, что в условиях кризиса принципом антикризисного управления является сдерживание расходной части. Но производство, строительство, здравоохранение, сельское хозяйство требуют для своего развития все новых и новых финансовых поступлений. Однако инвестор, будь то государство или собственник, решится вкладывать деньги только в те регионы и отрасли производства, которые вызывают доверие, которые зарекомендовали себя как устойчиво функционирующие и развивающиеся системы, в которых политическая власть и менеджмент оказываются способными обеспечивать оптимизацию производственных и экономических процессов, способствуя тем самым расширению инвестиционного поля территории и повышению эффективности взаимодействия мезо- и макроуровней.

В условиях кризиса репутация политической власти, ее положительный имидж, сложившийся в массовом сознании, помогают людям справиться с ситуацией. В этой связи особую актуальность приобретает разработка методологических оснований исследования всего комплекса проблем, связанных с изучением факторов политического влияния на формирование и продвижение имиджа инвестиционной привлекательности региона, а также условий и технологий осуществления этого процесса. Не менее важной в научном и практическом планах является проблема формирования позитивного имиджа политических субъектов региона, таких как партии, политические лидеры и организации, а также проводимая ими политика открытости, установление диалога в системе отношений «власть-общество».

Инновационные процессы в области экономики и наукоемких производств, изменение методов управления подвели к осознанию необходимости разработки новых подходов к исследованию всего комплекса условий, определяющих содержание и направленность функционирования и развития регионов. В условиях кризиса возрастает необходимость исследования факторов политического влияния на ценностное сознание различных групп населения в связи с колебаниями в общественных настроениях, возможными изменениями ценностного сознания и социальных приоритетов, вызываемых углублением экономических и социальных трудностей. Степень эффективности разрабатываемой региональными органами власти программы упреждающих мер по преодолению последствий кризиса зависит от того, насколько эта программа соответствует реальному положению дел в регионе и стране в целом, насколько политическим властям удастся использовать механизмы информационной поддержки ранее сформировавшегося в массовом сознании положительного имиджа инвестиционной привлекательности территориального образования. Актуальность данного направления исследования диктуется необходимостью разработки новых моделей и новых подходов к рассматриваемой проблеме применительно к современным условиям общественного развития.

Очевидно, что углубленное исследование возможностей политического участия в формировании и продвижении имиджа инвестиционной привлекательности региона на ближайшее и отдаленное будущее имеет первостепенное значение для реального осуществления стратегии инвестиционной политики территориального образования. Доверие к властям и их политический авторитет в общественном мнении населения способны убедить людей в необходимости поднимать внутренний ресурс, вкладывать инвестиции в производство или развитие собственного дела с целью сохранения экономического пространства и жизненной среды региона.

Степень научной разработанности проблемы. В изучении факторов влияния региональной политики на формирование инвестиционной привлекательности региона существует несколько подходов, что позволяет рассматривать данное направление исследования в русле работ междисциплинарного характера. Прежде всего, на наш взгляд, следует выделить общеметодологический, в рамках региональной политической проблематики, подход, представленный в работах Е.Л. Аношкиной, А.Г. Гранберга, А.В. Дахина, В.П. Желтикова, А.Н. Жмырикова, О.А. Колобова, А.С. Макарычева, О.Н. Савиновой, Н.П. Распопова, С.В. Устинкина и др. В данных работах анализируется понятие региона, приводятся его объективные и субъективные характеристики, формулируются основные проблемы и перспективы регионального развития на макро- и микроэкономических уровнях как в условиях глобализации, так и складывающиеся под влиянием внутригосударственных приоритетов и противоречий (последнее касается в первую очередь России).

В последние годы в связи с необходимостью оптимизации региональной инвестиционной деятельности определилось достаточно новое направление в региональной политике - инвестиционная политика региона. Это направление разрабатывается как в сфере экономики, так и в области теоретической и прикладной политики. Наряду с авторскими научными разработками, представленными в монографиях, журнальных статьях, учебной литературе, существует большое количество документов по приоритетным направлениям инновационной стратегии регионов, регулярно публикуемых на сайтах администраций территориальных образований под рубрикой «Программа инвестиционной деятельности», «Региональные и отраслевые проблемы инвестиционной политики...», «О поддержке инвестиционной деятельности государственной власти...» и пр. Очевидно, что программы инвестиционной деятельности регионов определяются создаваемой системой управления инвестиционными процессами в России с учетом особенностей ее регионов.

В современной литературе по региональной политике в контексте темы исследования следует отметить ряд направлений, прямо или косвенно связанных с проблемой формирования имиджа региона, параметров его инвестиционной привлекательности, роли политических лидеров в этом процессе, а также специфики кодов и каналов политических коммуникаций, усиливающих или ослабляющих влияние информационных потоков на ценностное сознание

социума. Что касается концептуального обоснования имиджа как вторичного, целенаправленно формируемого образа политического лидера, партии, организации, региона или страны, то в последнее время опубликовано достаточное количество работ, представляющих научный интерес в плане исследования влияния рассматриваемого феномена на массовое политическое сознание и мотивацию поведения тех или иных групп населения. Понимание имиджа как символического (культурного или политического) капитала мы находим в работах П. Бурдые, С.А. Глазковой, М.В. Гундарина, О.В. Поповой, Ф.Н. Ильясова, Н.А. Кузнецовой, И.Е. Минтусова, Д.В. Ольшанского, Г.Г. Почепцова, А.П. Ситникова, А.Н. Чумикова.

Впервые вопрос о тесной взаимосвязи регионального имиджа и регионального бренда был поставлен М.Е. Кошелюком на круглом столе «Имидж регионов России» в феврале 2003 года. Затем, в этом же 2003 году, в Нижегородском государственном лингвистическом университете была проведена международная научная конференция «Продвижение имиджа Нижегородского региона: опыт и перспективы», на которой были представлены доклады российских и зарубежных ученых и политиков (С.В. Кириенко, О.А. Колобов, О.Л. Краева, Е.П. Савруцкая, А.П. Ситников, Б.П. Шулындин, R. Crumm, M. Hermann и т.д.). В докладах были рассмотрены методологические аспекты оценки и формирования имиджа территориального образования, политические и социокультурные факторы управления его имиджесоставляющими, роль человеческого потенциала в этом процессе, политические риски и технологии в продвижении репутации региона.

Особую роль в продвижении имиджа инвестиционной привлекательности региона играют политические коммуникации и средства массовой информации, направленные на создание позитивного имиджа власти, и информационное обеспечение деятельности по формированию положительной репутации финансово-экономической, политической и социально-культурной составляющих региона. В исследованиях инструментария политических коммуникаций по формированию позитивного имиджа политических властей следует отметить в первую очередь работы П. Бурдые, Е.В. Егоровой-Гантман, О.Н. Савиновой, А.В. Дахина, Е.И. Кузнецовой, Е.Е. Семенова, В.В. Ильина, В.С. Комаровского, С.Г. Корконосенко, А.Ф. Лосева, Ю.М. Лотмана, Д.В. Ольшанского, Т. Парсонса, П.А. Сорокина, Г. Шиллера.

Исследование политических факторов влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона представлено в научных разработках В.Н. Иванова, В.А. Мальцева, М.А. Чатаева, А.Б. Чуба.

Объект исследования - формирование инвестиционной привлекательности региона.

Предмет исследования – факторы политического влияния на формирование позитивного имиджа инвестиционной привлекательности региона (на примере Нижегородской области).

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является определение факторов политического влияния на процесс формирования позитивного имиджа инвестиционной привлекательности региона, выявление на основе системного и структурно-функционального подходов условий формирования его инвестиционной привлекательности, анализ инструментария реализации этого процесса, складывающегося под влиянием современных мировых процессов.

В соответствии с поставленной целью были определены основные задачи исследования:

1. Обосновать целесообразность использования системного и структурно-функционального подходов к проблеме политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона.

2. Выявить специфику имиджа региона как политического и экономического ресурса инвестиционной привлекательности территориального образования.

3. Рассмотреть определяющие характеристики человеческого ресурса и интеллектуального потенциала региона как имиджесоставляющих его инвестиционной привлекательности.

4. Выявить основные признаки и особенности процесса формирования имиджа инвестиционной привлекательности региона.

5. Определить технологии политического влияния на стратегию формирования имиджа инвестиционной привлекательности Нижегородского региона, проанализировать степень их эффективности.

Хронологические рамки исследования включают период с 2001 по 2008 годы и определяются необходимостью изучения опыта региональных властей по организации деятельности, направленной на разработку и реализацию программы стратегического развития Нижегородской области. Определение хронологических рамок исследования было мотивировано потребностью в выявлении каналов и особенностей политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности России в целом и Нижегородского региона в частности. Нижняя временная граница исследования в целом обусловлена выходом страны из кризиса 1998 года. Верхняя граница определена осенью 2008 года, когда в экономике России стали проявляться негативные явления, вызванные мировым финансовым кризисом.

Эмпирическая база исследования. В диссертационном исследовании использованы законодательные и нормативные акты федеральных органов власти Нижегородской области и Российской Федерации, Указы Президента, постановления Правительства, ряд других официальных документов.

В целях разработки методологической базы исследования автор обращался к трудам российских и зарубежных политологов, экономистов, социологов и философов, ряду публикаций центров политического консультирования и Нижегородского отделения Института социологии РАН, материалам, размещенным на интернет-сайтах.

Научная новизна исследования может быть определена, исходя из следующих положений:

- выявлены особенности системного подхода к предмету исследования путем сравнения его с синергетическим, кластерным, историко-культурным, объектным и «агентским» подходами;

- в рамках структурно-функционального анализа имидж региона рассмотрен как политический и экономический ресурс инвестиционной привлекательности территориального образования;

- проведена систематизация ведущих признаков человеческих ресурсов интеллектуального потенциала региона как имиджеобразующих его инвестиционной привлекательности;

- в контексте целей, задач и принципов реализации программы «Стратегии развития Нижегородской области до 2020 года» определены основные факторы политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона;

- осуществлен анализ технологий политического влияния на процессы формирования и продвижения имиджа инвестиционной привлекательности Нижегородского региона;

- на базе сравнительного анализа разработаны практические рекомендации по использованию технологий разработки и реализации программы инвестиционной политики Нижегородского региона.

Теоретико-методологическая основа исследования.

В работе использованы труды отечественных и зарубежных исследователей, в которых рассматриваются проблемы региональной политики по формированию инвестиционной привлекательности регионов, места и роли человеческих ресурсов в этом процессе, оценки интеллектуального потенциала как имиджеобразующего фактора формирующегося общества знаний и экономики, основанной на знаниях, разрабатываются критерии эффективности использования инструментария политического влияния на процесс формирования имиджа инвестиционной привлекательности региона.

Решение поставленных в диссертационном исследовании задач осуществлялось автором на основе использования таких общенаучных методов, как анализ и синтез, индуктивный и гипотетико-дедуктивный, идеализация и абстрагирование, сравнение, обобщение. Помимо общенаучных методов в диссертационном исследовании были применены конкретные политологические методы:

- метод сравнительного анализа использовался при исследовании общих закономерностей и характерных особенностей зарубежного и отечественного опыта политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона и роли человеческого фактора в этом процессе;

- метод системного анализа применялся при исследовании объективных и субъективных составляющих региона, отличающихся структурно-функциональными особенностями каждого из образующих его элементов;

- структурно-функциональный анализ – способствовал выявлению характерных особенностей политических, экономических и социокультурных факторов, а также инструментария политического влияния на имидж инвестиционной привлекательности региона.

Междисциплинарный подход к теме исследования определил необходимость применения методов наук, смежных с политологией:

- метод компонентного анализа использовался при анализе сложных понятий, в которых отображена сущность политического аспекта тех или иных социальных явлений, характерных для политической жизни регионов;

- сравнительно-исторический метод применялся при изучении особенностей влияния социальной среды, политических факторов, а также культурных традиций в российском и зарубежном опыте формирования и продвижения имиджа инвестиционной привлекательности регионов;

- метод контент-анализа был использован при рассмотрении такой практически значимой проблемы как соответствие содержания используемой информации методам и средствам ее донесения до широких слоев населения региона.

Научная и практическая значимость результатов исследования определяется, исходя из следующего:

- теоретические положения могут быть использованы для дальнейшего развития концептуальных знаний при исследовании проблем политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности территориального образования под углом зрения региональных инвестиционных процессов в условиях мирового финансового кризиса;

- предложения и выводы, полученные в результате исследования основных политологических подходов к проблеме формирования позитивного имиджа региона, могут послужить методологической и практической основой для дальнейшего исследования рассматриваемой проблемы, а также разработки комплекса мероприятий, направленных на реализацию программы стратегического развития региона по формированию его инвестиционной привлекательности;

- основные положения диссертационного исследования могут быть использованы при разработке учебных курсов и спецкурсов по политологии, социологии управления, философии и имиджелогии. Выводы, сделанные в работе, могут способствовать выработке новых подходов к изучению проблем, связанных с формированием положительного инвестиционного климата в регионе.

Положения диссертации, выносимые на защиту:

- в условиях трансформации российского общества методологической основой исследования рассматриваемой проблемы из всех существующих подходов является наиболее действенным системный метод, раскрывающий особенности территориального образования в совокупности его объективных и субъективных составляющих, отличающихся структурно-функциональными

особенностями и определяющих его целостность. Использование системного и структурно-функционального подходов к исследованию рассматриваемой проблемы позволяет выявить особенности объективных и субъективных характеристик региона, их место и роль в реализации планов инвестиционной политики в деятельности федеральных и региональных органов власти;

- исследование ведущих характеристик и особенностей территориального образования позволяет выявить определяющие факторы его инвестиционной привлекательности, обосновать возможности использования человеческого ресурса в выстраивании региональной политики и менеджмента, предложить новый подход к проблеме интеллектуального потенциала в контексте тенденций развития общества знаний;

- изучение особенностей российского национального самосознания в синхроническом и диахроническом аспектах способствует выявлению степени влияния историко-культурных традиций на сохранение этнокультурной толерантности россиян, их способности к ведению диалога, что является одной из важнейших характеристик качества человеческого ресурса, рассматриваемого под углом зрения инвестиционной привлекательности регионов России в целом и Нижегородской области в частности;

- использование системного и структурного подходов в качестве методологической базы исследования позволяет выявить определяющие факторы политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона в комплексе целей, задач, условий и принципов осуществления программы стратегии развития территориального образования, в том числе в условиях мирового финансового кризиса;

- важнейшими факторами политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона являются региональные органы власти и лица, персонифицирующие эту власть, осуществляемая ими инвестиционная политика, а также информационно-коммуникативные технологии, обеспечивающие этот процесс.

Апробация диссертационной работы:

Диссертация была обсуждена и одобрена на заседании кафедры философии и теории социальной коммуникации Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. Теоретические положения, практические разработки, предложения и рекомендации, содержащиеся в диссертации, изложены в докладах на международных научно-практических конференциях (Нижний Новгород, Санкт-Петербург) и нашли отражение в двенадцати публикациях автора общим объемом 4,7 п.л., включая две статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ. Автор принимал участие в разработке и практической реализации «Стратегии развития Нижегородской области до 2020 года».

Структура диссертации определяется целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, содержащих шесть параграфов, заключения и библиографии.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, рассматривается степень ее научной разработанности, методологические подходы и теоретическая база исследования, определяются объект и предмет, а также цели и задачи работы. Определяется научная новизна и положения, выносимые на защиту, выявляется теоретическая и практическая значимость исследования.

Первая глава **«Методологические основания исследования проблемы инвестиционной привлекательности региона»** посвящена осмыслению феномена инвестиционной привлекательности региона в аспекте значимости его макро- и микроэкономических показателей, условий, объекта и субъекта инвестиционной деятельности. Анализируется методологическая основа исследования проблемы, а также теоретические подходы к рассматриваемому феномену и его составляющим.

В первом параграфе **«Системный подход к проблеме формирования инвестиционной привлекательности региона»** проводится концептуальное обоснование использования системного метода в качестве методологической основы исследования проблемы инвестиционной привлекательности региона, рассматриваемого в совокупности его естественных и исторически сложившихся, относительно устойчивых экономико-географических, демографических и социокультурных особенностей.

Использование системного метода в исследовании проблемы формирования имиджа инвестиционной привлекательности региона имеет ряд преимуществ: во-первых, регион в комплексе его объективных и субъективных, связанных между собой составляющих представляет собой систему, отличающуюся структурно-функциональными особенностями каждого из образующих её элементов; во-вторых, эти составляющие находятся в определенных взаимных отношениях друг с другом, что способствует сохранению целостности региона как системы; в-третьих, системность рассматриваемого феномена проявляется и в том, что его составляющие находятся во взаимосвязи не только друг с другом, но и с внешней средой, без чего в современных условиях невозможно обеспечить стабильное развитие территориального образования; в-четвертых, каждая из его составляющих является, в свою очередь, подсистемой, характеризующейся качественными и количественными параметрами их со-бытия в составном целом региона как системы.

Использование системного метода способствует разработке программы снижения уровня влияния инвестиционных рисков на экономические, политические и социальные процессы, что приобретает особое значение для сохранения экономического пространства региона и его инвестиционной привлекательности в условиях современного финансового кризиса. Исследование рассматриваемой проблемы под углом зрения системного подхода определяет цели и задачи инвестиционной политики в соответствии с программой стратегического развития территориального образования и

реальным положением дел в стране в целом. Данный подход позволяет конкретизировать факторы политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона, а также укрепление и совершенствование законодательной базы инвестиционной деятельности в нем. Рассмотрение факторов политического влияния на общественное мнение в аспекте политологического подхода к проблеме раскрывает механизмы и принципы взаимодействия власти и общества, способствует разработке и эффективному применению инструментария формирования имиджа инвестиционной привлекательности региона.

Системный подход связан и с необходимостью изучения реальных процессов организации общественной жизни в регионе, с определением места и роли социальных субъектов и их потенциальных возможностей в развитии последнего, в осуществлении межрегиональных и межгосударственных связей. Использование системного метода в изучении основных направлений и инструментария политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона способствует исследованию рассматриваемого феномена под углом зрения структурно-функционального анализа, опирающегося либо на однофакторный (А.О. Шеховцов, А. Стеценко, А. Бениксов, А. Конопляник, К. Гусева, Г. Марченко, Л.К. Егорова и др.), либо на многофакторный (А. Привалов, М.И. Кныш, Б.А. Перекатов, Ю.П. Тютиков и др.) подходы к проблеме. В ракурсе данного направления исследования следует отметить точку зрения, согласно которой следует различать системный подход, изучающий структуру объекта, и «агентский» подход, акцентирующий внимание на взаимодействии субъектов¹.

Нередко системный метод при исследовании проблемы человеческих ресурсов региона как открытой системы дополняется синергетическим методом, когда особенности социальной среды анализируются под углом зрения заложенных в ней возможностей (точек бифуркации) для сохранения устойчивости и способности к самоорганизации социального субъекта. Вместе с тем, и синергетический, и структурно-функциональный, и ряд других методов изучения рассматриваемого феномена (кластерный, агентский, историко-культурный) следует, по мнению автора, рассматривать как направления исследования, конкретизирующие различные аспекты инвестиционной привлекательности региона. Системный же подход раскрывает возможности исследования всего комплекса условий и факторов, определяющих содержание и направленность развития региона, и формирующих его инвестиционную привлекательность.

Второй параграф **«Слагаемые инвестиционной привлекательности региона»** раскрывает особенности составляющих рассматриваемого феномена, их место и роль в реализации планов инвестиционной политики регионов.

Автором диссертационного исследования на основе системного и структурно-функционального подходов анализируются объективные и

¹ Wendt, A. Social Theory of International Politics / A. Wendt. – Cambridge University Press, 2004. – P.12-13.

субъективные характеристики региона, а также основные составляющие его инвестиционной привлекательности, их место и роль в реализации планов инвестиционной политики территориального образования. Эффективность совмещения системного и структурно-функционального подходов к рассматриваемой проблеме расширяет возможности выбора инструментария политического влияния на решение стратегически важных для развития региона задач по привлечению инвестиционных вливаний в его экономику. Данный подход способствует также исследованию инвестиционных рисков с целью минимизации их влияния на экономические и социальные процессы в регионе, что приобретает особую актуальность в условиях современного финансового кризиса.

Объективные характеристики региона – его экономико-географическое положение, наличие (или отсутствие) природных ресурсов, качество трудовых ресурсов, структура промышленности (сельского хозяйства, туризма), технологии, оборудование, промышленная инфраструктура, емкость рынка и т.д. – являются важнейшим показателем инвестиционной привлекательности территориального образования.

Что касается субъективных факторов, ими являются федеральные и региональные органы власти, проводящие политику по стимулированию привлечения инвестиций и определяющие экономическую политику по формированию инвестиционной привлекательности территориального образования, а также люди – субъекты экономических, политических и социальных отношений, в деятельности которых реализуются планы стратегического развития региона, обеспечивается разработка и воспроизводство научных достижений и инновационных технологий, осуществление программ модернизации системы образования, сохранения историко-культурного наследия. Структурный и инновационный потенциал Нижегородской области создали благоприятную среду для усиления инновационной привлекательности региона, улучшения качества его инвестиционного климата. В определении последнего традиционно называются такие его составляющие, как инвестиционный потенциал, инвестиционный риск и инвестиционное законодательство. Однако эти показатели, по мнению автора данного диссертационного исследования, следует рассматривать как конкретизацию объективных и субъективных характеристик инвестиционной привлекательности региона и механизма их закрепления. Содержание первых двух составляющих, их качественные и количественные характеристики, раскрываются на макро- и микроуровнях, в ресурсно-сырьевых, производственных и инновационных показателях, а также в политических рисках, в уровне социальной напряженности, экологическом состоянии окружающей среды, криминальной ситуации в регионе и т.д. Законодательные же условия инвестирования регулируют основные направления деятельности в сфере инвестиционной политики в регионах Российской Федерации с целью сохранения и увеличения их инвестиционного потенциала. Конкретизация ряда положений Федерального

Закона РФ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации...» применительно к Нижегородской области осуществляется в законодательных и нормативных актах Правительства Нижегородской области.

В рейтинге инвестиционной привлекательности территориального образования ведущую роль играет складывающийся в массовом сознании под влиянием объективных и субъективных факторов имидж региона. Представленный в оценках и установках правительственных, финансово-деловых кругов, зарубежных партнеров, информационно закрепляемый и транслируемый по различным каналам СМК положительный образ региона является важнейшим аспектом региональной инвестиционной политики, направленной как на внутреннего, так и на внешнего потенциального или реального инвестора.

Во второй главе **«Имидж региона как политический и экономический ресурс его инвестиционной привлекательности»** рассматриваются основные подходы к проблеме формирования и продвижения имиджа региона под углом зрения его инвестиционной привлекательности, выявляются место и роль человеческого ресурса и интеллектуального потенциала как имиджеобразующих инвестиционного благополучия территориального образования.

Первый параграф **«Определяющие факторы имиджа региона»** посвящен исследованию проблемы имиджа региона, а также механизмов его формирования и продвижения.

Имидж региона с точки зрения политического маркетинга рассматривается как хорошо себя зарекомендовавший, узнаваемый и вызывающий чувство доверия товар. Поэтому «стоимость» имиджа как символического капитала в создании, сохранении и продвижении в общественном мнении внутренней и внешней общественности инвестиционной привлекательности территориального образования необычайно высока.

Имидж – это особым образом сконструированный образ действительности, важнейшим признаком которого является его оценочная и мотивационная нагрузка, оказывающая влияние на ценностное сознание и поведение целевых групп. Как вторичная, целенаправленно формируемая информационная структура имидж несет в себе желаемые позитивные черты реальных объектов действительности с целью придания последним социально значимой ценности и усиления их эмоциональной привлекательности.

В методологическом плане ключевым моментом в определении места и роли имиджа региона в формировании его инвестиционной привлекательности следует проводить различия между понятиями «репутация» и «имидж». В отличие от репутации, которая является действительной позицией, имидж следует рассматривать как заявленную, спланированную субъектами коммуникации идеальную позицию, которую целенаправленно продвигают в целевые группы. Иначе говоря, конструирование имиджа объекта является позиционированием его репутации (А.Н. Чумиков). Работу над созданием имиджа не следует рассматривать как определенное мифотворчество, т.е. упрощенное конструирование реальности в искусственно создаваемых образах.

Пониманию всей сложности и функционального разнообразия приемов и средств, используемых в целях формирования имиджа региона, способствует анализ содержания таких идеальных образов, формирующихся в общественном сознании в ходе историко-культурного развития общества, как стереотипы, мифы и симулякры. Проведение сравнительного анализа смысловых значений этих понятий помогает разобраться в специфических особенностях конструирования действительности в сознании человека, осуществляемой с различными целями – политическими, социальными, воспитательными, прагматическими, информационно-коммуникативными, управленческими, художественными, манипулятивными и т.д. Более того, разведение значений этих понятий, четкое представление о вкладываемом в их содержание смысле, обнаруживает не только уровень политической, социальной или философской компетенции специалистов в информационно-коммуникативной сфере деятельности, но и способствует определению границ и возможностей использования маркетинговых исследований, рекламной коммуникации, инструментария связей с общественностью и различных направлений политического и коммуникационного менеджмента в реальной практике политического влияния на процессы формирования инвестиционной привлекательности региона.

Как символический капитал имидж региона представляет собой целостный, целенаправленно формируемый образ территориального образования, информационный конструкт, функционально оказывающий мотивационное, эмоциональное и оценочное влияние на стратегическую линию поведения людей, их отношение к реальным событиям, экономическим, социальным и политическим процессам в регионе и стране в целом.

Формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона должно осуществляться в комплексе мер воздействия на позитивные сдвиги в области его экономических, политических и социальных сфер с учетом исторического и культурного наследия территориального образования.

Во втором параграфе **«Человеческий ресурс и интеллектуальный потенциал в имидже инвестиционной привлекательности региона»** автор проводит углубленное исследование места и роли человеческого ресурса и его интеллектуального потенциала как имиджесоставляющих инвестиционной привлекательности региона.

Изучение причин и особенностей трансформации жизненного пространства современного общества показывает, что инновационные процессы в экономической и социальной сферах потребовали разработки новых подходов к решению проблем как в системе управления регионами, так и в понимании места и роли человеческого фактора в этом процессе.

Стратегические цели развития российских регионов направлены на усиление эффективности использования инвестиций, создание наукоемких производств, что предполагает освоение человеком новых форм и методов управления, повышение уровня и качества знаний. Новые тенденции в

развитии системы управления, когда привлечение инвестиций обретает характер стратегии развития региона, определяют актуальность исследования особенностей и степени влияния исторических и культурных традиций страны, менталитета и стереотипов поведения ее населения на политические процессы. Изучение указанной проблемы в диахроническом аспекте позволяет рассматривать человека как носителя историко-культурных традиций, сохраняющих заметное влияние на национальное самосознание и процессы социальной и духовной преемственности российского суперэтноса. Поэтому использование методов управления человеческими ресурсами по образцам других стран и народов требует конкретного подхода с учетом национального менталитета народа и его историко-культурных традиций.

Что касается синхронического аспекта исследования, то он позволяет рассматривать человека как субъекта определенных видов деятельности, способствующих (или сдерживающих) инновационным процессам, формируя тем самым репутацию благополучного, инвестиционно привлекательного (или наоборот) региона. Человеческие ресурсы позиционируют имидж региона, делают его узнаваемым в глазах мировой общественности, формируют информационное поле административной территории, создают неповторимый ее социокультурный колорит.

Комплекс диахронического и синхронического срезов исследуемой проблемы способствует разработке концепции региональной инвестиционной политики с учетом возможностей и особенностей адаптации человека к требованиям современной системы управления, основанной на знаниях, на современных технологиях менеджмента, качественно ином содержании и характере информационно-коммуникативных процессов.

Современная экономическая ситуация в России настоятельно требует резкого подъема инвестиционной и инновационной активности в наиболее перспективных направлениях науки, производства и управления. Однако эти изменения, в свою очередь, предполагают наличие высоко интеллектуального потенциала региона, рассматриваемого в качестве внутреннего ресурса, благодаря которому возможно стабильное функционирование и развитие территориального образования.

Интеллектуальный потенциал региона рассматривается автором диссертационного исследования как совокупность интеллектуальных способностей субъектов различных сфер научно-производственной, управленческой, творческой деятельности, а также способностей их реализации и совершенствования в целях наиболее эффективного осуществления стратегических планов развития территориального образования. В условиях, когда регионы преследуют цель создания условий для интенсивного роста экономики, вопрос о значении интеллектуального потенциала приобретает особую актуальность. Очевидно, что условием осуществления стратегических целей развития Нижегородской области должно стать наличие квалифицированных кадров и развитой инженерной

инфраструктуры, возможность использования в производстве научно-технического потенциала и инновационных разработок.

В исследованиях, посвященных выявлению определяющих тенденций развития общества знаний или экономики, основанной на знаниях как ведущего признака современного этапа развития цивилизации, отмечается, что ресурсы знаний, составляющие интеллектуальный потенциал общества, материализуются в основном капитале и определяют как материальную культуру производства, так и уровень культуры потребления. Более того, в современных условиях возможность участия в конкурентной борьбе определяется возможностью использования исследовательских мощностей университетов и хорошо образованных специалистов (М. Портер).

В решении проблемы формирования имиджа инвестиционной привлекательности региона интеллектуальный потенциал необходимо рассматривать как необходимое условие и как резерв осуществления этого процесса, что предполагает одновременно и наличие механизмов самоконтроля и ответственности, удерживающих субъектов деятельности в границах нормативно-нравственного отношения к окружающей социальной и природной среде.

В третьей главе **«Основные направления политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона»** рассмотрение проблемы осуществляется в контексте целей, задач, условий и принципов реализации программы «Стратегия развития Нижегородской области до 2020 года» с использованием информационно-коммуникативного инструментария осуществления этого процесса.

В первом параграфе **«Составляющие политического влияния на имидж инвестиционной привлекательности региона»** автором выделяются следующие политические факторы, оказывающих наибольшее влияние на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона: инвестиционная политика региона, направленная на повышение общей инвестиционной привлекательности территориального образования; региональные органы власти и лица, персонифицирующие эту власть; информационные ресурсы, обеспечивающие эффективность информационной политики региональных властей в инициировании и сопровождении инвестиционных проектов и целевых программ.

В имидже инвестиционной привлекательности региона одним из основополагающих моментов является характер отношений, складывающихся между населением и различными ветвями политической власти, степень доверия граждан к политическим деятелям и властным структурам. Многообразие объектов управления, а также необходимость регулярной оценки состояния дел в регионе предполагает налаживание конструктивного диалога власти и граждан, солидарной ответственности и согласованности действий между ними, что предполагает высокий уровень политической и правовой культуры субъектов политической коммуникации и благодаря чему возможно производство и воспроизводство программы инвестиционной политики региона.

Основополагающей задачей государственного управления на уровне территориальных образований является формирование и практическая реализация информационной политики. Условием её успешного осуществления служит неукоснительное следование правилам российского законодательства и развитие государственной информационной инфраструктуры, осуществляющей информационное обеспечение деятельности региональной власти и способствующей инфильтрации государственной информации в массовую политическую коммуникацию.

В деятельности региональных властей актуализируется государственная инвестиционная политика России, связанная с решением приоритетных национальных проектов – «Современное здравоохранение», «Качественное образование», «Доступное жилье» и «Эффективное сельское хозяйство». Данный подход к проблеме активизации инвестиционной деятельности в регионе раскрывает его системный характер, позволяющий выявить внутренние и внешние факторы региональной инвестиционной политики.

В разработке целостной концепции управления инвестиционной деятельностью инвестиционная политика региональных властей выстраивается на основании учета экономико-географического положения региона, его природных и трудовых, точнее сказать, человеческих ресурсов (HR), интеллектуального потенциала, структуры промышленности и сельского хозяйства, емкости рынка, уровня транспортной инфраструктуры, опыта взаимодействия с зарубежными партнерами, что во многом характеризует особенности существующих различий по привлечению иностранных инвестиций в различные российские регионы.

На сегодняшний день показатели инвестиционной привлекательности Нижегородской области свидетельствуют о динамичном движении в сфере политического управления инвестиционными процессами, несмотря на трудности, вызванные глобальным финансовым кризисом. Согласно данным агентства «Эксперт РА» Закон Нижегородской области «О государственной поддержке инвестиционной деятельности» на сегодняшний день признан лучшим среди инвестиционного законодательства российских регионов. В принятой Правительством Нижегородской области в октябре 2005 года программе «Стратегия развития Нижегородской области до 2020 года» представлен разработанный план действий Правительства области по реализации долгосрочной стратегии развития региона.

Созданный в 2006 году при губернаторе Нижегородской области Инвестиционный Совет осуществляет такие направления региональной инвестиционной политики, как формирование благоприятного инвестиционного климата, разработка и реализация планов минимизации инвестиционных рисков, создание регионального инвестиционного комплекса, т.е. системы организационных структур, нормативных документов, технологий, кадровых ресурсов, методик, механизмов и инструментов, применяемых в целях привлечения капиталов и реализации инвестиционных проектов и программ,

поиск внешних и внутренних источников финансирования инвестиционных проектов, усиление контроля за целевым использованием средств из регионального бюджета, направляемых на инвестирование.

Планами инвестиционной политики Правительства Нижегородской области предусмотрено решение следующих задач:

- Определение инвестиционных потребностей и приоритетов в соответствии с утвержденной стратегией развития области, содействие в развитии на территории области объектов, привлекательных для инвестиций, развитие инвестиционной инфраструктуры.

- Формирование имиджа Нижегородской области как территории, привлекательной для инвестиций с учетом рисков, связанных с глобальным финансовым кризисом.

- Подготовка предприятий области для привлечения инвестиций, а также стратегических и прямых финансовых инвесторов, вовлечение в инвестиционный оборот финансовых ресурсов жителей области.

- Повышение эффективности процессов взаимодействия Правительства с инвесторами и реализация мероприятий по снижению рисков инвесторов (административно-правовых, финансовых и политических).

В оценке инвестиционной привлекательности региона, степени эффективности осуществляемой в нем инвестиционной политики особую роль играет имидж региональной власти, персонифицированной в конкретной личности, когда ее позитивный образ становится не просто символическим капиталом, а приобретает характерные признаки бренда, когда одно имя главы регионального правительства порождает доверие и уверенность инвесторов в успехе намечаемых планов, способствует формированию основанной на взаимопонимании и доверии эффективной политической коммуникации между властью в целом и гражданами территориального образования.

Во втором параграфе **«Инструментарий политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона»** рассматриваются основные направления использования информационно-коммуникативных технологий политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности Нижегородской области.

В осуществлении программы стратегического развития региона используются технологии обеспечения баланса интересов различных целевых аудиторий, достижение которого определяется состоянием общественного мнения по вопросам положения дел в регионе и успехов (или наоборот) политического руководства в нем. Сложившийся в массовом сознании населения устойчивый имидж региона содержит в себе большие возможности эмоционального воздействия на общественность, выступая мотивом поведения, а также являясь одной из самых эффективных форм позиционирования территориального образования в глазах отечественных и зарубежных политиков, инвесторов, ученых, специалистов, бизнесменов и т.д.

Средства массовой информации, связи с общественностью, реклама, маркетинговые технологии, брендинг, речевые приемы и средства являются теми социальными механизмами и технологиями формирования имиджа инвестиционной привлекательности региона, которые в совокупности своей составляют инструментарий, обеспечивающий высокий уровень эффективности политического влияния на реализацию программы стратегии развития территориального образования. Указанные формы информационно-коммуникативной деятельности образуют систему, все звенья которой связаны между собой, взаимно дополняя и усиливая друг друга.

Связи с общественностью в сфере политики представляют собой механизм информационно-коммуникативного воздействия на целевые аудитории с целью достижения взаимопонимания и упорядочения отношений между политическими институтами и общественностью. Связи с общественностью, как одна из функций политического менеджмента, выполняют роль механизма управления политическими коммуникациями, позиционирования имиджа политических лидеров региона и их деятельности по повышению инвестиционной привлекательности территориального образования.

Необходимым условием формирования положительного имиджа институтов власти в регионе является выстраивание эффективной коммуникации между властными структурами и общественностью с помощью средств массовой информации и Интернета. В современных условиях формирования гражданского общества в России произошла резкая трансформация институциональной роли СМИ – из прикладного средства политики они превратились в независимый институт и механизм формирования общественного мнения. Как «четвертая власть» СМИ и Интернет оказывают огромное влияние на содержание, направленность и оценку политических процессов в обществе, выполняя при этом двоякую роль. С одной стороны СМИ и Интернет формируют общественное мнение, а, с другой, – являются средством оценки состояния общественного мнения и одновременно каналом его донесения до властных структур. Вот почему коммуникационная модель «власть-общество», в основе своей имеющая постоянный информационный обмен между властными структурами и общественностью, теряет всякий смысл без средств массовой информации, Интернета и связей с общественностью.

Особого к себе внимания требует тщательно исследуемое в последние годы такое явление информационной политики региона, как брендинг. Как высший уровень осознания стратегической позиции территориального образования бренд является нематериальным активом, увеличивающим стоимость всех материальных активов региона, делая их конкурентоспособными. Отмечая тесную взаимосвязь регионального имиджа и бренда в формировании инвестиционной привлекательности территориального образования, следует иметь в виду, что имидж – всего лишь идеальный конструкт, поэтому он не может быть измерен в количественных и качественных показателях. Он проявляется в оценках и взглядах людей на социально значимые события в

регионе, оказывая тем самым влияние на ценностные ориентации и мотивацию поведения людей. В контексте инвестиционной привлекательности региона имидж территориального образования повышает его рейтинг, способствуя тем самым формированию доверия у инвесторов. Что касается брендов, то их эффективность определяется экономическими результатами, и потому качественные и количественные измерения в выявлении степени их воздействия на массовую аудиторию являются их сущностными характеристиками.

Бренды региона являются эффективным механизмом формирования имиджа инвестиционной привлекательности территориального образования, так как в процессе брендбилдинга задействован весь комплекс информационно-коммуникативных технологий – маркетинговых исследований, связей с общественностью, СМИ и рекламы. В комплексе факторов политического влияния на формирование инвестиционной привлекательности региона информационно-коммуникативные технологии образуют систему связи между субъектами политической коммуникации. Очевидно, что в условиях перехода от сырьевой ориентации к постиндустриальной роль информационно-коммуникативных технологий осуществления политического влияния на развитие региональной инновационной экономики и завоевания регионами конкурентных позиций будет возрастать.

В заключении сформулированы основные выводы диссертационной работы:

- использование системного подхода в качестве методологической основы анализа особенностей инвестиционной привлекательности региона раскрывает возможности исследования всего комплекса условий, определяющих основные направления стратегического развития региона;

- системный подход позволяет установить структурно-функциональные особенности социальной среды и факторов политического влияния, оказывающих непосредственное воздействие на формирование привлекательности региона под углом зрения укрепления законодательной базы инвестиционной деятельности, а также минимизации политических и экономических рисков в повышении инвестиционного потенциала региона в условиях мирового финансового кризиса;

- определяющими факторами инвестиционной привлекательности территориального образования являются показатели экономической эффективности вкладываемых денежных средств, а также инфраструктурная освоенность, инновационный и интеллектуальный потенциал региона;

- с точки зрения политического маркетинга и менеджмента важнейшей составляющей инвестиционной привлекательности региона является его имидж, рассматриваемый как хорошо зарекомендовавший себя, узнаваемый и вызывающий доверие нематериальный актив, особым образом сконструированный образ территориального образования;

- имидж региона как целенаправленно формируемая информационная структура несет в себе желаемые позитивные черты реальных объектов действительности с целью придания последним ценности и усиления их эмоциональной привлекательности, в силу чего оценочная и мотивационная нагрузка рассматриваемого феномена оказывает большое влияние на ценностное сознание и поведение целевых групп общественности;

- на основании изучения места и роли человеческого фактора в системе инвестиционной привлекательности региона доказывается необходимость использования интеллектуального потенциала в моделировании перспектив и выполнении программы стратегического развития территориального образования;

- использование системного подхода в качестве методологического обоснования диссертационного исследования позволило рассмотреть технологии политического влияния на формирование имиджа инвестиционной привлекательности территориального образования в едином комплексе целей, задач, условий и принципов осуществления программы стратегии развития региона.

Из совокупности политических факторов, оказывающих наибольшее влияние на формирование имиджа инвестиционной привлекательности региона, автором выделяются следующие:

- инвестиционная политика региона, направленная на повышение общей инвестиционной привлекательности территории;

- региональные органы власти и лица, персонифицирующие эту власть;

- информационные ресурсы и технологии, обеспечивающие эффективность информационной политики региональных властей в инициировании и сопровождении инвестиционных проектов и целевых программ.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Суханов, В.И. Системный подход к проблеме формирования привлекательности региона / В.И. Суханов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». № 1. – 2008. Выпуск в серии № 10. – М.: Изд-во МГОУ, 2008. – С. 93-99.

2. Суханов, В.И. Человеческий потенциал в имидже региона / В.И. Суханов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: Серия Социальные науки. – № 1 (9). – Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2008. – С. 198-202.

Статьи в других изданиях:

3. Суханов, В.И. XVIII век в истории миграции немцев в Нижегородскую губернию / В.И. Суханов // Общее и особенное в региональной культуре Нижегородского края: Материалы международной научной конференции (16-17 июня 1997 г.). Часть II. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 1997. – С. 74-75.

4. Суханов, В.И. Межэтническая коммуникация в системе корпоративной культуры / В.И. Суханов // Культура и проблемы межэтнической коммуникации. Роль НКО в оптимизации межэтнических отношений: Материалы IV международной научно-практической конференции по региональной культуре (21-23 мая 2002 г.). – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2002. – С. 276-277.

5. Суханов, В.И. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа организации / В.И. Суханов // Продвижение имиджа Нижегородского региона: опыт и перспективы: Материалы V международной научно-практической конференции по региональной культуре (21-23 мая 2003 г.). – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2003. – С. 187-189.

6. Суханов, В.И. Коммуникативная привлекательность региона и его имидж / Е.П. Савруцкая, В.И. Суханов // Социальные коммуникации: новое в науке, образовании, технологиях: Материалы международной научно-практической конференции. – СПб.: Роза мира, 2004. – С. 171-173.

7. Суханов, В.И. Бизнес-коммуникации в инвестиционной привлекательности региона / В.И. Суханов // Социальные коммуникации: новое в науке, образовании, технологиях: Материалы международной научно-практической конференции. – СПб.: Роза мира, 2004. – С. 178-181.

8. Суханов, В.И. Инвестиционная привлекательность региона / В.И. Суханов // Социальное творчество и культурные коммуникации в прошлом и настоящем. Творчество Н.А. Добролюбова и его современников: Сборник материалов научной конференции / Под ред. В.М. Строецкого. – Нижний Новгород: Изд-во Фонда «Народный памятник», 2005. – С. 181-188.

9. Суханов, В.И. Человеческий потенциал в модели управления бизнесом / В.И. Суханов // Мир человека: Альманах. Вып. 3 (6). - Нижний Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 2005. – С. 176-195.

10. Суханов, В.И. Дискурс новой парадигмы управления бизнесом в современной российской культуре (системообразующая роль языка в формировании российской культуры управления) / В.И. Суханов // Человек в системе коммуникации: Сборник научных трудов / Под ред. докт. филос. наук, проф. Е.П. Савруцкой. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А.Добролюбова, 2005. – С. 33-42.

11. Суханов, В.И. Кластеры в экономическом пространстве региона / В.Н. Костров, В.И. Суханов // Человек в системе коммуникации: Материалы VII международной научно-практической конференции по региональной культуре. Нижний Новгород. 6-8 июня 2006 г. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2006. – С. 139-141.

12. Суханов, В.И. Механизмы политического влияния на формирование инвестиционной привлекательности региона / О.А. Колобов, В.И. Суханов // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. Вып. 3. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А.Добролюбова, 2008. – С. 141-158.

Лицензия ПД № 18-0062 от 20.12.2000

Подписано в печать 09.01.2009

Формат 60x90 1/16

Печ. л. 1,5

Тираж 100 экз.

Заказ 4057

Типография НГЛУ им. Н.А. Добролюбова,
603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, 31а