

*На правах рукописи*

Фирсов Юрий Иванович

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕЕ  
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
маркетинг, региональная экономика

Автореферат  
диссертации на соискание ученой  
степени кандидата экономических наук

Москва  
2013

Работа выполнена на кафедре «Маркетинг и логистика» в ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Научный руководитель: доктор экономических наук, доцент  
**Карпова Светлана Васильевна**

Официальные оппоненты: **Мхитарян Сергей Владимирович**  
доктор экономических наук, доцент,  
ФГБОУ ВПО «Московский государственный  
университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)»,  
профессор кафедры «Маркетинг и коммерция»

**Зворыкина Татьяна Ивановна**  
доктор экономических наук, профессор,  
ЗАО «Институт региональных экономических исследований»,  
руководитель Центра научных исследований и технического  
регулирования в сфере услуг

Ведущая организация **ФГБОУ ВПО «Самарский государственный экономический университет»**

Защита состоится 18 декабря 2013г. в 16-00 часов на заседании диссертационного совета Д 505.001.07 на базе ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: Ленинградский проспект, д.49, ауд. 214, Москва, 125993.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале Библиотечно-информационного комплекса ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: Ленинградский проспект, д.49, комн. 203, Москва, 125993.

Автореферат разослан 15 ноября 2013г. Объявление о защите диссертации и автореферат диссертации 15 ноября 2013г. размещены на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации по адресу <http://vak.ed.gov.ru> и на официальном сайте ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»: <http://www.fa.ru>.

Ученый секретарь  
диссертационного совета Д 505.001.07,  
кандидат экономических наук

П.С. Щербаченко

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Усиление конкуренции во второй половине XX-го столетия между территориями привело к возникновению нового направления конкурентной борьбы за приток инвестиций. В современных условиях российские регионы формируют инвестиционную политику, которая становится приоритетным направлением администрации и бизнеса в отношении рыночных преобразований и инвестиционной привлекательности территории. Однако формирование только инвестиционной политики не позволит решить все проблемы и противоречия, которые назрели в российских регионах. В создавшихся условиях конкурентной борьбы между территориями за приток инвестиций, именно инвестиционный имидж обеспечивает привлечение ресурсов на территорию. Президент страны определил инвестиционный имидж региона, как главный критерий оценки государственных руководителей всех уровней<sup>1</sup>.

В современных условиях экономической интеграции всех субъектов рынка инвестиционный имидж становится важным ресурсом с позиции устойчивого развития территорий и российской экономики в целом. Инвестиционная привлекательность территории является основой формирования инвестиционного имиджа и характеризуется следующими объективными факторами: инвестиционным климатом, инфраструктурой региона, и его инвестиционным потенциалом. К субъективным факторам, влияющим на формирование инвестиционного имиджа, относятся: социально-экономическое развитие территории, инструменты его регулирования и инвестиционные риски, участие деловой элиты в общественно-значимых акциях, благотворительное спонсорство, интеллектуальный и научный потенциал. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный имидж в совокупности отражают комплексную (количественную и качественную) оценку территории.

Рассматриваемый в диссертационном исследовании Приволжский федеральный округ является одним из наиболее экономически развитых федеральных округов России,

---

<sup>1</sup>«Оценка эффективности работы руководителей регионов, региональных властей по привлечению инвестиций и поддержке предпринимательства зависит от формирования инвестиционного имиджа территории..» из стенограммы выступления президента на Межрегиональной конференции партии «Единая Россия» по Стратегии развития Центральной России до 2020 года [Электронный ресурс] / В.В. Путин // Стенограмма. – 2011.- 4 марта. – Режим доступа: <http://old.kaluga.er.ru/news/more/1707>

экономика которого характеризуется высокой степенью диверсификации, деловой активностью. Приволжский Федеральный округ занимает второе место в рейтинге по инвестиционной привлекательности. Исследование проблем формирования инвестиционного имиджа территории на примере Приволжского федерального округа показали диспропорцию в уровне его развития, наличие территорий с разной структурой экономики (с высокой степенью диверсификации экономики, со слабой степенью диверсификации экономики); отсутствие региональных и муниципальных программ по формированию имиджа территории; низкий уровень правовой защиты отечественных и иностранных инвесторов; высокую степень проявления отдельных видов рисков. Поэтому формирование инвестиционного имиджа территории приобретает все большую практическую и теоретическую значимость в аспекте привлечения инвестиций для инновационного развития экономики региона.

Формирование инвестиционного имиджа территории актуально и для органов государственной власти, представителей бизнеса, контрагентов, общественности. Однако, существующая несогласованность между органами власти федерального уровня и региональными управленческими структурами в решении организационно-экономических, правовых, информационно-коммуникативных вопросов препятствует формированию положительного инвестиционного имиджа территории, созданию конкурентных преимуществ в борьбе за инвестиции, трудовые ресурсы и сферы влияния, что требует научно-методических основ, обеспечивающих эти взаимодействия.

**Степень разработанности проблемы.** Проблематика создания имиджа, возникшая к началу 90-х гг. прошлого столетия, была предметом исследований зарубежных и российских исследователей. Среди зарубежных ученых, исследовавших проблемы формирования имиджа территории можно выделить: Г. Армстронга, Б. Бермана, Э. Брукинга, Г. Даулинга, П. Дойля, Д. Кейт, Ф. Котлера, Р. Лангера, М. Миллера, Ф. Модильяни, С.И. Майера, Г. Саймона, М.Скотта, Дж. Эванса и др.

Среди российских ученых, работы которых послужили формированию теоретической базы исследования, можно выделить следующих авторов, специализирующихся в различных областях:

- территориального маркетинга: Т.А. Бурцевой, Е.П. Голубкова, Н.П. Кетовой, Б.Я. Межирова, В.К. Романович, Т.В. Сачук, И.М. Синяевой, Л.А. Сосуновой, Р.Ю. Стыцук, А.П. Панкрухина, и др.;

- инновационного и инвестиционного развития территории и ее репутации: В.А. Агафонова, А.И. Агеева, А.А. Анучина, А. Бакитжанова, О.М. Белоусовой, О.Н. Беленова, И.Ю. Беляевой, И.С. Важениной, Е.Н. Дуловой, М.Р. Душкиной, В.Л. Глазычева, А.П. Жабина, С.В. Карповой, П.П. Корчагина, Б.М. Московкина, Л.А. Плотицыной, Т.В. Поляковой, Т.Г. Попадюк, Е.В. Ромат, А.В. Шишкина, и др.;
- региональной экономики: В.А. Агафонова, А.И. Агеева, С.А. Андреева, О.В. Голосова, А.Г. Гранберга, О.В. Иншакова, Л.П. Куракова, О.В. Лаптева, И.В. Митрофановой, Р.М. Нижегородцева, Е.Л. Плисецкого, О.С. Пчелинцева, В.Г. Старовойтова, Л.С. Шаховской, И.В. Шевченко и др.;
- анализа, оценки и прогноза устойчивого развития территории и ее инвестиционной привлекательности: Б.С. Батаевой, А.Р. Бахтизина, Л.В. Безумовой, А.Е. Бондаревой, В.К. Булгакова, Ю.С. Ершова, С.В. Казанцева, Б.С. Касаева, О.Н. Максимова, И.И. Ройзмана, М.Н. Узякова, С. Филина, А.Г. Шахназарова, М.И. Шишкина и др.;

Проведенный анализ зарубежных и отечественных источников научных исследований в области маркетинга территорий показал, что в настоящее время недостаточно изучены вопросы, связанные с концепцией формирования инвестиционного имиджа территории. Отсутствует комплексный методический подход к его оценке, что не позволяет с достаточной степенью достоверности определить инвестору значимость территории для вложения инвестиций.

Недостаточность научных разработок в области формирования определения сущности понятия инвестиционного имиджа, как основной составляющей маркетинга территорий.

Требуют исследования проблемные вопросы повышения инвестиционной привлекательности территории, разработки теоретических основ и практических рекомендаций по формированию и оценки инвестиционного имиджа территории, и форм взаимодействия органов власти, бизнеса, контрагентов и общественности. Все это и определило актуальность темы настоящего диссертационного исследования.

**Цели и задачи диссертационной работы.** Цель диссертационного исследования состоит в разработке комплекса теоретических положений и практических рекомендаций по формированию инвестиционного имиджа территории и обоснованию условий взаимодействия органов власти, бизнес-структур, контрагентов и общественности, влияющих на повышение инвестиционной активности территории.

**Для достижения этой цели поставлены и решены следующие задачи.**

1. Раскрыть сущность понятий «инвестиционный имидж» и «инвестиционная привлекательность» территории и сформировать комплекс теоретических положений и практических рекомендаций по формированию инвестиционного имиджа территории.

2. Выявить основные элементы инвестиционного процесса, влияющие на принятие решения инвестора; определить принципы формирования инвестиционного имиджа территории.

3. Рассмотреть климатические, географические и инфраструктурные региональные особенности территории, влияющие на ее имидж, на примере Приволжского федерального округа; выделить сильные и слабые стороны инвестиционного развития территории; проанализировать специфику инвестиционного имиджа территорий и разработать этапы его формирования.

4. Определить основные направления и механизмы взаимодействия власти, бизнеса, контрагентов и общественности, способствующих формированию инвестиционного имиджа территории.

5. Разработать методику взаимодействия власти, бизнеса, контрагентов и общественности, влияющих на инвестиционную привлекательность территории.

6. Разработать систему характеристик инвестиционной привлекательности территории и модель ее оценки.

**Объектом исследования** выступает территория и ее инвестиционная привлекательность.

**Предметом** исследования являются методы и инструменты формирования инвестиционного имиджа территории и механизм взаимодействия власти и бизнес-структур, контрагентов и общественности, способствующих улучшению инвестиционных процессов.

**Область исследования.** Диссертация подготовлена в рамках пунктов 9.27 Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории»; 3.17. «Управление экономикой регионов. Формы и механизмы взаимодействия федеральной, региональной, муниципальной власти, бизнес-структур и структур гражданского общества. Функции и механизмы управления. Методическое обоснование и разработка организационных схем и механизмов управления экономикой регионов; оценка их эффективности» Паспорта

специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, региональная экономика» (экономические науки).

**Теоретической и методологической основой исследования послужили:**

- теоретические и общенаучные методы познания (обобщение, сравнение, оценка, системный подход, процессный подход и др.);
- эмпирические методы исследования (экономико-статистические методы, наблюдение, мониторинг, анализ фактографических данных и информации, их оценка, расчеты и сопоставление полученных результатов и др.);
- положения, содержащиеся в фундаментальных работах отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга, региональной экономики, философии, права, менеджмента, муниципальной экономики.

В процессе решения поставленных задач использовались диалектико-материалистический, общефилософский, экономико-математические методы, статистический анализ, методы качественного и количественного анализа, факторного и корреляционно-регрессионного анализа, экспоненциального сглаживания.

**Информационную базу исследования составили:** Конституция Российской Федерации, нормативно-правовые акты Российской Федерации и региона Приволжского Федерального округа, Бюджетный кодекс Российской Федерации, концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г., основные социально-экономические показатели городов, опубликованные обзоры Государственного комитета Российской Федерации по статистике (за период с 1996 по 2013 гг.), официальная информация о инвестиционной политике в регионах, маркетинговые исследования в области территориального маркетинга и формирования имиджа и репутации, а также данные собственных исследований, проведенных по Приволжскому Федеральному округу, полученные в ходе работы над диссертацией.

**Научная новизна** исследования состоит в развитии методологии формирования инвестиционного имиджа территории и форм взаимодействия органов власти, бизнес-структур, контрагентов, общественности, способствующих повышению инвестиционной активности территории.

В ходе выполнения работы были получены следующие научные результаты, выносимые на защиту:

***по направлению маркетинг:***

- уточнено понятие «инвестиционный имидж территории», под которым в контексте работы понимается комплексный образ социальных, экономических, организационных, правовых, политических, социокультурных особенностей территории, определяющих ее инвестиционную привлекательность через оценку: состояния инвестиционной привлекательности территории, предпочтений, условий и требований инвесторов, механизма взаимодействия органов власти, бизнеса, контрагентов и общественности; раскрыта диалектическая взаимосвязь между инвестиционным имиджем территории и ее инвестиционной привлекательностью, позволяющая раскрыть сущность влияния инвестиционного имиджа на восприятие территории инвестиционным сообществом;

- сформирована уровневая структура инвестиционного процесса, позволяющая в комплексе увязать элементы инвестиционной политики, инвестиционной привлекательности и инвестиционного имиджа территории; разработана концепция формирования инвестиционного имиджа территории, основанная на интеграции маркетингового, системного, поведенческого и проектного подходов, что обеспечивает решение проблем привлечения инвесторов и конкурентного развития территории;

- разработан алгоритм формирования инвестиционного имиджа, позволяющий учесть интересы инвесторов через создание благоприятного климата, формирование нормативно-правовой базы, снятие административных барьеров и предоставление налоговых льгот и налоговых каникул для инвесторов;

***по направлению региональная экономика:***

- раскрыты формы и систематизированы основные направления совершенствования взаимодействия органов власти, бизнес-структур и контрагентов, позволяющие активизировать инвестиционную деятельность в регионе, что способствует развитию территории в целом;

- предложена методика взаимодействия органов власти, бизнес-структур, контрагентов и общественности, позволяющая создать условия для инвестора и тем самым привлечь в регион инвестиции;

- выделена система характеристик, оценивающих степень инвестиционной привлекательности территории и предложена комплексная модель ее оценки, позволяющая установить рейтинг региона и определить основные направления повышения инвестиционного имиджа.

**Теоретическая значимость научных результатов исследования** заключается в том, что основные выводы и положения диссертации развивают теоретико-методологическую базу формирования инвестиционного имиджа территории.

Диссертационное исследование расширяет существующее в экономической литературе направление развития инвестиционного имиджа и инвестиционной привлекательности территории, которые выступают основными элементами в решении задач размещения производительных сил в регионе; дополняет его методологический и теоретический аппарат; создает возможность углубленного исследования современных тенденций социально-экономического развития территории. Диссертационное исследование может стать теоретической основой для решения обозначенной научной задачи, а рекомендации автора могут быть использованы в деятельности органов управления территорией, подготавливающих комплексные целевые программы по ее развитию. Теоретические результаты исследования включены автором в учебные материалы и используются в практике преподавания дисциплин «Маркетинг», «Рекламное дело», «Маркетинговые исследования».

**Практическая значимость полученных результатов исследования** заключается в том, что разработанные в диссертации модель и методика ориентированы на широкое использование в практике формирования инвестиционного имиджа территории. Практическое значение имеют:

- алгоритм формирования инвестиционного имиджа территории, позволяющий учесть интересы инвесторов через создание благоприятного климата для инвестиционной деятельности;

- методика взаимодействия органов власти, бизнес-структур, контрагентов и общественности на формирование имиджа территории, отличающаяся выделением факторов, условий и требований, что позволяет повысить инвестиционную привлекательность территории на макро, мезо, микро уровнях для инвесторов;

- многофакторная модель оценки территории, привлекательной для инвестора, отличающаяся набором характеристик, отражающих состояние устойчивости развития территории, что позволяет оценить ее социально-экономическое состояние и рейтинг.

Выводы и рекомендации, сделанные в работе, могут быть применены федеральными, региональными и муниципальными правительственными органами и профессиональными сообществами для разработки документов, регулирующих и стимулирующих процессы

формирования имиджа и репутации территории.

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Основные выводы и положения диссертационного исследования апробированы на 10 международных и региональных научно – практических конференциях и круглых столах, проходивших в городах: Москве, Нижнем Новгороде, Сочи, Тольятти, Новосибирске, в период с 2005 по 2013 гг., в том числе, наиболее значимые: «Социально-экономическое развитие территории и отраслевые аспекты» (г. Тольятти, ВУиТ, 18-19 апреля, 2005 г.); «Актуальные маркетинговые технологии в развитии российской экономики» (Москва, Финансовый университет, 12 декабря, 2011г); XIII международная научная конференция «Модернизация России: Ключевые проблемы и решения» (Москва, РАН, 20-21 декабря, 2012 г.);

Материалы диссертации используются в практической деятельности:

- Торгово-промышленной палаты г.Тольятти при разработке и проведению мероприятий по предоставлению и конкурентному позиционированию, расположенных на территории хозяйствующих субъектов, в частности используется методика оценки привлекательности территории, отличающаяся набором характеристик, позволяющих оценить социально-экономическое состояние территории. Особого внимания заслуживают предложенные в работе формы взаимодействия федеральной, региональной и муниципальной власти и инвестора, способствующие привлечению инвестиций в город для его устойчивого развития. Конкретные рекомендации по регулированию отношений бизнес-структур и органов управления региона обеспечивают ускорение и выбор эффективных решений по развитию г.о. Тольятти;

- ОАО «ИТКОР», в частности, модель оценки территории и методика ее применения используется в процессе анализа и динамики инвестиционного рынка территорий. Важным представляется предложенная модель оценки инвестиционной привлекательности территории, позволяющая использовать ее в процессе анализа регионов, уровня их экономического развития, степени их конкурентоспособности;

- ООО «Агентство рекламных и маркетинговых коммуникаций «Софит» в процессе подготовки аналитических и прогнозных данных по экономическому развитию Саратовской области и разработки сайта города. Особый интерес представляет предложенная модель формирования инвестиционного имиджа территории, позволяющая в комплексе увязать факторы, условия и запросы инвесторов, обеспечивающих привлечение инвестиций для устойчивого развития региона;

- кафедры «Управление качеством и сервис» ФГОБУ ВПО «Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СибАДИ)» при подготовке курсов и программ по дисциплине «Маркетинг» и при разработке вариативного курса «Имидж и репутация территории»;

-кафедры «Маркетинг и логистика» ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» при проведении мастер-класса по учебной дисциплине «Рекламное дело».

**Публикации.** Результаты исследования опубликованы в 23 научных работах общим объемом 8,325 п.л. (авторский объем – 8,325 п.л.), в том числе 8 статей авторским объемом 3,2 п.л. в журналах, определенных ВАК Минобрнауки России.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников из 248 наименований и восьми приложений. Общий объем работы составляет 177 страниц машинописного текста и включает 36 рисунков, 44 таблицы, 12 формул.

## **II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

Во введении обоснованы актуальность, проблема, цель, объект, предмет, задачи и методы исследования. Раскрыты научная новизна, теоретическая и практическая значимость. Обозначены положения, выносимые на защиту.

В первой главе раскрыты экономическая сущность инвестиционного имиджа и инвестиционной привлекательности территории, отражена их взаимосвязь. Сформулирован терминологический понятийный аппарат исследования, раскрывающий сущность влияния факторов инвестиционной привлекательности на формирование инвестиционного имиджа территории. Предложена концепция инвестиционного имиджа территории, построенная на интеграции маркетингового, системного, поведенческого и проектного подходов, обеспечивающая решение проблем привлечения инвесторов и конкурентному развитию территории.

Во второй главе рассмотрены особенности и уровень социально-экономического развития Приволжского федерального округа, степень диверсификации региональных экономик, инструменты регулирования инвестиционной деятельности: правовые, экономические. Проанализированы источники финансирования инвестиционной

деятельности территорий Приволжского федерального округа и их структура, дана характеристика рейтинга округа по следующим показателям: кредитоспособность, трудовой, потребительский, производственный, риск/потенциал. Раскрыты имиджеобразующие факторы территории. Сгруппированы критерии оценки инвестиционной привлекательности и инвестиционного имиджа.

В третьей главе предложен алгоритм построения инвестиционного имиджа территории на основе проектного подхода, разработана структура проекта формирования инвестиционного имиджа территории и даны рекомендации по продвижению имиджа территории с применением комплекса внешних и внутренних коммуникаций. Систематизированы направления совершенствования деятельности органов государственной власти на всех уровнях управления, позволяющие отрегулировать инвестиционную деятельность в регионе, разработана методика взаимодействия власти, бизнеса, контрагентов и общественности, позволяющий создать преферентные условия для инвестора. Выявлены и сгруппированы факторы, условия и запросы инвесторов при формировании инвестиционного имиджа территории для вложения инвестиций в ее развитие. Сформированы показатели оценки привлекательности территории. Предложена и апробирована модель оценки привлекательности территории.

Заключение. В заключении сделаны обобщенные выводы в целом по проведенному диссертационному исследованию.

Основные положения работы, содержащие элементы научной новизны, полученные в результате исследования, следующие:

**1. Уточнено понятие «инвестиционный имидж территории», под которым в контексте работы понимается комплексный образ социальных, экономических, организационных, правовых, политических, социокультурных особенностей территории, определяющих ее инвестиционную привлекательность через оценку: состояния инвестиционной привлекательности территории, предпочтений, условий и требований инвесторов, механизма взаимодействия органов власти, бизнеса, контрагентов и общественности; раскрыта диалектическая взаимосвязь между инвестиционным имиджем территории и ее инвестиционной привлекательностью, позволяющая раскрыть сущность влияния инвестиционного имиджа на восприятие территории инвестиционным сообществом;**

Имидж территории как предмет изучения приобретает все большую значимость в условиях инновационного развития экономики. Это связано с тем, что в рыночных условиях территория использует имидж как инструмент привлечения ресурсов. В диссертации под территорией понимается административно – хозяйствующая форма образования, в которой сочетаются экономическая, политическая, социальная, экологическая и другие сферы общественной системы.

Учитывая специфику восприятия инвестором территории, состоящую из качественно-эмоциональной и количественной оценки, в диссертационной работе рассматривается процесс формирования инвестиционного имиджа, инвестиционной привлекательности территории и проводимой инвестиционной политики.

При этом инвестиционная привлекательность рассматривается с одной стороны, как комплекс объективных условий инвестирования, включающий экономические, политические и социальные компоненты, с другой, как система экономических и политических отношений в регионе.

Инвестиционный имидж территории представлен через оценку характеристик инвестиционной привлекательности: состояние (показатели оценки) инвестиционной привлекательности территории; предпочтения, условия и требования инвесторов; механизм взаимодействия власти, бизнеса, общественности.

В диссертации уточнено понятие «инвестиционный имидж территории», под которым понимается сформировавшийся социальный, экономический, организационный, правовой, политический, социо-культурный образ территории в рамках исторических, природно-климатических, политических, социально-экономических ее особенностей, определяющих инвестиционную привлекательность и целесообразность инвестирования в хозяйственную систему.

Под термином «инвестиционная привлекательность территории» понимается комплекс компонентов, выражающихся, с одной стороны, как система политических, экономических, социальных отношений между бизнесом властью и общественностью, с другой стороны, как система интегральных показателей: объем капитальных вложений, инвестиционный климат, инвестиционный и инфраструктурный потенциал, территориальная индивидуальность, уровень развития инвестиционной инфраструктуры, инновационный потенциал и инновационная активность в привлечении ресурсов, влияющих на формирование доходности инвестиций и инвестиционных рисков.

Представленная матрица соотношений инвестиционного имиджа и инвестиционной привлекательности территории позволяет определить их взаимосвязь и смоделировать различные ситуации их взаимодействия (рисунок 1).

		Инвестиционный имидж	
		Благоприятный	Неблагоприятный
Инвестиционная привлекательность	Высокий	Территория позиционируется как привлекательная для бизнеса, созданы благоприятные условия для инвестиционной деятельности.	На территории созданы условия для ведения бизнеса, однако уровень инвестиционного риска высокий, образ региона незаметен или негативный.
	Низкий	Территория считается привлекательной для бизнеса. Значение инвестиционного климата - среднее. Инвестиционный риск в допустимых значениях	Инвестиционный климат территории неудовлетворительный. Инвестиционный риск высокий. Образ территории негативный.

Рисунок 1 - Матрица соотношения имиджа и инвестиционной привлекательности территории

Оптимальным является вариант, при котором формирование инвестиционного имиджа идет на основе уже имеющейся инвестиционной привлекательности территории или инвестиционный имидж и инвестиционная привлекательность формируются параллельно друг другу. В работе уточнено содержательное значение понятий: «инвестиционный климат», «инвестиционный потенциал».

Разработана классификация инвестиционного имиджа территории (таблица 1).

Таблица 1 – Классификация инвестиционного имиджа территории по признакам

Вид признака	Характеристика
Классификационный признак- по степени управляемости	
Управляемый процесс формирования имиджа территории	Политический процесс; Социальный процесс; Коммуникативный процесс; Культурный процесс; Бизнес - процесс
Неуправляемый процесс формирования имиджа территории	Физико-географический процесс; Природно-климатический процесс
Частично-управляемый процесс формирования имиджа территории	Экономический процесс; Аудит ресурсов трудовых, финансовых, производственных; Сегментирование целевой аудитории; Мониторинг и оценка инвестиционного имиджа; Управление формирования имиджа; Продвижение имиджа; Дистрибуция имиджа.

Классификационный признак - по степени продвижения	
Непродвигаемый	Стихийное продвижение имиджа.
Продвигаемый	Продвижение имиджа за счет планируемых мероприятий
Классификационный признак - по типу продвижения	
Визуальный	Продвижение рекламных материалов, пропагандирующих достижения территории.
Информационный	Представление средств коммуникаций в целях управления информационного поля территории.
Физико-географический	Использование элементов окружающей среды территории для ее продвижения.
Экономический	Повышение конкурентоспособности территории через ее инвестиционную привлекательность.
Социальный	Сохранение интеллектуального потенциала территории для привлечения инвестиций.
Политический	Консолидация власти, общественности и бизнеса для формирования положительной инвестиционной среды.
Культурный	Стимулирование досуговой и познавательной деятельности.
По каналам распределения	Короткая (0 и 1 уровень). Длинная (2 и 3 уровень).
Классификационный признак - по степени дистрибуции	
По взаимодействию с инвестором	Прямая; Косвенная.
По типу распределения	Индивидуальная; Массовая; Сегментационная.
По географическому признаку	Город, область, регион, страна.
По типу отношения инвестора к дистрибутору	Активная; Пассивная.
По форме дистрибуции	Реклама; Прямой маркетинг; Связи с общественностью; Медиаканалы.
Классификационный признак - по степени оценки	
Комплексная;	На основании рейтингов, экономических показателей,
Выборочная;	
Разовая	
Постоянно- мониторинговая	

Выделены виды признака (по степени управляемости; по степени продвижения; по типу продвижения; по степени дистрибуции; по степени оценки) и дана квалификационная характеристика каждого признака (таблица 1). Предложенная классификация инвестиционного имиджа территории по признакам позволяет рассматривать его формирование, как комплексное многогранное образование целостного имиджа, направленного на конкретную целевую аудиторию.

**2. Сформирована уровневая структура инвестиционного процесса, позволяющая в комплексе увязать элементы инвестиционной политики, инвестиционной привлекательности и инвестиционного имиджа территории; разработана концепция**

***формирования инвестиционного имиджа территории, основанная на интеграции маркетингового, системного, поведенческого и проектного подходов, что обеспечивает решение проблем привлечения инвесторов и конкурентного развития территории;***

В диссертационном исследовании рассмотренная взаимосвязь между инвестиционным имиджем и инвестиционной привлекательностью территории позволяет выделить основные элементы инвестиционного процесса, представленного в виде трехуровневой структуры.

Первым уровнем в предложенной структуре выделена инвестиционная политика, которая определяет наличие инвестиционного рынка, его субъектов и объектов, формирование инвестиционного спроса и предложения, наличия ресурсов (финансовых, трудовых, производственных и т.д.), формирование инвестиционной репутации территории и ее бренда. Основной задачей инвестиционной политики является создания режима благоприятствования.

Вторым уровнем представлена инвестиционная привлекательность территории, включающая инвестиционный климат, инвестиционный потенциал, инвестиционные ресурсы, приоритеты и риски др. Инвестиционная привлекательность характеризуется инфраструктурными, социально-экономическими, географическими факторами, которые в совокупности придают территории определенную специфику ее экономического развития, поэтому она тесно взаимосвязана с проводимой инвестиционной политикой. В совокупности представленные уровни оказывают влияние на формирование инвестиционного имиджа территории.

Основой третьего уровня становятся сформированные организационно-экономические, политические, социально-экономические предпосылки территории, влияющие на формирование инвестиционного имиджа привлекательного для инвестора.

От того, как воспринимает инвестор территорию для вложения инвестиций, зависит дальнейшее развитие региона. Инвестор первоначально воспринимает качественный образ территории, затем идет оценка количественных показателей, характеризующих уровень развития инфраструктуры территории; ее экономические показатели; индексы роста объемов производства в сравнении с территориями-конкурентами; отраслевая структура производства; степень изношенности основных фондов по отраслям; уровень загрузки производственных мощностей и т.д.; качество отношений с партнерами. Это еще раз подтверждает взаимосвязь инвестиционного имиджа и инвестиционной привлекательности

территории и их влияние на принятие решения инвестора о вложении инвестиций в развитие территории.

При разработке концепции формирования инвестиционного имиджа учитывались научные подходы, методы, принципы и инструменты формирования инвестиционного имиджа территории. Концепция предусматривает четырехуровневую систему связанных между собой процессов, включая: мониторинг и оценку состояния инвестиционного имиджа (на основе маркетингового подхода); управление формированием инвестиционного имиджа (на основе системного подхода); формирование направлений взаимодействия власти, бизнеса и общественности (на основе поведенческого подхода); продвижение имиджа для привлечения инвесторов (на основе проектного подхода).

В рамках маркетингового подхода выделены принципы, обеспечивающие всестороннюю оценку проблем территории, в том числе и ее инвестиционную привлекательность. При этом выделяются такие принципы, как: принцип использования маркетинга в управлении региональной экономики, принцип разнообразия характеристик в концепции развития территории, принцип уникальности на основе опыта других территорий. Принцип бенчмаркинга применим в процессе выявления конкурентных позиций имиджа территории в рамках ее инвестиционной привлекательности.

Системный подход в формировании инвестиционного имиджа территории предполагает рассмотрение процедуры стратегии, процессов принятия управленческих решений или риск решений. К основным принципам системного подхода отнесены: принцип целостности, позволяющий рассматривать инвестиционный имидж территории, как единую целостную систему с одной стороны, и как совокупность ее компонентов с другой; принцип структуризации, позволяющий структурировать взаимосвязи элементов системы и выстроить инвестиционный имидж в виде структуры, основой которой является инвестиционная привлекательность территории.

Поведенческий подход позволяет рассмотреть партнерские отношения между бизнесом, властью и общественностью территории и развитии данных отношений на основе интегрирующих процессов, позволяющих привлечь инвесторов на территорию для ее развития. Поведенческий подход основан на принципах: вовлеченности партнеров и их социальной ответственности.

Проектный подход, позволяет отслеживать изменения внешней и внутренней среды территории, прогнозировать сценарии будущих событий, формировать стратегии и процесс

их реализации. К принципам осуществления проектной деятельности относятся: принцип прогностичности, ориентированный на прогнозное состояние объекта, принцип пошаговости, предполагающий перейти от замысла к реальным действиям, позволяющим в конечном итоге получить поставленные цели, принцип обратной связи позволяет осуществлять корректируемые действия, получать информацию по результатам проектных процедур, принцип продуктивности (эффективности), ориентирует на результат.

Исходя из концепции можно выделить четыре этапа формирования инвестиционного имиджа территории: диагностический, стратегический, оценочный, проектный.

***3. Разработан алгоритм формирования инвестиционного имиджа, позволяющий учесть интересы инвесторов через создание благоприятного климата, формирование нормативно-правовой базы, снятие административных барьеров и предоставление налоговых льгот и налоговых каникул для инвесторов;***

Алгоритм формирования инвестиционного имиджа территории предложен с позиции проектного подхода, особенности которого заключаются в том, что формирование инвестиционного имиджа территории рассматривается как осуществление некоторого проекта, который имеет свой жизненный цикл. Выделены основные стадии процесса формирования инвестиционного имиджа территории (рисунок 2).

Первой стадией процесса реализации проектного подхода в формировании инвестиционного имиджа территории являются маркетинговые исследования, в ходе которых полученная информация позволяет количественно охарактеризовать целевые индикаторы развития территории для определения условий, факторов, показателей и запросов инвесторов. Полученная информация может внести дополнительные изменения в процесс формирования, продвижения и оценке инвестиционного имиджа территории.

Второй стадией выступает выработка стратегии позиционирования территории, которая является системообразующей, поскольку именно разработанные организационные решения определяют последовательность и логику развертывания проекта, начиная с рекламной деятельности, формирования клиентской базы и заканчивая оценкой результатов внедрения. На данной стадии необходимо четко определить показатели и разработать систему оценки привлекательности территории.

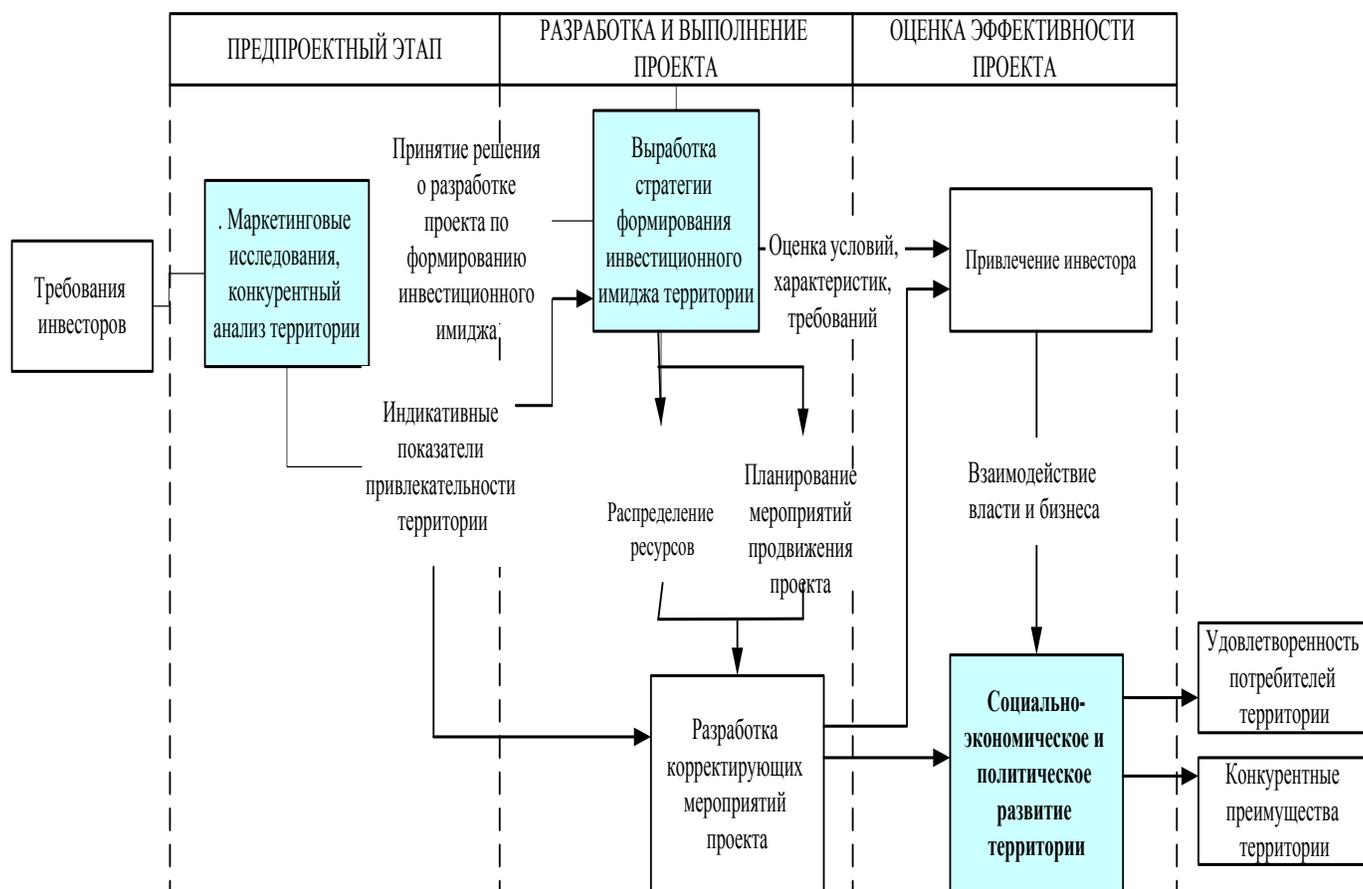


Рисунок 2 - Алгоритм формирования инвестиционного имиджа территории с позиции проектного подхода

На третьей стадии осуществляется оценка территории, и разрабатываются мероприятия по привлечению инвестора. На данном этапе также проводится анализ результативности и эффективности внедрения проекта, определяются причины выявленных отклонений и разрабатываются мероприятия, которые позволяют уточнять необходимые для оценки и анализа показатели, источники информации, а также сопоставлять планируемые цели и полученные результаты.

Результатами проекта будут выступать устойчивое развитие территории, удовлетворенность потребителей территории, удовлетворенность инвесторов. Основные направления, характеризующие устойчивое развитие территории включают: создание программ для поддержки бизнеса, организацию эффективной поддержки реализации научно-технического потенциала территории, создание налогового климата для привлечения инвестиций в экономику, повышение качества жизни населения.

**4. Раскрыты формы и систематизированы основные направления совершенствования взаимодействия органов власти, бизнес-структур и контрагентов,**

*позволяющие активизировать инвестиционную деятельность в регионе, что способствует развитию территории в целом;*

Определена специфика уровня экономического развития территории: экономические параметры развития, отраслевая специализация, уровень диверсификации экономики, позволяющая дать комплексную оценку и составить прогноз ее экономического развития. Рассчитаны прогнозные показатели развития территориальных административных образований и сделан прогноз динамики инвестиций в основной капитал по субъектам Приволжского федерального округа до 2020 г.

Для построения эффективной экономики территории требуются государственное регулирование экономической, правовой, налоговой и иной деятельности, которое включает систему инструментов государственного воздействия на ее экономику. В диссертационном исследовании систематизированы направления совершенствования деятельности органов государственной власти на всех уровнях управления (рисунок 3).



Рисунок 3 – Процесс взаимодействия власти, бизнеса и общественности, способствующий развитию имиджа территории, привлекательной для инвестора.

Выделены и сгруппированы внешние ( $X_1, \dots, X_n$ ) и внутренние факторы ( $Y_1, \dots, Y_n$ ) территории, условия ( $U_1, \dots, U_n$ ), необходимые для формирования инвестиционного имиджа территории, привлекательной для инвестора.

**5. Предложена методика взаимодействия органов власти, бизнес-структур, контрагентов и общественности, позволяющая создать условия для инвестора и тем самым привлечь в регион инвестиции;**

В настоящее время в России бизнес слабо защищен, отсутствует возможность налогового планирования. Налоговое администрирование представлено слабо, отсутствует прозрачность процесса выхода на рынок, доступ на который с каждым годом ограждается различными административными барьерами. Необходимо четкое взаимодействие власти и бизнеса, определяющее некий алгоритм, который будет способствовать формированию благоприятного инвестиционного имиджа территории. Предложенная методика включает шесть этапов, представленных на рисунке 4.

Со стороны региональных органов власти взаимодействие с бизнес средой осуществляется через создание: системы налогового администрирования; нормативно-правовых актов, регулирующих инвестиционную деятельность; благоприятной среды в регионе для инвестиционной деятельности и ведения бизнеса и др.

Органы местного самоуправления могут осуществлять поддержку бизнес - структур и инвесторов по следующим направлениям:

- помощь в оформлении исходно-разрешительной документации на строительство;
- ускорение процесса оформления ИРД;
- предоставление на особых условиях земельных участков;
- создание новых рабочих мест; создание налоговых стимулов для инвесторов;
- решение социально-экономических проблем, что является активным фактором в формировании благоприятного имиджа территории;
- активное позиционирование территории, как привлекательной для бизнеса, инвестиций и проживания.

При построении алгоритма взаимодействия власти, бизнеса и контрагентов учитывается комплекс внешних и внутренних факторов, условий формирования инвестиционного имиджа территории, и запросов инвесторов, который позволяет создать условия для ведения экономической деятельности, развития предпринимательства и повышения инвестиционной и деловой активности.

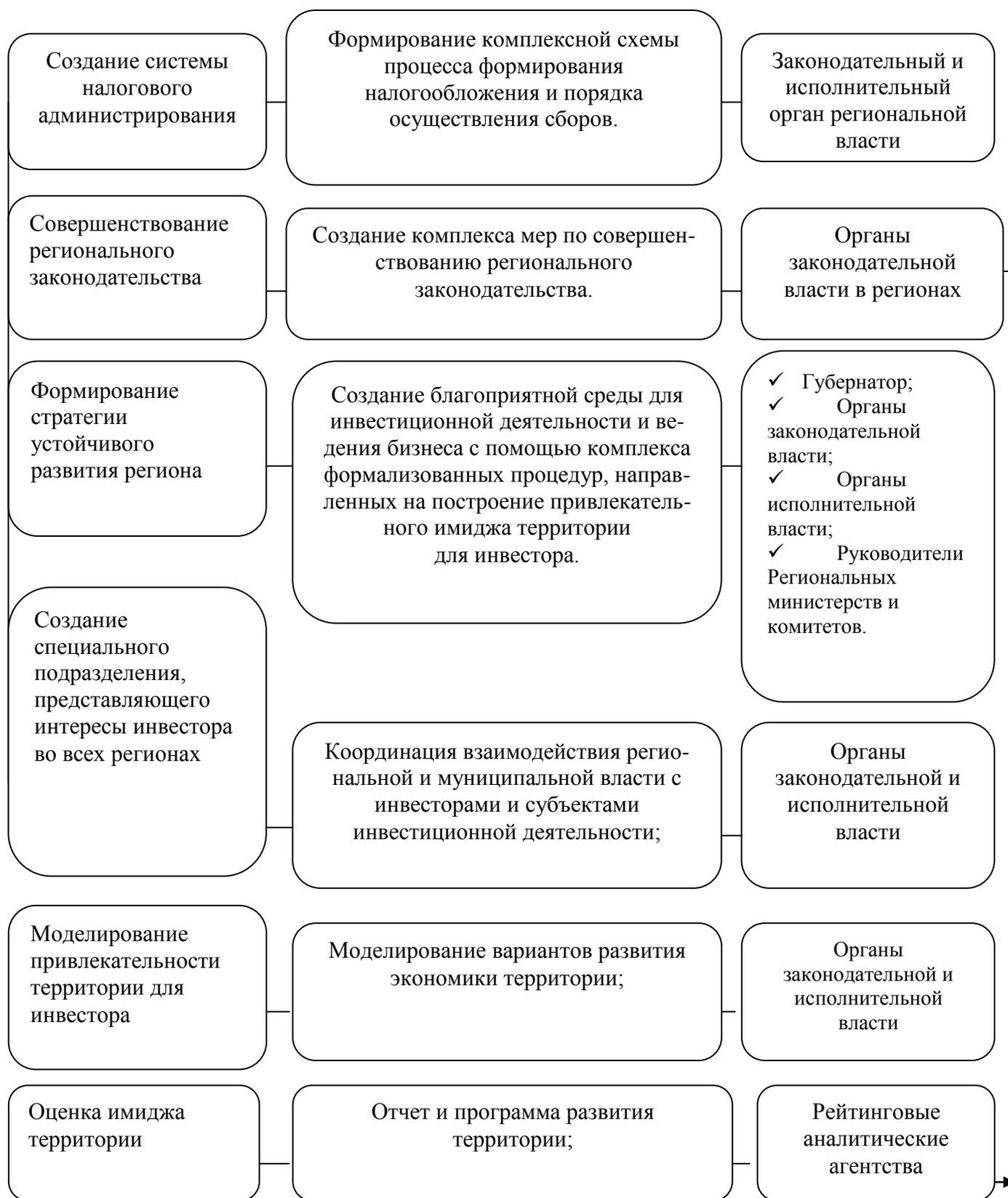


Рисунок 4 - Алгоритм взаимодействия региональной и муниципальной власти, способствующие формированию имиджа территории привлекательной для инвестора

**6. Выделена система характеристик, оценивающих степень инвестиционной привлекательности территории и предложена комплексная модель ее оценки, позволяющая установить рейтинг региона и определить основные направления повышения инвестиционного имиджа.**

В рамках проведения комплексной оценки предложена группа характеристик, оказывающих существенное влияние на процессы формирования инвестиционного имиджа территории. Такая структура характеристик определяется логикой экономического, маркетингового, социального развития территории, предусматривающая повышение жизненного уровня населения при формировании благоприятного инвестиционного имиджа территории. Комплексная оценка проводилась с использованием: метода экспертных оценок; метода «Паттерн»; метода весовых коэффициентов.

В качестве экспертов выступали ведущие специалисты администрации по развитию города, представители Торгово-промышленной палаты, руководители консалтинговых фирм и предприятий, а так же слушатели научно-практического семинара в рамках повышения квалификации руководящих работников и специалистов в инвестиционной сфере. Эксперты ранжировали характеристики по степени их влияния на имидж территории. Эксперты, оценивая влияние характеристик, принимали, что каждый из них может принимать самое высокое и самое низкое значение. Комплексная оценка ранжировалась в следующем порядке: ВБС – весьма благоприятное состояние; БС – благоприятное состояние; ДС – допустимое состояние; НС – неблагоприятное состояние; ВНС – весьма неблагоприятное состояние. В таблице 2 представлены границы интервалов результирующей оценки для всех пяти дискретных состояний исследуемой территории

Таблица 2 - Границы интервалов результирующей оценки для всех пяти дискретных состояний

Наименование показателя	Дискретное состояние		Первая интег. оценка	Вторая интег. оценка	Третья интег. оценка	Четвертая интег. оценка	Пятая интег. оценка
ВБС	1	1	1+1=2	1+3=4			
БС	4	3	4+3=7	4+6=10	1+9 = 10		
ДС	8	6	8+6 = 14	8+9 = 17	4+9 = 13	4+18=22	1+18 =19
НС	18	9	18+9 = 27	18+18=32	8+18=36		
ВНС	32	18	32+18=50				

В оценке каждого результирующего дискретного состояния учитывались не только оценки каждой группы, но и оценки смежных состояний. На основании выявления

совокупного суммарного влияния показателей выделенных групп определено, что интервал от 4 до 14 является весьма благоприятным для принятия решения, далее интервал от 14 до 32 является благоприятным, интервал от 32 до 58 является доступным, но нецелесообразным и наконец, интервал от 58 до 100 является весьма неблагоприятным.

Следующая оценка привлекательности инвестиционного имиджа территории осуществляется, на основе непараметрического метода «Паттерн», который позволяет сравнивать фактические значения с наилучшими показателями среди рассматриваемых территорий. Данный метод позволяет оценивать показатели по частным индикаторам при помощи сравнения фактических значений с наилучшими показателями среди рассматриваемых территорий, где учитываются:  $t_{ij}$  – значение показателя по территории – стандартное;  $x_{ij}$  – значение показателя по территории – фактическое;  $x_{i\max}$  – значение показателя территории – наилучшее. Мы принимали за наивысший ранг оценки территории равной единице по всем показателям. Расчет значений по выделенным показателям производился через нахождение отклонения значений с сравниваемым показателем от эталонного. Затем с помощью весовых коэффициентов полученные данные сводятся к динамике интегрального показателя путем формирования взвешенного критерия по формуле аддитивной взвешенной свертки. Выполненные по данной группе экспертов расчеты дали значение коэффициента конкордации  $W = 0,98$ . Оценка полученной величины показала, что конкордация значима.

Обобщение результатов экспертизы по двум группам (эксперты и инвесторы), позволяет установить порядок важности характеристик, влияющих на формирование инвестиционного имиджа территории.

Таким образом, проведенное ранжирование позволяет сделать вывод, что важными являются различные характеристики, влияющие на формирование инвестиционного имиджа территории, которые необходимо учитывать при принятии решений о вложении инвестиций. Исследование показало заинтересованность и актуальность полученных результатов для органов власти и бизнеса вопросов формирования инвестиционного имиджа привлекательного для инвестора.

## **ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### Параграф монографии:

1. *Фирсов, Ю.И.* Инвестиционный маркетинг: теория и практика применения: (Параграф 3.5 Раздела III монографии «Современные направления маркетинга») / Ю.И. Фирсов // Современные направления маркетинга: теория, методология и практика

применения: монография / под общ. ред. *С.В. Карповой*; [Карпова С.В. и др]; отв. редактор *И.А. Фирсова* — М.: Издательство «Палеотип», 2011. - С. 498-517. (1,0 п.л.);

Статьи в научных изданиях и журналах, определенных ВАК Минобрнауки России:

2. *Фирсов, Ю.И.* Экономическая сущность и политика управления инвестициями / Ю.И. Фирсов // Вестник Казанского государственного технологического университета. - 2009. - №1. - С.126-131. (0,42 п.л.);

3. *Фирсов, Ю.И.* Теоретические, экономические и правовые основы формирования инвестиционного процесса в России / Ю.И. Фирсов // Вестник Казанского государственного технологического университета. - 2009. - №1. - С. 204-209. (0,42 п.л.);

4. *Фирсов, Ю.И.* Инвестиционная маркетинговая деятельность как фактор развития ресурсов промышленного предприятия / Ю.И. Фирсов // РИСК: Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция. - 2011. - № III - 2011 июль-сентябрь. - С. 195-201. (0,37 п.л.);

5. *Фирсов, Ю.И.* Влияние роста инвестиционной активности на эффективность производства / Ю.И. Фирсов // Труды вольного экономического общества России. Сборник научных статей. - 2011., Т. 155. - С. 462-464. (0,2 п.л.);

6. *Фирсов, Ю.И.* Факторы и элементы повышения инновационной активности предприятия / Ю.И. Фирсов // РИСК: Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция. - 2012. - №I - 2012 январь-март. - С. 148-153. (0,74 п.л.);

7. *Фирсов, Ю.И.* Проектный подход в управлении инвестиционными проектами / Ю.И. Фирсов // Труды вольного экономического общества России. - 2012. том 166. - С. 113-117. (0,25 п.л.);

8. *Фирсов, Ю.И.* Характеристика экономического и инвестиционного развития регионов на примере ПФО / Ю.И. Фирсов // Инновационное развитие экономики. - 2012. - № 4 (10) - 2012 июль-август. - С. 77-84. (0,5 п.л.);

9. *Фирсов, Ю.И.* Маркетинговый подход к экономическому и социальному развитию территории, привлекательной для инвестора/ Ю.И. Фирсов // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия экономика. – 2013. - № 3 (29). – С. 69-73. (0,3 п.л.);

Публикации в других научных изданиях и журналах:

10. *Фирсов, Ю.И.* Основные проблемы международного инвестиционного права в Российской Федерации и пути их решения / Ю.И. Фирсов // Формирование российской правовой культуры в период становления рыночной экономики: Сборник статей и тезисов Международной межвузовской конференции аспирантов и студентов (Московская государственная юридическая академия, 2-3 апреля 2004 г.) / Под ред. д.ю.н., проф. И.М. Мацкевича, к.ю.н., А.А. Задояна. – М.: МГЮА, 2004. - С. 162-163. (0,125 п.л.);

11. *Фирсов, Ю.И.* Методические основы оценки инвестиционной деятельности / Ю.И. Фирсов // Известия самарского научного центра российской Академии наук. Спец. выпуск «Технологии управления организацией. Качество продукции и услуг. Вып. 4. Самарского научного центра РАН, - Самара: Издательство Самарского научного центра РАН, 2007. - С. 72-77. (0,6 п.л.);

12. *Фирсов, Ю.И.* Системный подход к процессу управления реальными инвестициями / Ю.И. Фирсов // Материалы V юбилейной международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики // Актуальные

проблемы социально- экономического развития: территориальные и отраслевые аспекты. Ч1. – Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2008.- С. 190-197. (0,5 п.л.);

13. *Фирсов, Ю.И.* Методические основы оценки эффективности инвестиционной деятельности/ Ю.И. Фирсов // Современные проблемы науки образования и производства: Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов, специалистов, преподавателей и молодых учёных, 19 апреля 2008: в 2т.Т1. - Н. Новгород: НФ УРАО, 2008. - С. 232-237. (0,3 п.л.);

14. *Фирсов, Ю.И.* Научно-теоретические и методические основы инвестиционного процесса / Ю.И. Фирсов // Материалы международной научно-практической конференции «Инновационные технологии в экономике как фактор развития современного общества» (15 ноября 2008 г.). – В 2-х частях. – Ч.2./ Отв. ред. Л.А. Тягунова. - Саратов: Издательство «Научная книга», 2008. - С.211-216. (0,3 п.л.);

15. *Фирсов, Ю.И.* Становление института инвестиционной деятельности РФ/ Ю.И. Фирсов // Проблемы и перспективы управления экономическим ростом организации: сборник трудов первой заочной Международной научной конференции. Вып. 2. В 2-х ч. – Тольятти: ТГУ, 2009. – Ч2. - С. 201-206. (0,3 п.л.);

16. *Фирсов, Ю.И.* Investmentmarketing / Ю.И. Фирсов // Актуальные проблемы экономики и менеджмента предприятий сервиса и инновационные механизмы их решения: сб. ст. международной заочной научно-практической конференции / Поволжский гос. ун-т сервиса. - Тольятти: Изд-во ПВГУС, 2011. - С. 250-256. (0,3 п.л.);

17. *Фирсов, Ю.И.* Характеристика инвестиционных процессов в России / Ю.И. Фирсов // Стратегическое управление организациями: теория и практика инновационного развития: сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции. - СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2011. – С.437-439. (0,2 п.л.);

18. *Фирсов, Ю.И.* Формирование системы управления маркетингом на российских предприятиях / Ю.И. Фирсов // Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему: «Актуальные маркетинговые технологии в развитии российской экономики» от 12 декабря 2011 г./ Под общ.ред. Карповой С.В. - М.: Издательство «Палеотип», 2012. - С. 63-66. (0,2 п.л.);

19. *Фирсов, Ю.И.* Моногорода России. Основные проблемы моногородов и пути их решения. Эффективные механизмы инновационно-технологического развития современного общества / Ю.И. Фирсов // Эффективные механизмы инновационно - технологического развития современного общества: Материалы VIII Всерос. науч.-практ. конф., г. Сочи, 17-18 мая 2012г. / СИЭТИ; Отв. ред. В.И. Терентьева, Д.В. Гирийчук. – Сочи: «Стерх», 2012. – С. 194-198. (0,3 п.л.);

20. *Фирсов, Ю.И.* Основы проблемы моногородов и пути их решения / Ю.И. Фирсов // Материалы VII Всероссийской конференции «Трансформация российской национальной экономической системы», посвященной памяти профессора Р.М. Гусейнова. – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2012.– С. 451-456. (0,3 п.л.);

21. *Фирсов, Ю.И.* Имидж территории как ресурс инвестиционной политик / Ю.И. Фирсов // Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему: «Место и роль маркетинга в инновационном развитии российской экономики» от 10 декабря 2012 г. / Под общ.ред. С.В.Карповой. – М.: Издательство «Палеотип», 2013. – С. 363-366. (0,2 п.л.);

22. *Фирсов, Ю.И* Свободная экономическая зона как форма рациональной организации территории экономического пространства./ Ю.И. Фирсов // Конъюнктура товарных рынков маркетинг & логистика. Выпуск: маркетинг и логистика. - 2013. –№ 2. С. 38-40. (0,3 п.л.);

23. *Фирсов, Ю.И* Механизм взаимодействия региональной и муниципальной власти в формировании имиджа территории. / Ю.И. Фирсов // Конъюнктура товарных рынков маркетинг & логистика. Выпуск: маркетинг и логистика. -2013. №2. – С. 42. (0,2 п.л.);