

Таким образом, маркетинг в государственном управлении представляет собой комплекс мероприятий в деятельности органов государственного управления (на уровне государства и отдельных регионов), направленных на выявление и формирование потребностей (интересов) членов общества, создание соответствующих условий и осуществление конкретных действий и мероприятий по их комплексному удовлетворению. Маркетинг в государственном управлении должен обеспечить наиболее полное удовлетворение потребностей граждан, повышение эффективности экономики в целом и конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
2. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – 2-е изд., дополн. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.

Т.Ю. ЧИРКОВА

**ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

В статье дается обзор существующих подходов к классификации факторов, влияющих на процесс разработки инвестиционной политики, а также предлагается авторский подход к классификации факторов.

Обострение конкуренции, как на отечественном, так и международном рынке обуславливает необходимость разработки инвестиционной политики предприятия. Разработанная инвестиционная стратегия позволяет предприятию своевременно реагировать на изменяющуюся внешнюю среду, быть конкурентоспособным, а также расширять сферы деятельности предприятия. Однако на процесс разработки инвестиционной политики предпринимательских структур оказывают многие факторы.

При определении факторов, влияющих на процесс разработки инвестиционной политики, можно выделить несколько подходов. С наиболее общих позиций данная проблема исследуется в работе «Финансовые управленческие технологии» А.З. Бобылевой. Автор выделяет такие факторы, как стабильность развития страны или региона, финансово-экономические стимулы и льготы, институциональное и правовое обеспечение инвестиционных процессов, эффективность работы инфраструктуры инвестиционного рынка. В рамках данного подхода учитываются только макроэкономическое окружение предприятия, тогда как микроуровень и внутренняя среда предприятия не затрагиваются.

Более детально данный вопрос рассмотрен в работах В.В. Бочарова и В. Леонтьева. В их учебнике «Корпоративные финансы» авторы выделяют такие факторы, как:

1. финансовое состояние предприятия;
2. технический уровень производства;
3. возможность получения оборудования по лизингу;
4. наличие собственных ресурсов и возможности привлечения недорогих кредитов и займов;
5. конъюнктура рынка;
6. льготы, получаемые инвестором от государства;
7. коммерческая и бюджетная эффективность намечаемых к реализации инвестиционных проектов;
8. условия страхования и получения гарантий от некоммерческих рисков;
9. налоговое окружение;
10. условно постоянные и условно переменные издержки;
11. цены на продукцию и выручка от продаж.

Наиболее системно к определению факторов, влияющих на инвестиционную политику предприятия, подходит Игонина Л.Л. в своем учебнике «Инвестиции». Все фак-

торы Игонина Л.Л. подразделяет на две группы: макроэкономические и микроэкономические факторы.

К макроэкономическим факторам отнесены такие факторы, как:

- экономическая и политическая ситуация в стране;
- состояние инвестиционного и финансового рынка;
- комплекс законодательных и нормативных основ деятельности хозяйствующего субъекта;
- политика налогообложения.

К микроэкономическим факторам отнесены: объём и структура ресурсной базы; характер и значимость стратегических целей; стадия жизненного цикла; размеры, организационное строение и функциональную структуру субъекта предпринимательской деятельности.

Островская Э. в своем учебнике «Риски инвестиционных проектов» все факторы, влияющие на процесс формирования инвестиционной политики, делит на три уровня:

Первый уровень – макроэкономические факторы:

- экономическая конъюнктура;
- государственная политика;
- технологический прогресс;
- географические условия;
- социально-экономические условия.

Второй уровень – мезоэкономические факторы:

- состояние отрасли;
- конкурентное окружение предприятия – инвестора;

Третий уровень – микроэкономические факторы:

- финансовые ресурсы;
- трудовые ресурсы;
- элементы производственно-маркетингового характера.

В литературе также выделяют деление факторов на объективные и субъективные. К объективным относятся факторы, не зависящие непосредственно от самой фирмы. К ним можно отнести законодательство, конкуренцию, политические и экономические кризисы, состояние кредитно-банковской сферы, наличие налоговых льгот и других преференций.

Субъективные факторы имеют непосредственное отношение к данной фирме и напрямую зависят от эффективности её управления. К таким факторам можно отнести производственный и кадровый потенциал, уровень организации труда, уровень производительности труда, вид продукции и т.п. Особой значимостью обладает деловая репутация фирмы, её положение на рынке и наличие связей с деловыми и властными структурами.

Как видно из приведенного выше, в учебно-методической и научной литературе не существует единого подхода к классификации факторов, влияющих на процесс разработки инвестиционной политики.

На основе изучения выделенных подходов можно классифицировать факторы следующим образом. На наш взгляд все факторы, оказывающие влияние на разработку инвестиционной политики предпринимательских структур, целесообразно разделить на внешние и внутренние. Внешние факторы, в свою очередь, подразделяются на факторы макроэкономические и микроэкономические. К макроэкономическим факторам относятся: состояние инвестиционной сферы страны, государственная экономическая политика, доступность результатов научно-технического прогресса, географические условия и социально-демографические факторы.

Микроэкономические факторы, в свою очередь, включают: состояние отрасли, конкурентное окружение, рыночная позиция предприятия, доступность внешних источников финансирования, степень развитости рыночной инфраструктуры в регионе, качество трудовых ресурсов.

К внутренним относятся факторы, характеризующие внутреннюю организацию предприятия: общая стратегия развития предприятия, финансово-экономическое состояние предприятия, наличие собственных ресурсов и возможность привлечения их из внешних источников, стадия жизненного цикла предприятия.

Данный подход к классификации факторов позволяет более системно учесть все многообразие факторов, влияющих на процесс разработки инвестиционной политики предпринимательских структур. Учет данных факторов в процессе разработки инвестиционной политики предприятия позволит своевременно учитывать постоянно меняющуюся внешнюю среду, а также изменения во внутренней среде организации. В конечном итоге это обеспечит эффективность разработанной инвестиционной политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бочаров В.В., Леонтьев В.Е. Корпоративные финансы. – СПб.: Питер, 2004. – 592 с.
2. Бобылева А.З. Финансовые управленческие технологии. – М.: ИНФРА-М, 2004 – 494 с.
3. Игонина Л.Л. Инвестиции. – М.: Экономистъ, 2005. – 478 с.
4. Островская Э. Риск инвестиционных проектов. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 269 с.