

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В РЕГИОНЕ

В. И. ПУГАНОВ,

соискатель учёной степени кафедры «Менеджмент» ВлГУ

А. А. МАРЧЕНКО,

доцент кафедры «Менеджмент» ВлГУ, к.э.н.

А. В. ПАРЧУК,

студент экономического факультета

Московского государственного областного университета

Стратегическое развитие региона неразрывно связано с функционированием хорошо отлаженного механизма управления инвестиционными процессами в регионе. Учитывая масштабность задач, сложный комплекс взаимосвязей и взаимодействия участников процессов, а также высокую динамику трансформации условий и факторов, влияющих на результаты инвестиционной деятельности, предлагается кластерная модель инвестиционного процесса. Для успешной реализации которой необходимо обеспечить адекватную маркетинговую поддержку всех участников инвестиционного процесса.

Маркетинг инвестиционных процессов в отличие от традиционного маркетинга товаров или услуг представляет собой не только набор методов и способов воздействия на конечных потребителей, позволяющих сформировать среди клиентской аудитории позитивное отношение к товару (услуге) и его производителю (продавцу).

За счёт этого можно получить заведомо запланированную реакцию и сценарий покупательского поведения.

Образно говоря, традиционный маркетинг – это дорога в одном направлении.

Маркетинг инвестиционных процессов – это дорога в двух встречных направлениях: не только от продавца к покупателю, но и от потребителя к товаропроизводителю. Причём меняются векторы направления движения: по отношению к реципиенту главной задачей является всестороннее обоснование его инвестиционной привлекательности, а по отношению к инвестору – маркетинговые инструменты

служат подтверждением его инвестиционной состоятельности. Компромиссное решение в достижении сбалансированного консенсуса их встречных интересов и может быть достигнуто на основе предлагаемой модели регионального инвестиционного кластера.

Авторами кроме прямого (традиционного) инвестиционного пула, объединяющего потенциальных инвесторов, формируется обратный (реципиентный) пул, в который включаются реальные и потенциальные инвестиционные проекты и площадки в лице их собственников или арендаторов. Реципиентный пул (биржа заказчиков) – объединение заказчиков-реципиентов, требующих для осуществления проекта производственного или инновационного характера определённых объёмов капиталовложений. Пул будет консолидировать заёмщиков инвестиционных ресурсов.

Третьей компонентой предлагаемой модели выступает инновационный пул, объединяющий наиболее рискованные с одной стороны и наиболее перспективные стратегические сферы инвестиционных вложений с другой.

Анализ тенденций развития российского рынка инвестиций выявил тревожную закономерность снижения активности отечественных инвесторов. Как следствие этого – масштабное бегство российских капиталов за границу.

С целью стимулирования российских инвесторов в качестве обособленной категории участников регионального инвестиционного кластера предлагаем выделить в виде «активного пула» категорию потенциальных отечественных инвесторов, предпочитающих осуществлять

свои капиталовложения в недвижимость и другие объекты бизнеса за рубежом. Термин «активный» - выглядит в данном контексте не совсем удачным и даже противоречащим их реальной деятельности в инвестиционной сфере российской региональной экономики. В связи с этим уместно вспомнить слова нашего президента о том, что «пора закончить кошмарить бизнес». Иными словами, наличие именно активного пула в региональном кластере возможно при условии стабильной системы преференций для крупного отечественного бизнеса в региональных инвестиционных процессах. В этом пуле формируются активы, которые не доступны для широкого круга инвесторов, путём участия в закрытых проектах, связанных с разработкой и реализацией инновационных технологий, клубных мероприятий и прочее. Здесь ограничено количество и определена категория участников. Более того, масштабные результаты функционирования активного пула создают благоприятные предпосылки для наращивания прямых иностранных инвестиций, что выступает в качестве критерия инвестиционной привлекательности экономики региона. Пулы, объединённые в инвестиционный кластер предлагаемой модели, ориентированы на вовлечение в экономику региона наряду с крупным бизнесом, общегосударственными финансами и иностранными инвестициями представителей среднего и малого бизнеса, а также активизацию населения с различным уровнем достатка для получения гораздо больших капиталов.

Немаловажной компонентой, выполняющей координирующую, обеспечивающую и контрольную функции, в предлагаемой модели отводится региональным органам власти и местным органам самоуправления. Последние призваны обеспечить реализацию местных и региональных приоритетов в региональной инвестиционной политике путём достижения не только экономической отдачи, но и социальной эффективности, что в конечном итоге служит основой для формирования достойного уровня качества жизни населения.

Инструментарий маркетинга инвестиционных

процессов - помимо традиционных технологий регионального маркетинга и инструментария маркетинговых коммуникаций - должен обеспечивать формирование чётко ориентированных целевых аудиторий среди перечисленных выше участников регионального инвестиционного процесса.

В качестве наиболее популярных средств маркетинга инвестиционных процессов в регионе используются следующие инструменты: реклама в традиционных СМИ; PR-акции; проведение конференций, семинаров, симпозиумов; участие в выставках и ярмарках; членство в иностранных организациях; прямые контакты с инвесторами на предпродажной стадии, в процессе торгов, а также в стадии непосредственной реализации инвестиционных проектов; и другое.

На наш взгляд, данный перечень необходимо дополнить, в масштабе предлагаемого инвестиционного кластера, в дополнение к внутрикластерным мероприятиям, современными маркетинговыми интернет-технологиями: на специализированных, защищённых сайтах размещаем информацию о конкретном открытом инвестиционном проекте или программе для заинтересованных лиц; на форумах организуется обмен мнениями участников конкретных проектов и программ; осуществляется проведение электронных торгов, включая процедуры подачи заявок и предложений по инвестированию, оперативное информирование на всех стадиях процесса заинтересованных сторон; рассматриваются варианты инвестиционных сделок, ожидаемые конечные результаты. Данные технологии обеспечивают прозрачность, масштабность и демократичность инвестиционных процессов, что особенно важно с позиций предотвращения коррупционных, криминальных и бюрократических препятствий в данной сфере.

Таким образом, создаются реальные предпосылки формирования нового подхода к управлению социально-экономическим развитием региона и дальнейшего роста его конкурентоспособности.

Литература

1. Илларионов А.Е. *Инвестиционная стратегия региона: состояние, проблемы и перспективы. Материалы международной научно-практической конференции.* - Владимир Собор, 2007. - 384 с.
2. Калинин А.В., Марченко А.А., Смирнов В.Н. *Управление конкурентоспособностью региона. Монография.* - Владимир, Собор, 2006. - 180 с.