

УДК 331

doi:10.21685/2072-3016-2021-2-13

## Формирование методологической основы исследования инвестиционной политики субъектов хозяйствования в регионах Российской Федерации

В. Ю. Синявин<sup>1</sup>, В. А. Скворцова<sup>2</sup>, С. В. Тактарова<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

<sup>1</sup>vladimir.siniavin@mail.ru, <sup>2</sup>va\_skvortsova@mail.ru, <sup>3</sup>kaf\_eop@rambler.ru

**Аннотация.** *Актуальность и цели.* Разработка стратегических направлений конструирования перспективной инвестиционной политики субъектов хозяйствования в регионах страны возможна на основе соответствующей методологической базы. Анализ подходов, практикуемых в настоящее время к изучению и управлению инвестиционной деятельностью отечественных предприятий, позволяет сформировать методологическую основу исследования. *Материалы и методы.* В исследовании применен источниковедческий метод, а также элементы методологии системного анализа. *Результаты.* Выявлены положительные стороны подходов к управлению инвестиционной политикой региональных хозяйствующих субъектов, а также их недостатки с позиции заявленной проблематики исследовательских работ. *Выводы.* Положения маркетингового подхода в наибольшей степени соответствуют целям и задачам исследования, направленного на выявление оптимальных путей построения инвестиционной политики в субъектах РФ. В то же время наилучший результат в управлении инвестиционной политикой региональных субъектов хозяйствования даст сочетание и взаимодополнение имеющихся в науке подходов.

**Ключевые слова:** инвестиционная политика, региональные хозяйствующие субъекты, инвестиционная привлекательность, процессный подход, маркетинговый подход, инвестиционный менеджмент

**Для цитирования:** Синявин В. Ю., Скворцова В. А., Тактарова С. В. Формирование методологической основы исследования инвестиционной политики субъектов хозяйствования в регионах Российской Федерации // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. № 2. С. 127–134. doi:10.21685/2072-3016-2021-2-13

## Forming a methodological basis for the study of the investment policy of business entities in the regions of the Russian Federation

V.Yu. Sinyavin<sup>1</sup>, V.A. Skvortsova<sup>2</sup>, S.V. Taktarova<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Penza State University, Penza, Russia

<sup>1</sup>vladimir.siniavin@mail.ru, <sup>2</sup>va\_skvortsova@mail.ru, <sup>3</sup>kaf\_eop@rambler.ru

**Abstract.** *Background.* The development of strategic directions for designing a promising investment policy of business entities in the regions of the country is possible on the basis

of an appropriate methodological framework. The analysis of the approaches currently practiced to the study and management of investment activities of domestic enterprises allows us to form a methodological basis for the study. *Materials and methods.* The study uses the source-based method, as well as elements of the methodology of system analysis. *Results.* The positive aspects of the approaches to managing the investment policy of regional economic entities, as well as their shortcomings from the perspective of the stated research issues, are revealed. *Conclusions.* The provisions of the marketing approach are most consistent with the goals and objectives of the study aimed at identifying the best ways to build an investment policy in the constituent entities of the Russian Federation. At the same time, a combination and complementarity of the approaches available in science will give the best result in managing the investment policy of regional economic entities.

**Keywords:** investment policy, regional economic entities, investment attractiveness, process approach, marketing approach, investment management

**For citation:** Sinyavin V.Yu., Skvortsova V.A., Taktarova S.V. Forming a methodological basis for the study of the investment policy of business entities in the regions of the Russian Federation. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki = University proceedings. Volga region. Social sciences.* 2021;2:127–134. (In Russ.). doi:10.21685/2072-3016-2021-2-13

### Введение

Несмотря на обилие публикаций, посвященных проблеме построения оптимальной инвестиционной политики региональных хозяйствующих субъектов РФ, она не получила до сих пор удовлетворительного решения. По нашему мнению, решение этой проблемы возможно исключительно путем формирования адекватной методологической основы, позволяющей осуществить всесторонние и качественные исследования, проливающие свет на ключевые направления построения инвестиционной политики региональных предприятий.

Данная статья содержит материалы анализа двух распространенных подходов к исследованию практики построения инвестиционной политики субъектов хозяйствования в регионах РФ – процессного и маркетингового.

В настоящее время исследование процесса управления, как известно, предполагает анализ таких функций, как планирование, организация, мотивация и контроль.

Что касается инвестиционной политики, ее исследование, в том числе в плане развития инвестиционной привлекательности с позиции процессного подхода, требует от исследователей анализа плана действий, разработанного субъектом управления, практики создания неких структур, позволяющих реализовать намеченное, внутренней мотивации у всех участников инвестиционных процессов, а также системы предварительного, текущего и заключительного контроля, необходимой для выполнения всех инвестиционных мероприятий.

Исследование управленческой деятельности субъектов надорганизационного уровня в рамках процессного подхода может охватывать процессы формирования инвестиционного климата или инвестиционной привлекательности территориально-экономического образования либо национальной социально-экономической системы в целом.

Маркетинговый подход предполагает взгляд на объект вложений и параметры, отражающие его инвестиционную привлекательность глазами потребителя – потенциального инвестора.

## Материалы и методика

Теоретическая и методическая основа исследования сформирована путем включения в нее источниковедческого, или библиографического, метода, позволившего выявить, систематизировать и обобщить взгляды специалистов относительно путей построения инвестиционной политики региональных предприятий, а кроме того – методологии системного подхода.

Системный подход позволил подойти к пониманию инвестиционной политики хозяйствующих субъектов как к системе взаимосвязанных действий, эффективно взаимодействующих и взаимообуславливающих друг друга.

## Результаты

Процессный подход, обязанный своим возникновением представителю административной, или классической, школы управления Анри Файолю, подходит к исследованию управления как к процессу, состоящему из отдельных действий, каждое из которых также есть процесс. Эти действия, или процессы, принято называть функциями управления.

Ряд исследователей интерпретируют функции, осуществляемые руководством территориального образования в процессе регулирования инвестиционной деятельности расположенных на территории региона предприятий, как установочную (целеполагающую), мобилизующую, стимулирующую, контролирующую [1, с. 311]. Соответственно, исследование в таком случае будет распространяться на данные действия субъекта управления.

При исследовании установочной функции исследователями будет подвергнута анализу система стратегических целей и приоритетов в постановке задач инвестиционной политики на предстоящий период [1, с. 312].

Мобилизующая функция подвергается анализу в части таких аспектов управленческой деятельности, как поиск потенциальных поставщиков инвестиционных вложений и способов их вовлечения в инвестиционный проект, регламентирование процессов движения финансовых потоков, их упорядочения относительно элементов внутрифирменной структуры. Надорганизационный уровень (региональный или общенациональный) потребует от исследователей сконцентрировать внимание на налогообложении, особенностях политики в отношении процессов амортизации, на бюджетной политике и регулировании деятельности, осуществляемой внебюджетными фондами.

Изучение стимулирующей функции с позиций процессного подхода должно затронуть ключевые приоритетные задачи, которые ставит инвестиционная политика, а также проблему льгот налогового и финансового характера (субсидий, субвенций, дотаций). Также в сферу изучения стимулирующей функции должна быть отнесена кредитная и дисконтная (процентная) политика.

Контролирующая функция с позиции надорганизационного уровня охватит процессы контроля, осуществляемого руководством региона за соблюдением хозяйствующими субъектами установленных государством экономических и правовых норм в процессе их хозяйственной деятельности.

О. Б. Угурчиев говорит о необходимости подвергнуть исследованию такие функции, реализуемые субъектом управления инвестиционной системы, как «организация, планирование (прогнозирование), анализ, исследование,

регулирование и стимулирование, координация, мониторинг и контроль». При этом данные функции управления инвестициями, по мнению автора, «должны выполняться с применением научных подходов, методов и инструментов» [2, с. 242].

Кроме того, исследование инвестиций с позиций микро- и макроуровня предполагает анализ ряда общих функций. Среди функций макроуровня традиционно выделяют следующие: политику расширенного воспроизводства, создание предпосылок, способствующих научно-техническому прогрессу, совершенствование свойств производимых товаров, трансформация отраслевой структуры, развитие ресурсной основы, создание рабочих мест и смягчение тем самым проблемы безработицы, природоохранная деятельность.

На микроуровне к функциям инвестиций относят ряд масштабных процессов, среди которых выделяют воспроизводство и реконструкцию основных средств, техническое перевооружение предприятий, рост конкурентоспособности товаров, покупка материальных и нематериальных активов других участников рыночной деятельности, наращивание прибыли предприятия как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе [3, с. 46]. К этим функциям, по нашему мнению, необходимо добавить расширение доли рынка, разработку новых видов продукции и подготовку их массового производства, НИОКР и т.д.

В то же время, что касается инвестиционной политики, реализуемой в рамках инвестиционной системы, особенно той ее части, которая затрагивает проблему формирования инвестиционной привлекательности, считаем, что определенным недостатком процессного подхода является то, что он замыкается исключительно на функциях, которые надлежит осуществлять субъекту управления, в то время как инвестиционная привлекательность есть производная многих факторов, в том числе находящихся вне зоны влияния субъекта управления, подлежащих исключительно учету, но не каким-либо активным управленческим воздействиям. Впрочем, деятельность по учету факторов внешней среды, в которой развивается инвестиционная система, сама по себе предполагает некие процессы, а следовательно, также может быть изучена с позиций данного подхода.

Маркетинговый подход, выделяемый рядом авторов в самостоятельный подход к управлению хозяйствующими субъектами, исходит из понимания сути маркетинга как деятельности, ориентированной на наиболее полное удовлетворение потребностей потенциальных потребителей и на представление компании и производимого ею продукта в максимально выгодном свете с точки зрения целевой аудитории.

А. А. Тищенко справедливо отмечает, что «для эффективного функционирования предприятием сегодня требуется новый подход в управлении, основанный на тесном взаимодействии с рынком, на создании товаров, соответствующих определенным требованиям потребителей» [4]. Т. Г. Ребрина при этом обращает внимание на то, что суть маркетингового подхода как раз и заключается в том, «что ориентировать на потребителя нужно любую деятельность на любой стадии жизненного цикла объекта» [5].

Исходя из этого можно сказать, что, будучи распространенным на исследование инвестиционной политики хозяйствующего субъекта, маркетинговый подход предполагает анализ управленческих усилий по формированию

такого уровня инвестиционной привлекательности, который в наиболее полном объеме соответствует представлениям инвесторов. Т. Г. Ребрина в связи с этим отмечает, что «маркетинговый подход предполагает ориентацию управляющей подсистемы при решении любых задач на внутренних и внешних потребителей» [5]. В этом послыше, как нам кажется, заключается главная сильная сторона маркетингового подхода. Распространяя известное высказывание специалистов в области маркетингового подхода о том, что «важнейший фактор, обеспечивающий прибыль фирмы, лежит за ее пределами и этим фактором выступает потребитель», на процесс управления инвестиционной привлекательностью, можем сказать, что важнейший фактор, обеспечивающий фирму инвестиционными ресурсами (а значит, и обеспечивающий ее развитие) также находится вне фирмы и этим фактором выступают потенциальные инвесторы, в привлечении внимания (и инвестиционных средств) которых фирмы заинтересованы [6].

С позиций маркетингового подхода фирма, заботящаяся о том, чтобы быть инвестиционно привлекательной, должна взглянуть на себя глазами потенциального инвестора. Она должна оценивать свою инвестиционную привлекательность теми параметрами, которые определяют ее в их понимании.

Проявлением маркетингового подхода в инвестиционном менеджменте можно, по нашему мнению, считать также экономическое обоснование инвестиционных проектов и расчет показателей, характеризующих их экономическую эффективность. В связи с этим считаем необходимым осуществить краткий обзор основных параметров, позволяющих судить об отдаче возможных вложений и степени привлекательности инвестиционного проекта с точки зрения финансирующей стороны.

В 1994 г. российские специалисты предложили научной общественности, а также сообществу инвесторов-практиков документ рекомендательного характера – так называемые «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиций», в которых учитывалась специфика российских экономических реалий. В рекомендациях выделялись эффективность инвестиционного проекта в целом и эффективность участия в проекте. Эффективность инвестиционного проекта в свою очередь представлена общественной (социальной) и коммерческой эффективностью, эффективность участия в проекте – эффективностью участия организаций и акционеров, эффективностью участия в инвестиционном проекте структур более высокого уровня, а также бюджетной эффективностью.

Общественную эффективность принято определять для масштабных проектов с высокой степенью социальной значимости, которые затрагивают национальную экономику или экономику региональных образований.

В случае положительной оценки общественной эффективности инвесторами рассчитывается коммерческая эффективность. Значительные с социальной точки зрения проекты, получившие отрицательные оценки коммерческой эффективности, оцениваются на предмет дополнительной финансовой поддержки. Если и она не позволяет оценить проект как экономически целесообразный, работы над ним завершаются.

Локальные инвестиционные проекты не получают оценку общественной эффективности – для них сразу определяют значения коммерческой

эффективности, причем если финансирующая сторона заранее не известна. Задача показателей, раскрывающих коммерческую эффективность, – презентовать предстоящее инвестиционное мероприятие, привлечь инвестиционные ресурсы. При наличии инвестора, готового профинансировать проект, оценивают исключительно эффективность участия в проекте. Она включает (в зависимости от схемы финансирования) оценку эффективности участия в проекте организаций и акционеров, оценку участия в проекте структур более высокого уровня (когда, например, финансирование проекта осуществляется за счет средств холдинга, в состав которого входит организация-проектоустроитель), оценку бюджетной эффективности инвестиционного проекта (в случае, если средства на него выделяют федеральный либо региональный бюджеты).

Показатели, применяемые для установления описанных выше видов эффективности инвестиционного проекта, следующие: чистый доход, чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности (рентабельность инвестиций), потребность в дополнительном финансировании, индексы доходности затрат и инвестиций, срок окупаемости. Важнейший из них – чистый дисконтированный доход (он же интегральный эффект и чистая дисконтированная стоимость).

### Выводы

Считаем, что положения маркетингового подхода в наибольшей степени соответствуют целям и задачам исследования, направленного на выявление оптимальных путей построения инвестиционной политики в субъектах Российской Федерации.

Вместе с тем считаем, что все из известных в настоящее время подходов к управлению инвестиционной политикой региональных субъектов хозяйствования в определенной мере являются взаимодополняющими и наилучший результат принесет сбалансированное сочетание их элементов.

### Список литературы

1. Губанова Е. В. Управление инвестиционной деятельностью // Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты : сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф. (г. Кемерово, 29 сентября 2016 г.). Кемерово : Западно-Сибирский научный центр, 2016. С. 311–315.
2. Угурчиев О. Б., Угурчиев Д. О. Методические аспекты региональной инвестиционной политики // Экономические науки. 2011. № 12 (85). С. 242–246.
3. Ускова Т. В. О роли инвестиций в обеспечении устойчивого экономического роста // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. № 6 (30). С. 45–59.
4. Тищенко А. А. Информационное обеспечение принятия решения на начальных этапах разработки нового изделия при маркетинговом подходе управления // Традиции и инновации в государственном и муниципальном управлении: человек и государство – новая реальность : сб. ст. и материалов XI Междунар. науч.-практ. конф. (г. Брянск, 17–18 ноября 2016 г.) : в 3 т. / под общ. ред. С. А. Шачнева. Брянск : Изд-во Брянского филиала РАНХиГС, 2017. Т. 3. С. 179–184. URL: <http://econ-old.asu.ru/lib/sborn/infec2004/pdf/018.pdf>
5. Ребрина Т. Г. Маркетинговый подход к управлению в компании. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/marketingovyy-podhod-k-upravleniyu-v-kompanii>

6. Колер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. М. : Вильямс, 2009. 1200 с.

### References

1. Gubanova E.V. Investment management. *Fundamental'nye nauchnye issledovaniya: teoreticheskie i prakticheskie aspekty: sb. materialov II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Kemerovo, 29 sentyabrya 2016 g.) = Basic scientific research: theoretical and practical aspects: proceedings of the 2<sup>nd</sup> International scientific and practical conference (Kemerovo, September 29, 2016)*. Kemerovo: Zapadno-Sibirskiy nauchnyy tsentr, 2016: 311–315. (In Russ.)
2. Ugurchiev O.B., Ugurchiev D.O. Methodological aspects of regional investment policy. *Ekonomicheskie nauki = Economic sciences*. 2011;12(85):242–246. (In Russ.)
3. Uskova T.V. On the role of investment in ensuring sustainable economic growth. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and social changes: facts, trends, forecast*. 2013;6(30):45–59. (In Russ.)
4. Tishchenko A.A. Information support for decision-making at the initial stages of developing a new product with a marketing management approach. *Traditsii i innovatsii v gosudarstvennom i munitsipal'nom upravlenii: chelovek i gosudarstvo – novaya real'nost': sb. st. i materialov XI Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Bryansk, 17–18 noyabrya 2016 g.): v 3 t. = Traditions and innovations in state and municipal governance: man and state – a new reality: proceedings of the 11<sup>th</sup> International scientific and practical conference (Bryansk, November 17–18, 2016): in 3 volumes*. Bryansk: Izd-vo Bryanskogo filiala RANKhiGS, 2017;3:179–184. (In Russ.). Available at: <http://econold.asu.ru/lib/sborn/infec2004/pdf/018.pdf>
5. Rebrina T.G. *Marketingovyy podkhod k upravleniyu v kompanii = Marketing approach to company management*. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/marketingovyy-podhod-k-upravleniyu-v-kompanii>
6. Koler F., Armstrong G., Sonders D., Vong V. *Osnovy marketinga = Marketing basics*. Moscow: Vil'yams, 2009:1200. (In Russ.)

### Информация об авторах / Information about the authors

#### **Владимир Юрьевич Синявин**

кандидат экономических наук, доцент  
кафедры менеджмента и экономической  
безопасности, Пензенский  
государственный университет  
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: [vladimir.siniavin@mail.ru](mailto:vladimir.siniavin@mail.ru)

#### **Vladimir Yu. Sinyavin**

Candidate of economic sciences, associate  
professor of the sub-department  
of management and economic security,  
Penza State University (40 Krasnaya street,  
Penza, Russia)

#### **Валентина Алексеевна Скворцова**

доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономической  
теории и международных отношений,  
Пензенский государственный  
университет (Россия, г. Пенза,  
ул. Красная, 40)

E-mail: [va\\_skvortsova@mail.ru](mailto:va_skvortsova@mail.ru)

#### **Valentina A. Skvortsova**

Doctor of economic sciences, professor,  
professor of the sub-department  
of economic theory and international  
relations, Penza State University  
(40 Krasnaya street, Penza, Russia)

***Светлана Викторовна Тактарова***

кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой менеджмента  
и экономической безопасности,  
Пензенский государственный  
университет (Россия, г. Пенза,  
ул. Красная, 40)

E-mail: kaf\_eop@rambler.ru

***Svetlana V. Taktarova***

Candidate of economic sciences, associate  
professor, head of the sub-department  
of management and economic security,  
Penza State University (40 Krasnaya street,  
Penza, Russia)

**Поступила в редакцию / Received 22.03.2021**

**Поступила после рецензирования и доработки / Revised 15.04.2021**

**Принята к публикации / Accepted 25.04.2021**