

– Project Questionnaire, позволяющий провести экспертизу проекта при помощи метода экспертных оценок на основе множества критериев, а также рассчитать рейтинг, который может быть использован в качестве основного показателя для принятия решения о финансировании. Данный модуль применим как на стадии предварительной экспертизы, так и на стадии финансирования.

В заключение можно привести ряд рекомендаций, которым надо следовать в процессе выбора программных продуктов:

– его должен осуществлять человек, имеющий практический опыт работы (анализа инвестиционных проектов). Если в вашей организации пока нет такого специалиста, обратитесь к авторитетным консультантам;

– руководитель компьютерной службы (автоматизации) организации должен выступать только в качестве советника по вопросу соответствия системы техническим средствам, используемым в организации, и не более. Зачастую эти специалисты, имея отдаленное представление об инвестиционном и финансовом анализе, дезинформируют начальство, заверяя, что сумеют самостоятельно создать систему, не уступающую предлагаемым на рынке. Придумать можно все что угодно. Однако для того, чтобы выполнить такую работу, недостаточно только иметь хороших программистов, необходимо и значительное количество времени (в частности, на создание системы Project Expert ее разработчиками в целом было затрачено более пяти лет);

– не принимайте решения, пока подробно не ознакомились с наиболее известными системами и не сравнили их. При этом требуйте как минимум демонстрационную версию, а лучше попросите представителя фирмы показать возможности системы вашим специалистам;

– обратите внимание на то, кто является пользователем выбираемой вами системы;

– приобретайте лучшее из существующего, так как экономия на эффективных инструментах приводит к несопоставимым потерям в процессе работы.

4.3. Каналы продвижения инвестиционных проектов к реальным источникам финансирования

Информация о подготовленных инвестиционных проектах должна быть доступна для потенциальных инвесторов. Необходимо отметить, что для успешного продвижения проекта немаловажное значение имеет

представление потенциального инвестора о регионе или месте реализации проекта, возможностях поддержки местной администрацией проекта вне зависимости от смены местных политических лидеров и их взглядов. Поэтому при выборе каналов продвижения инвестиционных проектов к реальным источникам финансирования необходимо помнить об основных критериях, которыми обычно руководствуется потенциальный инвестор при выборе места реализации проекта.

Критерий	Содержание
Позиция региональной администрации	Мнения и решения главы администрации по отношению к инвестициям
Инвестиционные возможности	Наличие приватизированных предприятий с ресурсами (здания, оборудование, доступ к ресурсам, квалифицированные кадры, товары с рыночным потенциалом)
Позиция руководства и собственника предприятия	Четкое представление о возможном характере инвестиций и желание работать с инвестором
Ресурсно-сырьевая база	Наличие недостаточно или неэффективно используемых ресурсов (полезные ископаемые, древесина, сельскохозяйственные угодья и т.д.)
Взаимоотношения региональной администрации и федерального правительства	Политическая стабильность и прогнозируемость таких взаимоотношений
Деловой климат	Небольшие эксплуатационные расходы на ведение бизнеса (регистрационные и бюрократические процедуры, стоимость услуг инфраструктуры – аренда помещений, транспорт, связь, проживание), личная безопасность и отсутствие межнациональных конфликтов.
Инфраструктура	Транспорт, финансово-кредитные учреждения, торговые палаты и т.д.

Конкретные каналы продвижения инвестиционных проектов необходимо выбирать, используя следующие основные технологии:

1. Прямая почтовая рассылка – достаточно известный и распространенный способ извещения потенциальных инвесторов о проектах. Эффективность этого способа напрямую зависит от правильно выбранной базы данных потенциальных инвесторов и от привлекательности и качества представленного инвестиционного предложения.

2. Использование средств массовой информации – важнейший способ информирования о проектах. В рамках данной технологии необходимо использовать прежде всего специализированные средства массовой информации, поскольку привлечение инвестиций осуществляется в конкретный проект определенной отрасли экономики – пищеперерабатывающей, горнодобывающей, медицинской и так далее. Существует множество отраслевых, торговых, технических и других специализированных средств массовой информации, через которые потенциальный инвестор может узнать об интересующем его проекте.

Наряду с традиционными средствами массовой информации, такими, как газеты, журналы, радио и телевидение, следует особое внимание обратить на возможности международной компьютерной сети Internet, которую можно использовать не только как средство поиска необходимой информации о потенциальных инвесторах, но и как средство продвижения проектов. Это размещение информации и рекламы о проектах на уже существующих и известных страницах (сайтах) и создание собственной с продвижением ее по сети.

3. Участие в международных, региональных и отраслевых выставках, биржах с представлением на них специально подготовленных, красочно оформленных каталогов и буклетов. Например, участие в Международной бирже проектов по кооперации, экономическому развитию и инвестициям («BORITEC»), проводимой ежегодно в Италии.

4. Привлечение соответствующих государственных, коммерческих и некоммерческих агентств, торгово-промышленных палат, профессиональных ассоциаций производителей, консалтинговых фирм и консультантов для поиска потенциальных инвесторов.

5. Организация миссий потенциальных инвесторов на территории региона – для их организации необходимо привлечение отраслевых ассоциаций и торгово-промышленных палат.

6. Прямой маркетинг проектов – достаточно сложная технология, успех которой зависит не только от «прямого» попадания в целевую группу

инвесторов по продвигаемому проекту, но и от способности найти личный контакт с потенциальным инвестором, к которому можно прийти, лишь «отполировав» многие ручки кабинетов.

Кроме того, при планировании привлечения иностранных инвестиций необходимо знать о специализации международных производственных и финансовых рынков, чтобы правильно определить возможных инвесторов. Так, например, немецкие фирмы активно вкладывают капитал в машиностроение, химическое и фармацевтическое производство, финские – в лесозаготовку и деревообработку, итальянские – в отрасли легкой промышленности.

Организуя работу по привлечению инвестиций в муниципальное образование, не следует «замыкаться» только в кругу своих специалистов. Внешние консультанты, имеющие значительный опыт и большое количество контактов с различными партнерами, в состоянии привлечь заинтересованных инвесторов в муниципальное образование, поскольку на первом этапе именно авторитет внешнего консультанта может служить гарантией для инвестора. Другими словами, следует использовать максимально широкий круг возможностей для привлечения инвесторов в муниципальное образование.

Муниципальное образование или предприятие, имеющее подготовленные инвестиционные проекты, может использовать следующие возможные каналы для привлечения реальных инвестиций:

- участие в открытых конкурсах Министерства экономики РФ по размещению централизованных бюджетных средств по статье «капитальные вложения»; при этом условия и порядок предоставления документов определяются требованиями Министерства экономики РФ;

- подготовка и проведение эмиссии ценных бумаг (муниципальные облигации или акции предприятий-эмитентов) в соответствии с требованиями Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг РФ;

- привлечение инвестиций через механизмы государственной поддержки (по линии Министерства науки и технологий РФ, Государственной Инвестиционной Корпорации, Российской Финансовой Корпорации и других);

- участие в международных проектах инвестирования по линии Европейского банка реконструкции и развития, технического содействия по линии Европейского Сообщества, программы TACIS, проекты содействия реструктурированию предприятий Международного банка реконструкции и развития и другие;

– направление инвестиционных проектов или предложений в различные международные государственные или частные фонды, заинтересованные в инвестировании в конкретные отрасли или предприятия; таких фондов насчитывается на сегодняшний день свыше 10 тысяч.

При наличии подготовленных инвестиционных проектов имеет смысл привлечь квалифицированных консультантов, которые окажут содействие в выборе конкретных каналов инвестирования и подготовке документов в соответствии с требованиями инвестора. При этом главным вопросом окажется традиционная рыночная истина: «Кому это выгодно?»

Вопросы для семинарских занятий

1. Перечислите предприятия вашего муниципального образования, наиболее привлекательные для инвесторов. Оцените степень готовности таких предприятий к привлечению инвестиций.

2. Какие технические и программные средства используются на предприятиях вашего муниципального образования для разработки инвестиционных проектов?

3. Оцените соотношение принятых вами мер для привлечения инвестиций в муниципальное образование и полученных результатов. В чем истоки ваших побед и причины неудач?

Рекомендуемая литература

1. Термины и определения в нормативных актах Российской Федерации. Справочник. – М.: Информпечать, 1998.

2. Федченко А.Е., Соколов В.В. Нормативно-законодательная база инвестиционной деятельности в России. (Комментарий, законы и другие нормативные акты). – М., АҚДИ «Экономика и жизнь», вып. 2(83), 1997.

3. Обеспечение прав инвесторов. Новейшие законодательные и нормативные акты. Комментарии и разъяснения специалистов. – М.: библиотека «Российской газеты», вып. 7, 1998.

4. Регулирование инвестиций. Сборник нормативных документов. – Специальный выпуск журнала «Рынок ценных бумаг», №21, 1994.

5. Привлечение инвестиций в России. Практическое руководство. – Санкт-Петербург, 1996.

6. Механизмы привлечения инвестиций в условиях России. Практика, правовые основы. – М., 1998.

7. Мобилус Марк. Руководство для инвестора по развивающимся рынкам. – М.: ИК «АТОН», 1995.

ГЛАВА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ОЦЕНКИ И ОТБОРА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Грамотное составление проекта невозможно, если его оценка не опирается на использование корректной системы понятий, удобных для применения классификаций, и, что особенно представляется существенным, на использование непротиворечивой системы принципов, освященных теорией и успешно апробированных практикой. Конечно, опора на обоснованные принципы являются всего лишь необходимым, но недостаточным условием инвестиционной привлекательности проекта – нужно, конечно, чтобы и сам проект был действительно хорош. Однако быть уверенным в этом можно только, если провести достаточно строгую экспертизу проекта, для осуществления которой и нужно знать и уметь применять основные элементы теории эффективности инвестиционных решений.

Следует заметить, что соответствующая теория для стационарных хозяйственных систем (централизованно-плановой, существовавшей в СССР, и рыночной с государственным регулированием, существующих ныне в развитых странах Запада) достаточно разработана: имеются фундаментальные труды в этой области, большой накопленный практический опыт.

Что же касается переходной экономики, характерной для современной России, то в силу ее особенностей здесь еще много теоретических неясностей. Тем не менее общие контуры решения проблемы уже очерчены, и ниже будут изложены узловые принципиальные вопросы оценки инвестиционных проектов [1 – 8].

5.1. Методология и общие принципы оценки инвестиционных проектов

К важнейшим понятиям или категориям, связанным с оценкой эффективности инвестиционных проектов, следует отнести:

- **результаты** (экономические и внеэкономические);
- **затраты** (всех видов: единовременные, текущие и так далее);