С.П. Чугай
БГЭУ (Минск)

ИНТЕГРИРОВАННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ

Не вызывает сомнения тот факт, что для решения неотложных задач структурной перестройки экономики Беларуси, повышения ее конкурентоспособности, а значит, и для решения многих социальных задач необходимо обеспечить максимальную мобилизацию внутренних и иностранных инвестиций.

Вместе с тем по-прежнему одним из актуальных вопросов остается проблема создания системы оценки эффективности инвестиционных вложений. На наш взгляд, существующие методические рекомендации не в полной мере способны решить такую задачу. Главный их недостаток — традиционный подход, направленный на оценку финансового состояния заемщика, что не способно раскрыть глубинных причинно-следственных взаимосвязей, определяющих перспективы и эффективность данного бизнеса.

В связи с этим назрела необходимость пересмотра ныне существующего подхода. По нашему мнению, главным критерием целесообразности инвестирования в конкретный проект является экономическая эффективность. Иными словами, инвестиции в материальные активы эффективны только тогда, когда потребительские товары, произведенные с их помощью, будут востребованы на рынке. Следовательно, один из важнейших факторов эффективности инвестиционных проектов — эффективность маркетинговой деятельности предприятия-заемщика.

Таким образом, для более достоверной оценки эффективности инвестиционных проектов, главное внимание должно уделяться анализу маркетинговой стратегии предприятия. Для этого один из разделов бизнес-плана "Маркетинговое обоснование" должен стать основным, содержать описание проведенных предприятием маркетинговых исследований. На наш взгляд, при оценке целесообразности инвестирования финансовое состояние заемщика не должно быть опреде-

ляющим, главный критерий — эффективная маркетинговая проработка проекта.

Учитывая вышеизложенное, для внедрения концепции маркетинга в практику оценки эффективности инвестиционных кредитов необходимо уделить внимание следующим двум направлениям: 1) пересмотру нормативных актов Национального банка; 2) оптимизации кредитной политики коммерческих банков. Цель первого направления — создать побудительные мотивы для кредитных организаций, изменить подход к оценке своих долгосрочных кредитов. Цель второго направления — разработка простой и более эффективной, чем ныне действующие методики и системы, оценки целесообразности инвестиционного кредитования.

На наш взгляд, стержнем новой системы может стать интегрированная рейтинговая система заемщиков. Ее суть заключается в разработке гибкой модели, включающей в себя три группы показателей: финансовые, маркетинговые, общеэкономические. Каждая группа состоит из набора конкретных показателей, от значения которых они разбиваются на три группы качества, обладающих различным удельным весом. В результате сумма всех показателей группы может принимать значения от 50 до 100. Алгоритм расчета рейтинга заемщик можно представить в следующем виде:

$$R = (\sum_{i}^{n} x_i \cdot k_i) \cdot a + (\sum_{i}^{n} y_i \cdot k_i) \cdot b + (\sum_{i}^{n} z_i \cdot k_i) \cdot c$$

где R — количество рейтинговых баллов заемщика; x_i — количество баллов соответствующего показателя финансовой группы; k_i — коэффициент качества соответствующего показателя (м.б 0,5; 0,8; 1); y_i — количество баллов соответствующего показателя маркетинговой группы; z_i — количество баллов соответствующего показателя общеэкономической группы; a, b, c — удельный вес групп показателей ($a + b + c = 1$).

В зависимости от значения R заемщику присваивается рейтинг. Например, высший рейтинг присваивается заемщику со значением R от 86 до 100; средний — от 71 до 85; удовлетворительный — от 56 до 70.

Необходимо отметить, что результатом определения рейтинга заемщика м.б. использованы: 1) при принятии решения о целесообразности кредитования; 2) определении опти-

мального объема инвестиций; 3) принятии решения о размере процентной ставки; 4) выборе оптимального обеспечения кредита; 5) при подготовке более качественного кредитного договора и др. Кроме того, посредством определения рейтинга можно узнать слабые стороны заемщика, в результате чего предприятие может вообще отказаться от заведомо убыточного проекта. Важно также, что у банка появляется возможность оказывать дополнительные услуги по консалтингу.

И.С. Шунько
Министерство финансов Республики Беларусь

МОДЕЛЬНЫЙ НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС — ОСНОВА УНИФИКАЦИИ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ГОСУДАРСТВ — УЧАСТНИКОВ СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ

С развитием интеграционных процессов на территории Содружества Независимых Государств особое значение приобретают вопросы унификации налогового законодательства. Модельному налоговому кодексу СНГ, проект которого разрабатывается, отводится главная роль в унификации законодательства на территории постсоветского пространства.

Модельный налоговый кодекс определяет общие правовые начала, принципы, формы построения и функционирования налоговой системы, закладывает основу теории налогов в государствах — участниках СНГ и может быть применим при разработке проектов нормативно-правовых актов в этих государствах. Вопросы формирования и функционирования налоговой системы: задачи и принципы налогообложения; термины и понятия, используемые в налоговом законодательстве; система налогов как на общегосударственном, так и на местном уровнях; правовое положение налогоплательщиков и налоговых органов; механизм реализации ответственности за нарушение налогового законодательства — включены в Модельный налоговый кодекс.