

ГЛАВА 6. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ)

Кашовский Р.
Кагосян Д.

Предприятие как социально-экономическая система

Любое предприятие можно рассматривать как сложную социально-экономическую систему, имеющую внутреннюю структуру, функционирующую в постоянном взаимодействии с внешней средой. Социальной системой предприятие является потому, что создается людьми для удовлетворения конкретных потребностей общества и управляется людьми, обладающими определенными личностными особенностями. Экономической системой предприятие является потому, что в результате использования экономических ресурсов и реализации продукции, товаров обеспечивается непрерывность воспроизводства общественного продукта. Рассматривая предприятие как систему, необходимо выделить в ней объект и субъект воздействия. Объектом воздействия в системе предприятия выступает совокупность материальных условий, производственных, организационных процессов, отношений между работниками при выполнении предприятием своих функций. Субъектом является аппарат управления, который посредством различных форм и методов воздействия осуществляет целенаправленное функционирование объекта. Как открытая социально-экономическая система предприятие постоянно взаимодействует с внешней средой. Результаты деятельности предприятий в значительной степени определяются факторами внешней среды. Знание этой среды и умение реагировать на ее изменения имеет большое значение для стратегического планирования, выработки политики предприятия, для обеспечения текущей деятельности информацией и наилучшего выполнения функций предприятия. Для сохранения конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики должны приспособливаться к внешней среде.

Внешняя среда деятельности предприятия

Внешняя среда предприятия состоит из двух сфер — рабочей среды и общей. Рабочая среда включает тех участников рынка, с которыми у предприятия есть непосредственные контакты или которые оказывают на предприятие прямое воздействие. Это поставщики экономических ресурсов, товаров, наемные работники, банки, страховые компании, финансовые, торговые, маркетинговые посредники, покупатели товаров, услуг, государственные органы (налоговые, таможенные, антимонопольные, органы санитарно-эпидемиологического надзора и др.). К элементам рабочей среды относятся также конкурирующие организации, так называемые контактные аудитории, — средства массовой информации, общественные организации, которые оказывают существенное влияние на формирование благоприятного или неблагоприятного облика предприятия. Результаты хозяйственно-финансовой деятельности предприятия во многом формируются в процессе экономических отношений, контактов с агентами рабочей среды. Общая среда представляет собой совокупность факторов, которые не связаны с предприятием прямо, но оказывают косвенное влияние на его деятельность. Это условия и факторы, общие для всех предприятий. В составе общей среды большое значение имеют экономические факторы: состояние экономики, темпы экономического роста, темпы инфляции, занятость населения, развитие рынков и рыночной инфраструктуры, покупательная способность населения, развитие предпринимательства, уровень конкуренции в сфере производства товаров и торговли. Кроме того, общая среда включает технологические, социальные и политико-правовые факторы. К технологическим факторам относятся достижения научно-технического прогресса, появление принципиально новых видов техники и технологий. Изменения в организации и технологиях производства могут привести к новой расстановке конкурентных сил, поэтому предприятия должны отслеживать технологические факторы, постоянно учитывать их в процессе принятия управленческих решений, развивать инновационную деятельность.

Социальные факторы имеют очень большое значение. Изменения в социальной структуре общества, демографическая ситуация, дифференциация доходов по социальным группам населения, пенсионное обеспечение, развитие жилищного строительства — это факторы, которые во многом определяют спрос населения на товары и услуги. Предприятия изучают социальные факторы внешней среды для того, чтобы выработать стратегию развития. Политико-правовые факторы включают стабильность государственной экономической и социальной политики, систему государственного регулирования деятельности предприятий, развитие международных связей. Политико-правовые факторы тесно связаны с экономическими, так как влияют на формирование инвестиционного климата, развитие внешнеторговых отношений, развитие предпринимательства. Изучение внешней среды, прогнозирование изменений факторов внешней среды, регулирующих воздействия со стороны государства, помогают выявить возможные угрозы, риски для предприятия в будущем или, наоборот, благоприятные возможности развития. Как социально-экономическая система предприятие обладает внутренней средой.

Рабочие контакты предприятия во внешней среде

Внутренняя среда предприятия формируется под влиянием факторов внешней среды, государственного регулирования, а также принятия множества управленческих решений внутри самого предприятия с целью достижения наилучших результатов хозяйственно-финансовой деятельности. Внутренняя среда находится под непосредственным контролем руководителей предприятия и специалистов аппарата управления. Внутренняя среда предприятия включает следующие элементы:

- материальные ресурсы, формирующие материально-техническую базу предприятия;
- финансовые ресурсы;
- трудовые ресурсы, систему управления персоналом;
- информационные ресурсы;
- технологии — способы преобразования ресурсов в результаты деятельности предприятий — и соответствующую им производственную структуру;
- организационную структуру управления, соответствующую организационно-правовой форме предприятия и целям эффективного хозяйствования;
- систему коллективных ценностей, традиций, норм поведения, что составляет в совокупности корпоративную культуру. Внутренняя среда предприятия во многом определяет эффективность хозяйственно-финансовой деятельности. Анализ внутренней среды, выявление сильных и слабых сторон предприятия имеют большое значение для определения перспектив его развития.

Основные элементы внутренней среды предприятия

- выбор организационно-правовой формы предприятия;
- построение организационной структуры предприятия;
- построение системы внутреннего регулирования хозяйственно-финансовой деятельности;
- планирование;
- ценообразование;
- управление качеством;
- экономическое стимулирование труда;
- инновационную деятельность;
- инвестиционную деятельность;
- организацию контроля управленческих решений;
- использование форм внешней поддержки хозяйственно-финансовой деятельности.

Преимущества планирования для предприятия

Планирование создает для предприятий следующие преимущества:

- подготавливает предприятие к изменениям во внешней среде, т. е. делает возможным использование будущих благоприятных условий, снижает риски, связанные с возможными угрозами;
- улучшает координацию действий внутри предприятия;
- улучшает обеспечение предприятия необходимой информацией;
- способствует рациональному распределению ресурсов;
- формирует обязанности и ответственность работников;
- создает предпосылки для повышения квалификации персонала;
- улучшает контроль.

Основные принципы планирования

Принципы планирования определяют содержание плановой деятельности, правила осуществления процесса планирования.

Основными принципами планирования являются:

1. *Принцип единства (системности)*. Понятие системы означает существование совокупности элементов, взаимосвязи между ними, наличие единого направления развития элементов системы. Планы развития всех структурных подразделений в рамках организации должны представлять собой взаимосвязанную систему, имеющую единую направленность.
2. *Принцип комплексности* предполагает отражение в планах всех направлений хозяйственно-финансовой деятельности организации во взаимосвязи. Этот принцип особенно важен для организаций, осуществляющих разнообразные виды деятельности, имеющих многопрофильное хозяйство.
3. *Принцип непрерывности* предполагает скользящий характер планирования. Планы должны непрерывно приходить на смену друг другу, долгосрочные планы должны уточняться в ходе реализации текущих планов, планирование должно быть постоянным.
4. *Принцип гибкости* связан с принципом непрерывности и заключается в придании плану и процессу планирования способности меняться, адаптироваться к изменениям внешней среды. Изменяется не только внешняя среда, но и представления организации о своих возможностях и целях. Для осуществления принципа гибкости планы должны составляться так, чтобы в них можно было вносить изменения, поэтому необходимы резервы.

5. *Принцип выделения приоритетных направлений развития*, т. е. определения в планах ведущих звеньев, которые требуют первоочередного выделения средств для достижения наибольшей эффективности всей хозяйственно-финансовой деятельности.

6. *Принцип участия* предполагает вовлечение в планирование всех возможных участников процесса функционирования предприятия. В разработке, обсуждении проекта плана, контроле его выполнения должны участвовать руководители, специалисты, трудовые коллективы. Принцип участия имеет очень большое значение. Во-первых, каждый из участников планирования более глубоко вникает в задачи предприятия, получает больше информации о различных сторонах его деятельности. Во-вторых, личное участие всех работников предприятия, в том числе и рядовых, в

процессе планирования приводит к тому, что планы предприятия становятся личными планами работающих, участие в достижении целей предприятия усиливает мотивацию труда, способствует объединению интересов членов коллектива. В-третьих, принцип участия способствует повышению квалификации работников, появлению у них новых навыков, знаний, расширению их личных возможностей. Следовательно, предприятие получает дополнительные ресурсы для решения своих будущих задач.

Виды планирования

По содержанию и форме проявления различают следующие *виды планирования и виды планов.*

1. *С точки зрения обязательности плановых заданий* — директивное и индикативное планирование.
2. *В зависимости от срока, на который разрабатываются планы, и степени детализации плановых расчетов* различают долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное планирование.
3. *По содержанию плановых решений* выделяют стратегическое, тактическое, оперативное и бизнес-планирование

Назначение бизнес-планирования

Бизнес-планирование используется в тех случаях, когда стратегия развития организации предполагает освоение новых видов деятельности, торговлю новыми товарами на новых рынках, создание новых структурных подразделений, осуществление важных проектов

Бизнес-план позволяет оценить целесообразность нововведений, жизнеспособность будущего предприятия. Он конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей развития, позволяет привлечь внимание и интерес потенциальных инвесторов. Бизнес-планы разрабатывают для обоснования решений при новом строительстве, реконструкции предприятий, внедрении новых технологий, создании новых изделий, развитии новых видов деятельности.

Программа и проект

Помимо планов результатами процесса планирования являются программы и проекты.

Программы обычно определяют развитие одного из важных аспектов в деятельности организации и носят целевой характер.

Программа — это система целевых ориентиров развития и планируемых путей их достижения. Появление программ связано с возникновением различных проблем, которые выявляются в ходе предпланового анализа, при разработке и реализации стратегических планов. Программы представляют собой совокупность организационных, технических, финансовых, социальных и других мероприятий, координируемых специально созданными для этой цели подразделениями или группами менеджеров.

На предприятии могут быть разработаны программы совершенствования управления затратами, повышения квалификации персонала, финансового оздоровления и др.

Проекты представляют собой совокупность работ, направленных на решение конкретной задачи в рамках выделенных ресурсов и заданных ограничений. Проекту присущи такие характеристики, как стоимость, объем работ, сроки реализации, ресурсы, требующиеся для осуществления проекта, исполнители, риски проекта и др.

Целевой и ресурсный подход к

планированию деятельности предприятия

Целевой подход основан на определении показателей

хозяйственно-финансовой деятельности, исходя из поставленной цели. Например, целью может быть завоевание определенной доли рынка, исходя из этого планируется объем продаж. При таком подходе ресурсы, необходимые для достижения цели (численность работников, потребность в основных и оборотных средствах), рассчитываются на втором этапе. После расчета потребности в ресурсах в процессе анализа определяют, можно ли достичь цели с имеющимися ресурсами или надо увеличить их величину.

Ресурсный подход предполагает планирование объемов и результатов деятельности предприятий, исходя из имеющихся на начало планируемого периода экономических ресурсов и прогнозируемых показателей эффективности их использования.

Целевой подход в основном используется в долгосрочном и среднесрочном планировании, когда есть время для поиска новых ресурсов и источников их финансирования. Ресурсный подход чаще используется в краткосрочном планировании.

Любой подход реализуется через совокупность конкретных приемов, способов расчетов — методов планирования.

Основные методы планирования

1. *Балансовый метод.* Это наиболее распространенный метод, который позволяет обеспечить необходимые пропорции между различными взаимосвязанными сторонами хозяйственной деятельности.

Различают следующие виды балансов: натуральные, стоимостные, балансы рабочей силы и рабочего времени.

2. *Нормативный метод.* Этот метод основан на использовании в планировании норм и технико-экономических нормативов.

Различают следующие виды норм и нормативов:

- *государственные экономические нормативы*, формирующие определенные условия деятельности предприятий, ставки налогов, минимальный размер оплаты труда, нормальная продолжительность рабочего времени и др.;
- *межотраслевые нормы* действуют в различных сферах и отраслях. Например, нормы эксплуатации и обслуживания отдельных видов оборудования, используемого в разных отраслях;
- *отраслевые нормы*, действующие в пределах определенной отрасли. Например, нормы оснащенности предприятий оборудованием для производства отдельных видов продукции, нормы расхода сырья, материалов на единицу продукции, нормы технологических отходов и др.;
- *нормы и нормативы, разрабатываемые на предприятиях*, — нормы труда (нормы выработки, нормы времени, нормы численности работников и др.), сдельные расценки оплаты труда, нормы запасов сырья, материалов и др.

Разработка норм и нормативов — *нормирование* — является важной составной частью экономической работы на предприятиях всех отраслей. Техно-экономические нормативы как инструмент планирования требуют постоянного совершенствования и корректировки в соответствии с условиями деятельности и задачами предприятия.

3. *Расчетно-аналитический метод* используется при отсутствии норм и нормативов и основан на анализе экономических процессов, расчете влияния различных факторов на показатели хозяйственно-финансовой деятельности предприятия в плановом периоде. При этом большое значение имеет прогнозирование факторов, влияющих на конкретный показатель.

4. *Экономико-статистический метод* характеризуется ориентацией на фактические показатели прошлых периодов, выявлением тенденций развития и перенесением этих тенденций на будущее (экстраполяция). Этот метод может использоваться в краткосрочном и среднесрочном планировании при условии, что выявленные тенденции носят устойчивый характер и в плановом периоде не ожидается резких изменений в конъюнктуре рынка. На практике этот метод используют в сочетании с расчетно-аналитическим методом.

5. *Метод экспертных оценок.* Этот метод используется в тех случаях, когда количественные методы применить невозможно или нецелесообразно. Метод экспертных оценок предполагает получение информации, необходимой для разработки плановых

решений, на основе мнений специалистов-экспертов. Экспертные оценки обычно используют на стадии прогнозирования спроса, конъюнктуры рынка, цен и др.

6. Экономико-математические методы. Используют в тех случаях, когда экономические показатели формируются под влиянием множества взаимозависящих факторов или в условиях неопределенности. Эти методы представляют постановку экономической задачи в математической форме с помощью экономико-математических моделей. В планировании деятельности предприятий наиболее широкое применение нашли методы теории вероятностей и математической статистики (корреляционный и регрессионный анализ, теория массового обслуживания, теория игр), методы математического программирования.

7. Программно-целевой метод. Этот метод используется в основном на макроэкономическом уровне, однако в стратегическом планировании он может быть применен на уровне хозяйствующих субъектов (отдельных организаций, предприятий). На основе разработки целевых комплексных программ планируют решение наиболее важных для организаций проблем — научно-технических, технологических, социально-экономических, организационно-хозяйственных. Разработка целевых комплексных программ предполагает: составление перечня важнейших проблем; определение целей, задач программы по этапам (периодам), конкретных заданий и мероприятий по реализации программы; расчет ресурсного обеспечения программы на основе комплексной оценки затрат (материальных, трудовых, финансовых); оформление программных документов, доведение заданий до исполнителей.

Основные этапы разработки стратегии развития предприятия

- ▣ определение миссии организации, ее предназначения, социально-экономической роли;
- ▣ формулировка стратегических целей организации;
- ▣ анализ внешней среды;
- ▣ анализ внутренних возможностей организации, ее сильных и слабых сторон;
- ▣ разработка и анализ возможных вариантов стратегий (стратегических альтернатив) и выбор стратегии;
- ▣ реализация стратегии;
- ▣ стратегический контроль, оценка стратегии.

Анализ внешней среды предприятия

Анализ внешней среды позволяет выявить благоприятные возможности и угрозы для организации (предприятия) на пути к поставленным целям. Из всей совокупности факторов внешней среды следует выделить те, которые для данной организации являются наиболее важными.

Угрожающими факторами могут выступать: неблагоприятные демографические изменения в регионе, высокие темпы инфляции, высокие налоги, усиление конкуренции, высокие процентные ставки по банковским кредитам, рост цен на энергоносители, средства производства, сырье.

Благоприятными факторами, создающими возможности развития, выступают: рост спроса на товары и услуги, возможности проникновения на новые рынки, ослабление позиций основных конкурентов,

доступность дешевых экономических ресурсов, усиление государственной поддержки инновационных предприятий, малого предпринимательства.

Экономическая стратегия

Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии — наиболее сложный этап, на котором должны быть сформированы следующие виды стратегий: общая, конкурентные (деловые), функциональные.

Основными типами *общей стратегии* являются:

- *стратегия роста*. Это наступательная стратегия, часто через проникновение на новые рынки, усовершенствование ассортимента продукции. Она рассчитана на опережение конкурентов, подавление их за счет сильных сторон организации, внедрения новшеств. Эта стратегия предполагает ежегодное значительное увеличение всех показателей над уровнем предшествующих лет (объемов производства и реализации продукции, доли рынка и др.);
- *стратегия ограниченного роста*. Эта стратегия применяется предприятиями, работающими на стабильных рынках, в рамках традиционных технологий. Цели развития при этом определяются с учетом повышения эффективности использования экономического потенциала и изменений во внешней среде;
- *стратегия стабильности* обычно используется крупными организациями, доминирующими на рынке, обладающими большим запасом прочности и стремящимися сохранить свое положение. Стратегия стабильности предполагает опору на достигнутые показатели, корректировку их в зависимости от прогнозируемых изменений внешней среды. Это наименее рискованный образ действий;

- *стратегия сокращения* используется в периоды спада, когда выживание организации находится под угрозой, при необходимости реструктуризации. Реализация этой стратегии предполагает отказ от нерентабельных, невыгодных видов продукции, излишнего персонала, основных фондов, плохо работающих систем стимулирования продаж и поиск путей повышения эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Стратегия сокращения может быть использована как переходный этап к стратегии роста;

- *комбинированная стратегия* — это сочетание стратегий роста, ограниченного роста, стабильности, сокращений. Эта стратегия может использоваться очень крупными организациями, имеющими разветвленную сеть филиалов, структурные подразделения с разными функциями, дочерние предприятия. При этом в отношении разных видов деятельности и предприятий могут приниматься различные стратегические планы. Например, отдельные филиалы и направления деятельности могут быть ликвидированы (стратегия сокращения), а для других могут быть выбраны стратегии роста.

В конечном счете на стратегический выбор влияют многие факторы, в частности приемлемый уровень риска, прошлый опыт, положение организации на рынке, оценка перспектив, а также интересы руководства организации, финансовые возможности, квалификация персонала и т. п.

Конкурентная стратегия предприятия направлена на формирование конкурентных преимуществ. Различают следующие виды универсальных конкурентных стратегий:

- *преимущество в издержках*. Стратегия снижения издержек производства и обращения позволяет предприятиям быть более свободными в ценообразовании, получать более высокие прибыли;
- *дифференциация товара (услуги)*. Эта стратегия предполагает производство товаров с уникальными свойствами или уникального качества для удовлетворения особых потребностей покупателей. Стратегия дифференциации товара связана с активным поиском и завоеванием рыночных ниш;

- фокусирование продаж. Стратегия фокусирования исходит из того, что одна организация не может быть конкурентоспособной во всех сферах деятельности. Эта стратегия предполагает концентрацию усилий по реализации продукции на определенных рыночных сегментах, для особых групп покупателей или на каком-либо географическом рынке. Выбор той или иной конкурентной стратегии зависит от доли рынка, которую занимает предприятие, масштабов деятельности, возможностей использовать передовые технологии производства и продвижения товаров на рынок и других факторов. Если предприятие занято только одним видом деятельности, то конкурентная стратегия является частью его общей стратегии. Если предприятие имеет в своем составе несколько стратегических хозяйственных подразделений, то для каждого из них может быть разработана своя конкурентная стратегия.

Функциональные стратегии разрабатываются специально для каждой функциональной области предприятия: маркетинговой, производственной, управления персоналом, финансовой и др. Например, маркетинговая стратегия заключается в определении товаров, услуг и рынков, которым они могут быть предложены, и наиболее эффективного состава комплекса маркетинга (исследований рынка, товарной и ценовой политики, каналов распределения и стимулирования продаж). Финансовая стратегия акцентирует внимание на вопросах финансовых показателей стратегического плана, оценке инвестиционных проектов, формировании и распределении финансовых ресурсов.

Понятие инновации

Понятие «инновация» соответствует понятию «нововведение», т. е. введение новшеств. Новшества появляются в результате проведенных научных исследований, сделанных открытий, изобретений в какой-либо области. Инновации — это результат внедрения новшеств с целью получения экономического, социального, экологического и других видов эффекта. Создание и внедрение новшеств в производство требует затрат различных ресурсов, соответственно вложений капитала. В условиях рыночных отношений любые инвестиции осуществляются с расчетом на получение экономического эффекта, прибыли. Инновации связаны с инвестициями повышенного риска, следовательно, предприятие, осуществляющее инновационную деятельность, рассчитывает на высокую прибыль.

Инновационная деятельность предприятия

Инновационная деятельность предприятия строится на основе инновационной политики, которая, в свою очередь, вытекает из стратегии развития предприятия.

Инновационная политика — это общие принципы и совокупность управленческих, технологических, экономических мероприятий, обеспечивающих разработку, создание, внедрение новшеств для формирования конкурентных преимуществ, достижения стратегических целей предприятия.

Что понимается под жизненным циклом предприятия

Любое новшество начинается с зарождения идеи и имеет несколько стадий существования, которые в совокупности составляют его жизненный цикл. *Жизненный цикл инновации* определяется как промежуток времени от зарождения идеи до снятия с производства созданного на ее основе инновационного продукта.

Показатели характеризующие инновационный потенциал предприятия

Для развития инновационной деятельности большое значение имеет *инновационный потенциал предприятия.*

Показателями, характеризующими эффективность инноваций, являются:

- прирост объема производства;
- увеличение доли прироста объемов производства за счет интенсификации использования трудовых, материальных, финансовых ресурсов;
- снижение материалоемкости единицы продукции;
- снижение себестоимости единицы продукции;
- повышение производительности труда;
- рост фондоотдачи;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств;
- прирост прибыли от реализации продукции;
- повышение рентабельности производства.

Признаки классификации инвестиций

1. *По объектам вложения капитала* различают реальные и финансовые инвестиции. *Реальные (капиталообразующие) инвестиции* — это вложения капитала в воспроизводство основных фондов, инновационные нематериальные активы, в прирост запасов товарно-материальных ценностей и другие объекты, связанные с производственной (операционной) деятельностью предприятия или улучшением условий труда персонала. *Финансовые инвестиции* — это вложения капитала в различные финансовые инструменты (в основном в ценные бумаги).
2. *По характеру участия в процессе инвестирования* выделяют прямые и непрямые инвестиции. *Прямые инвестиции* — это прямое участие инвестора в выборе объекта инвестирования и вложение капитала. *Непрямые инвестиции* — вложения капитала через финансовых посредников.
3. *По воспроизводственной направленности* различают валовые, реновационные и чистые инвестиции.

Валовые инвестиции — это общий объем капитала, инвестируемого в воспроизводство основных фондов и нематериальных активов в определенном периоде. *Реновационные инвестиции* — вложение капитала в простое воспроизводство основных фондов и амортизируемых нематериальных активов (объем этих инвестиций обычно соответствует сумме амортизационных отчислений в определенном периоде). *Чистые инвестиции* — вложение капитала в расширенное воспроизводство основных фондов и нематериальных активов.

4. *В зависимости от периода осуществления различают краткосрочные (на период до одного года) и долгосрочные инвестиции (на период более года).*

Основной формой краткосрочных инвестиций являются краткосрочные финансовые вложения, а долгосрочных — капитальные вложения в воспроизводство основных фондов.

5. *В зависимости от формы собственности выделяют частные, государственные, иностранные, смешанные инвестиции.*

6. *По уровню доходности выделяют: высокодоходные, среднедоходные, низкодоходные инвестиции. Кроме того, могут быть бездоходные инвестиции, осуществляемые с целью получения социального, экологического или другого внеэкономического эффекта.*

7. *По уровню риска различают следующие виды инвестиций: инвестиции с низким уровнем риска потери капитала или ожидаемого дохода, со средним уровнем риска, с высоким уровнем риска, например венчурные (инвестиции в инновации), спекулятивные (инвестиции в проекты, инструменты, по которым ожидается очень высокий уровень инвестиционного дохода).*

Источники финансирования инвестиционной деятельности

Источниками формирования инвестиционных ресурсов предприятий выступают *собственные и заемные средства*. Собственные инвестиционные ресурсы могут формироваться за счет внутренних и внешних источников. Внутренние источники формирования инвестиционных ресурсов предприятия — это нераспределенная прибыль, амортизационные отчисления, а также средства от продажи выбывающих основных средств и других активов. Внешние источники формирования собственных инвестиционных ресурсов предприятия — это эмиссия акций (для акционерных обществ), ассигнования из бюджетов разных уровней на безвозмездной основе (используют государственные предприятия), безвозмездная финансовая помощь, целевые поступления из частных фондов и т. п.

Источниками заемных инвестиционных ресурсов могут быть: долгосрочные кредиты банков, государственные целевые и льготные кредиты, долгосрочные займы, эмиссия облигаций.

Основные этапы формирования инвестиционной политики

- определение целей инвестиционной деятельности исходя из стратегии развития предприятия;
- анализ внешней инвестиционной среды, конъюнктуры инвестиционного рынка и потенциала предприятия;
- обоснование направлений инвестирования;
- выбор типа политики формирования инвестиционных ресурсов по источникам их формирования;
- выбор типа инвестиционной политики по критерию рискованных предпочтений;
- определение критериев эффективности инвестиционной деятельности.

Основные направления инвестиций в форме капитальных вложений

Для предприятий наибольшее значение имеют реальные инвестиции в форме капитальных вложений, направляемые:

- на повышение эффективности деятельности предприятия. Эти инвестиции связаны с заменой устаревшего оборудования, переобучением персонала;
- на расширение существующего производства для уже сформированных рынков;
- в создание новых производств, освоение новых технологий, выпуск новых товаров;
- на приведение производства в соответствие с новыми экологическими нормами, требованиями к безопасности и качеству продукции.

Инвестиционная деятельность осуществляется на основе разработки инвестиционных проектов. *Инвестиционный проект* представляет собой план, программу мероприятий, направленных на осуществление капитальных вложений с целью получения конкретных результатов.

Методы оценки эффективности инвестиционных проектов

Эффективность капитальных вложений оценивается на основе сопоставления объемов инвестиционных затрат, с одной стороны, и сумм и сроков возврата инвестированного капитала — с другой.

Простыми методами оценки эффективности капитальных вложений являются расчеты срока их окупаемости и коэффициента эффективности (рентабельности). Если прибыль от проекта распределяется равномерно по годам, то *срок (период) окупаемости капитальных вложений* определяется делением суммы инвестиционных затрат на величину годовой чистой прибыли. При неравномерном поступлении прибыли срок окупаемости определяют прямым подсчетом числа лет, в течение которых чистая прибыль возместит инвестиционные затраты в проект.

Коэффициент эффективности капитальных вложений — это показатель, обратный сроку окупаемости, т. е. представляет собой отношение величины годовой чистой прибыли от реализации проекта к сумме инвестиционных затрат. Коэффициент эффективности капитальных вложений должен соответствовать или превышать показатель рентабельности вложенного капитала, в противном случае инвестиционный проект не может считаться эффективным.

Более сложными методами оценки эффективности капитальных вложений являются *дисконтные методы*. Эти методы, как правило, используют для оценки эффективности крупных инвестиционных проектов.