

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ВНЕШНЕГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2017 Баранова В.В., Агузаров Д.Л.

Самарский университет государственного управления
Международный институт рынка, г. Самара, Россия

В статье рассматриваются методы прогнозирования дополнительного финансирования организации. Метод процента от продаж - один из самых простых и эффективных методов финансового прогнозирования предприятия. С помощью данного метода можно определить потребность внешнего финансирования, участие финансовых структур организации в будущих финансовых операциях и прогнозирование прибыли.

Предложены этапы расчетов показателей, участвующих в расчете прогнозируемой потребности во внешних финансовых ресурсах, проанализированы преимущества данного метода и рассмотрены возможные пути совершенствования расчетов. Предложено применение методов стратегического анализа для выбора источников финансирования.

Ключевые слова: прогнозируемый объем продаж, методы прогнозирования, капитал, оценка, финансовые риски, прибыль, источники финансирования.

Менеджмент, как в частных, так и в общественных организациях, а также как в производственных, так и в обслуживающих организациях, обычно работает в условиях неопределенности или риска. Наиболее важным инструментом ведения бизнеса является прогнозирование финансовых потребностей и финансового результата. Прогноз является отправной точкой для планирования, а его цель – снизить риск при принятии решений.

В бизнесе прогнозы являются основой для планирования мощности, планирования производства и инвентаризации, планирования необходимой рабочей силы, планирования продаж и доли рынка, финансового планирования и бюджетирования, планирования исследований и стратегического планирования высшего руководства. Прогнозы продаж являются особенно важным аспектом многих видов деятельности по управлению финансами, включая бюджеты, планирование прибыли, анализ капитальных затрат и т.д.

Финансовое прогнозирование – важный элемент планирования, являющийся основой для деятельности по составлению бюджета. Оно необходимо при оценке будущих потребностей в финансировании. Финансовое прогнозирование представляет оценку возможных финансовых последствий принимаемых реше-

ний и внешних факторов, влияющих на результаты деятельности компании. Отправной точкой финансового прогнозирования является прогноз продаж и соответствующих им расходов. Конечной точкой и целью данного вида моделирования является расчет потребностей в дополнительном финансировании.

Главная задача финансового прогнозирования состоит в определении дополнительных потребностей финансирования, которые появляются вследствие увеличения объемов реализации товаров или предоставления услуг.

Компания может использовать внутреннее или внешнее финансирование. Внутреннее финансирование относится к денежным потокам, генерируемым обычной операционной деятельностью компании. Внешнее финансирование относится к капиталу, предоставленному сторонами, внешними по отношению к компании.

Существует два основных метода финансового прогнозирования: метод бюджетирования и метод «процента от продаж».

Сущность бюджетирования состоит в разработке взаимосвязанных планов производственно-финансовой деятельности организации, ее подразделений исходя из текущих и стратегических целей функционирования, контроля за выполнением этих планов, в ис-

пользовании корректирующих воздействий на отклонения от параметров их исполнения. В информационном отношении бюджетирование – это система, интегрирующая результаты процессов планирования, учета, контроля и анализа стоимостных показателей деятельности организации.

Составление регулярных производственных и финансовых планов (бюджетов) является важнейшей частью планово-аналитической работы предприятия, поскольку способствует уменьшению нерационального использования средств благодаря своевременному планированию хозяйственных операций, товарно-материальных и финансовых потоков, а также контролю за их реальным осуществлением.

На сегодняшний день бюджетирование представляет собой целостную систему, включающую все основные вопросы: от обоснования целей и задач до контроля его исполнения на всех стадиях.

Бюджетирование присутствует в любой эффективной системе управления хозяйствующим субъектом и позволяет видеть четкую картину будущей деятельности.

Метод «процент от продаж» позволяет вывести каждый элемент планового баланса и отчета о прибылях и убытках исходя из запланированной величины продаж. Метод «процент от продаж» показывает, насколько необходимо предприятию дополнительное финансирование. Применение метода процента от продаж поможет в определении необходимой величины внешнего финансирования.

Расчет величины необходимого внешнего финансирования производится в тех случаях, когда мощности предприятия (его основной капитал) оказываются недостаточными для увеличения объема продаж и необходимы дополнительные вложения в основной капитал.

Зачастую именно прогнозы будущих продаж и связанных с ними расходов предоставляют фирме информацию для прогнозирования будущих потребностей во внешнем финансировании. Рассмотрим более детально метод процента от продаж, с помощью которого можно определить потребность внешнего финансирования, участие финансовых структур организации в будущих финансовых операциях и прогнозирование прибыли.

Процент продаж является наиболее широко используемым методом для прогнозирования

финансовых потребностей компании. Этот метод предусматривает оценку тех или иных расходов, активов и обязательств на будущий период в виде процента от продаж в течение предстоящего периода, а затем эти проценты используются вместе с прогнозируемыми продажами для составления финансового отчета.

Прогнозирование будущих продаж и связанные с ними расходы предоставляют фирме информацию, важную для прогнозирования финансовых результатов и необходимых ресурсов [6]. Рассмотрим основные этапы прогнозирования:

1. Необходимо спроецировать возможные будущие продажи, это является первым наиболее важным шагом.

2. Определение дополнительных переменных, например расходов.

3. Оценка уровня инвестиций в текущие и основные средства, необходимые для поддержки продаж.

4. Расчет финансовых потребностей фирмы. Данная методика состоит в следующем:

во-первых, переменные расходы, оборотные активы и краткосрочные обязательства при наращивании выручки (нетто) от продаж на определенное количество процентов увеличиваются в среднем на столько же процентов, что означает и оборотные активы, и краткосрочные обязательства будут составлять в прогнозируемом периоде прежний процент от выручки (нетто) от продаж;

во-вторых, процент увеличения стоимости основных средств рассчитывается под заданный процент наращивания выручки (нетто) от продаж с учетом технологии производства, а также наличия неиспользуемых или используемых не в полной мере основных средств на начало периода прогнозирования, степенью их физического и морального износа и т. п.

Остальные внеоборотные активы (за исключением основных средств) берутся в прогноз неизменными. Долгосрочные обязательства также берутся в прогноз неизменными, как и элементы собственного капитала.

Нераспределенная прибыль прогнозируется с учетом прогнозируемых нормы прибыли и нормы распределения чистой прибыли на дивиденды.

Следующий пример иллюстрирует, как составить финансовый баланс и определить объем необходимого внешнего финансирования.

Предположим, что продажи предприятия за 2016 год равны 20 млн руб., прогнозируемые продажи за 2017 год вырастут и будут равны 24 млн рублей, чистая прибыль - 5% от про-

даж. Возьмем коэффициент выплаты дивидендов равным 40%. Методика поэтапного расчета прогнозного баланса на конец следующего года представлена в табл.1.

Таблица 1 - Прогнозный баланс на конец будущего года

(в млн руб.)	Текущий период	Процент от продаж за текущий период	Ожидаемые продажи
Активы			
Оборотные активы	2	20	2.4
Основные средства	4	20	4.8
Всего активов	6		7.2
Обязательства и капитал			
Текущие обязательства	2	20	2.4
Долгосрочные обязательства	2.5	н/а	2.5
Всего обязательства	4.5		4.9
Выплаченный капитал	0.3	н/а	0.3
Нераспределённая прибыль (А)	1.2		1.92
Капитал	1.5		2.22
Всего обязательств и акционерный капитал	6		7.12
Прогнозируемое внешнее финансирование (В)			0.08

В первую очередь необходимо выделить те статьи баланса, которые напрямую зависят от продаж в процентах от объема продаж. Любое значение, например такое, как долгосрочная задолженность, которая не зависит напрямую от продаж, обозначена в таблице. Далее полученные проценты умножаются на прогнозируемые продажи 2017 года равные, 24 млн руб. для получения прогнозируемых сумм, как показано в последнем столбце.

Нераспределенная прибыль 2017 рассчитывается следующим образом:

нераспределенная прибыль 2016 + прогнозируемые чистые доходы - выплаченные дивиденды:

$$1,2 + 5\% (24) - 40\% [5\% (24)] = 1,2 + 1,2 - 0,48 = 2,4 - 0,48 = 1,92$$

Необходимое внешнее финансирование рассчитывается следующим образом:

прогнозируемые общие активы - (прогнозируемые общие обязательства + прогнозируемый капитал)

$$7,2 - (4,9 + 2,22) = 7,2 - 7,12 = 0,08$$

Далее вводим значения для долгосрочных обязательств, обыкновенных акций и оплаченного капитала из баланса 2016 года.

Вычисляем нераспределенную прибыль за 2017 год, как проиллюстрировано в таблице (1).

Далее обходимо суммировать счета активов. В нашем примере получаем общий объем прогнозируемых активов в размере 7,2 млн руб., а также добавленные к ним прогнозируемые обязательства и собственный капитал, что в итоге дает 7,12 млн руб. общего необходимого финансирования. Так как обязательства и капитал должны составлять 7,2 млн руб., то прогнозируется только

7,12 млн руб., возникает дефицит в размере 0,08 млн руб.

Хотя прогноз наличия дополнительных средств может быть сделан путем создания такой формы расчета баланса, как описано выше, часто проще использовать следующую формулу для расчета внешнего финансирования:

требуемая сумма дополнительного внешнего финансирования:

$$EFN = (A/S)\Delta S - (L/S)\Delta S - (PM)(PS)(1-d),$$

где :

A/S – активы, увеличивающиеся с продажами (как процент от продаж);

L/S – обязательства, увеличивающиеся с продажами (как процент от продаж);

ΔS – изменение объема продаж;

PM– прибыль от продаж;

PS–прогнозируемый объем продаж;

d – соотношение дивидендных выплат.

Исходные данные для расчетов:

$$A/S = 6/20 = 30\%;$$

$$L/S = 2/20 = 10\%;$$

$$\Delta S = (24 - 20) = 4;$$

$$PM = 5\%; PS = \$24;$$

$$d = 40\%.$$

Используем данные вычисления в формуле:

$$EFN = 0.3(4) - 0.1(4) - (0.05)(24)(1 - 0.4) = 1.2 - 0.4 - 0.72 = 0.08$$

Таким образом, объем внешнего финансирования составляет 800 000 рублей.

Основным преимуществом метода финансового прогнозирования в процентном отношении является то, что он простой и не требует больших ресурсных затрат в использовании. Двумя важными предпосылками, лежащими в основе использования метода, являются следующие:

1. Фирма работает на полную мощность. Это означает, что компания не имеет достаточных производственных мощностей для поглощения прогнозируемого увеличения продаж и, следовательно, требует дополнительных инвестиций в активы, поэтому этот метод следует использовать с особой осторожностью, если есть избыток в активах.

2. При применении метода прогнозирования процентных продаж отношение активов к продажам должно быть постоянным. Если текущее состояние активов считается оптимальным для текущего уровня продаж, то

есть если активы эффективно используются, то отношение активов к продажам является постоянным.

Однако при его применении исходят из того, что предприятие работает на полную мощность и, следовательно, не имеет внутрипроизводственных резервов для обеспечения планируемого увеличения объема продаж, в связи, с чем возникает необходимость в дополнительном внешнем финансировании. Этот метод должен применяться с особой осторожностью, если предприятие такие резервы имеет.

Руководство и внешние пользователи используют этот метод для анализа эффективности компании и определения ключевых показателей улучшения или признаков того, что компания может столкнуться с финансовыми проблемами со временем. Например, кредиторы могут сравнить процентные расходы с продажами, чтобы определить возможность компании обслуживать свой долг. Если расходы растут в связи с продажами каждый год, кредиторы могут предположить, что компания не может поддерживать свою деятельность с текущими денежными потоками и вынуждена брать дополнительные кредиты. Это плохой тренд, но следует иметь в виду, что этот метод является всего лишь отправной точкой для анализа финансовой отчетности [2].

После того как сделан прогноз дополнительного финансирования, требуется определить источники финансирования, от выбора которых зависит финансовое состояние предприятия. Что использовать? Облигационный и вексельный займы, акции, банковское кредитование, финансовый лизинг? От этого выбора будет зависеть финансовая устойчивость и ликвидность предприятия, финансовые показатели, возникновение финансовых рисков [3].

Финансовые риски на предприятии тесно связаны с принятием управленческих решений в условиях неопределенной внешней бизнес-среды. Результаты управления финансовыми рисками предприятия зависят как от понимания высшими менеджерами компании тех процессов, которыми они должны управлять, так и от знания факторов управления риском в модели управления [4,5]. Финансовые риски не должны оставаться без

внимания и требуют активного управления, в противном случае это может сказаться на финансовом имидже компании [1].

Выбор источников финансирования предполагает разработку финансовой стратегии, которую целесообразно начинать с выявления внешних и внутренних факторов, способных значительным образом повлиять на

организацию. Для этого можно использовать методы стратегического анализа, одним из которых является SWOT-анализ, который находит применение во всех областях, в том числе и в финансовом менеджменте.

Составим SWOT-матрицу для использования финансового лизинга (табл. 2).

Таблица 2 - SWOT-анализ использования финансового лизинга

Сильные стороны	Слабые стороны
- увеличение производственного потенциала; - совершенствование технологии производства; - нет необходимости брать банковский кредит; - рост доходов	- отсутствие квалифицированного персонала для работы с оборудованием, приобретенным в лизинг; - возможные перерывы в предпринимательской деятельности; - просчеты в маркетинговой стратегии
Возможности	Угрозы
- обновление основных средств; - досрочный выкуп имущества; - увеличение оборотного капитала; - оптимизация налогообложения; - экономия на налогах; - реструктуризация графика лизинговых платежей	- ответственность за имущественные риски; - снижение спроса на продукцию, выпускаемую на лизинговом оборудовании; - недобросовестность контрагентов; - нарушение договорных условий лизингодателя

Анализ факторов внутренней финансовой среды призван характеризовать не только объем финансового потенциала предприятия, но и эффективность его использования. Исследование факторов внутренней финансовой среды в процессе разработки финансовой стратегии предприятия традиционно базируется на

SWOT-анализе, направленном на выявление сильных и слабых сторон финансовой деятельности предприятия [3].

Стратегический финансовый анализ внешней финансовой среды непосредственного влияния проводится по направлениям финансового развития компании (табл. 3).

Таблица 3 - Внешние факторы непосредственного влияния

Направления стратегического финансового развития предприятия	Возможности развития		Угрозы развитию	
	Фактор	Влияние	Фактор	Влияние
I. Возможности формирования финансовых ресурсов организации				
Возможности использования внутренних финансовых ресурсов	Формирование учетной и налоговой политики	+3	Сокращение сроков поставщиками коммерческого кредита	-3
Использование привлеченного капитала	Положительная динамика рынка ценных бумаг	+1		
Использование заемного капитала	Лояльная кредитная политика банка	+2	Ужесточение требования по обеспеченности кредитов	-4

	Рост банковской конкуренции	+2		
	Дифференциация кредитной линейки	+4		
II. Требования финансовой безопасности организации				
Требование ликвидности и платежеспособности	Устойчивые связи с покупателями	+4	Рост дебиторской и кредиторской задолженностей	–5
Требование финансовой устойчивости	Предложения финансового рынка	+2		
Степень финансовых рисков и управление ими	Опыт передовых компаний по внедрению системы управления рисками	+2	Ненадежные контрагенты	–2
	Страхование предпринимательских рисков	+2	Снижение платежной дисциплины покупателей	- 3
			Налоговое бремя	- 2
III. Качественная оценка управления финансовой деятельностью организации				
Качество финансового управления	Использование возможностей финансового рынка	+2		
Достаточность информационного обоснования управленческих финансовых решений	Расширение коммуникативных связей с финансовыми контрагентами	+4	Низкая степень прозрачности контрагентов компании и финансового рынка	–3
Уровень современных технологий и инструментов финансового менеджмента	Применение прогрессивных финансовых моделей	+3	Риски от отказа использования современных инструментов финансового менеджмента	–3
Эффективность организации финансовой работы	Внедрение эффективной финансовой структуры	+3	Неэффективные связи предприятия с контрагентами в финансовой сфере	–3

Последующим шагом должно стать осуществление комплексной оценки стратегической финансовой позиции предприятия. Комплексная оценка интегрирует результаты анализа всех видов финансовой среды функционирования предприятия. Для того чтобы определить возможные стратегические направления финансового развития компании, составляется матрица, в которой отражаются все факторы внутренней и внешней финансовой среды, получившие наивысшие баллы при оценке влияния их на стратегическое финансовое развитие предприятия.

Матрица возможных стратегических направлений в сфере финансов удобна для дальнейшей работы по выбору и оценке возможных путей финансового развития компании, поскольку интегрирует результаты всех исследований внутренней и внешней финансовой среды.

Для принятия наиболее эффективных решений по управлению финансами организации, ведущих к достижению основной цели финансового менеджмента, требуется грамотно организованный стратегический управленческий учет финансовых потоков [7].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Баранова В.В. К вопросу о финансовом имидже предприятия// Вестник Международного института рынка. 2015. №1. С.26-32.
2. Баранова В.В., Сыщикова Т.Л. Дифференцированный подход к интерпретации бухгалтерского баланса//Вестник Международного института рынка. 2016 №1. С.8-16.
3. Горбунова О.А., Сталькина У.М., Чайковская А.А. Использование инструментов стратегического анализа для повышения конкурентоспособности организации//Вестник Международного института рынка. 2017. №1. С.19-29.
4. Зуева Д.С., Пичугин С.М. Методы управления финансовыми рисками. Современные проблемы науки и образования: вопросы теории и практики//Материалы Международной научно-практической конференции ЧОУ ВО «СИ ВШПП», НИЦ «Поволжская научная корпорация».
5. Зуева Д.С., Пичугин С.М. Понятие и сущность финансового риска. Современные проблемы науки и образования: вопросы теории и практики//Материалы Международной научно-практической конференции ЧОУ ВО «СИ ВШПП», НИЦ «Поволжская научная корпорация».
6. Крылов С.И. Финансовое состояние коммерческой организации: анализ и управление. Теория, методика и практика: Монография. Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2012.С.
7. Сыщикова Т.Л. Учетная политика организации как инструмент финансового планирования//Вестник Международного института рынка. 2017 №1. С.52-56.

FORECASTING OF ADDITIONAL EXTRANEIOUS FUNDING OF ORGANIZATION

© 2017 Vera V. Baranova, Denis L. Aguzarov

Samara University of Public Administration “International Market Institute”, Samara, Russia

The article considers methods how to forecast additional financing of the organization. The percentage-of-sales method is one of the simplest and most effective methods of financial forecasting of an enterprise. Using this method, you can determine the need for external financing, the participation of financial structures of the organization in future financial transactions and forecasting profits.

The authors suggested the steps for calculating the indicators involved in calculating the forecasted need for external financial resources, analyzed the advantages of this method and considered possible ways of improving the calculations. To select the financial sources the authors suggest applying the methods of strategic analysis.

Keywords: predicted sales result, forecasting methods, capital, estimating, financial risks, profit, financing sources.