# 

**Содержание**

**Введение** 3

1. Финансовое планирование и прогнозирование 5

2. Теоретические основы прогнозирования 8

2.1. Сущность прогноза и его роль в деятельности фирмы 8

## 2.2.Типы и виды прогнозов 9

# 3. Методы, цели финансового прогнозирования 12

## 3.1. Классификация методов 12

# Заключение 18

# Список литературы 19

# Введение

Переход российских предприятий от централизованно-плановой системы хозяйствования к рыночной ставит вопрос о необходимости нового подхода к финансовому планированию и прогнозированию хозяйствующих субъектов. Российские предприятия имеют большой опыт плановой прогнозной работы, разработки различных технико-экономических обоснований, оценок экономической эффективности проектов, который не следует игнорировать. Однако, современная ситуация требует смещения акцента с производственной стороны проектов на рыночную. Необходима оценка финансового планирования и прогнозирования, платёжеспособного спроса на продукцию, состояния конкуренции, анализа экономической и финансовой устойчивости и результативности.

В структуре финансовых взаимосвязей народного хозяйства финансы предприятий занимают исходное, определяющее положение, так как обслуживают основное звено общественного производства, где создаются материальные и нематериальные блага и формируется преобладающая масса финансовых ресурсов страны.

Современные прогнозы и планы отличаются от прошлых, прежде всего, методологией обоснования. Повышение уров­ня обоснования прогнозов свидетельствует о накопленном и используемом человечеством опыте научного подхода к разработке образа будущего. Творческое усвоение опыта — залог успеха в любой области деятельности. Если же рассматривать конкретно экономику, то результаты прогнозирования и планирования в различных сферах деятельности зависят прежде всего от правильного понимания законов и тенденций экономических и финансовых отношений, хорошего знания и учета условий функционирования конкретного субъекта хозяйствования и, наконец, от обоснованного отражения указанных выше двух составляющих в экономических расчетах.

Основная цель прогнозирования состоит в том, чтобы получить возможность оценивать работу компании как «удачную» или «неудачную» не по тем показателям (прибыли, рынкам, дивидендам), которые есть, а по тем, которые потенциально могли бы быть.

Выбор методов, используемых при прогнозировании, зависит только от квалификации аналитики. Это могут быть как сложные математические модели, так и интуитивные выводы. Главное, чтобы конечный результат, полученный в результате использования этих методов, как можно более точно описывал реальную ситуацию.

Главное в прогнозе - это точность отражения в нем объективной жизни, в т.ч. разнообразных ее проявлений. Однако экономическая среда постоянно меняется, испыты­вая влияние множества различных взаимодействующих и порой исключающих друг друга факторов. Поэтому все усилия должны быть направлены на непрерывное приспо­собление объекта хозяйствования к изменяющимся условиям. Вероятностный характер прогноза всегда делает его многовариантным.

**1. Финансовое планирование и прогнозирование**

Важными направлениями работы финансового менеджера являются финансовое планирование и прогнозирование. План и прогноз ‑ понятия не тождественные, каждый из них как инструмент управления выполняет свою роль

Под *финансовым планированием* понимается процесс создания множества планов по привлечению и использованию денежных средств, в том числе капитала, как долгосрочного финансового источника. Целями финансового планирования являются

1) фиксирование источника получения денежных средств,

2) оценка платы за этот источник,

3) обеспечение использования денежных средств с учетом возможности выплат за использование.

Финансовое планирование является координирующей основой обеспечения основной цели функционирования корпорации ‑ максимизации благосостояния владельцев капитала (для акционерного общества ‑ акционеров).

Последовательность финансового планирования включает следующие пять основных стадий:

*1. Долгосрочное целеполагание.* С учетом конкретного этапа развития хозяйствующего субъекта и степени развитости экономической системы (переходные системы накладывают отпечаток на целеполагание) основная цель ‑ максимизация благосостояния владельцев капитала ‑ достигается с помощью обширного набора долгосрочных и краткосрочных целевых установок: формирования структуры владельцев капитала (возможный передел собственности); формирования целевой структуры капитала; обеспечения ликвидности ценных бумаг корпорации; оптимизации размера капитала; выбора между внешним (слияние и поглощение) и внутренним ростом капитала.

2. *Составление долгосрочных финансовых планов.* Долгосрочные планы описывают не только то, что корпорация ставит целью достичь, но и каким образом. Финансовый прогноз (как правило, на срок от 2 до 10 лет) на этом этапе является необходимым элементом финансового плана. Основное внимание в долгосрочных финансовых планах уделяется обоснованию выбора инвестиционных проектов, планированию инвестиционных затрат по годам, выбору источников привлечения дополнительного внешнего капитала и программ обеспечения этого источника.

3. *Составление краткосрочных финансовых планов* включает формирование краткосрочных программ финансирования (на 1-2 года), принятие решений по оборотному капиталу и планирование объемов текущих активов. Основой краткосрочного финансового планирования является прогноз денежных потоков.

4. *Обоснование отдельных статей расходов* (или так называемый процесс индивидуального бюджетирования). Любой план действий (любое решение) должно сопровождаться сметой расходов (составлением бюджета). Бюджет определяет потребность в ресурсах для достижения конкретного результата и служит в качестве ориентира для сравнения и оценки реальных затрат.

5. *Разработка консолидированного бюджета.* Индивидуальные бюджеты объединяются в единый консолидированный бюджет, на основе которого могут быть оценены денежные потоки (поступления и расходы (оттоки) денежных средств) и разработаны планы финансовых показателей.

Отличие *финансового прогнозирования* от финансового планирования заключается в том, что при прогнозировании оцениваются возможные будущие финансовые последствия принимаемых решений и внешних факторов, а при планировании фиксируются финансовые показатели, которые корпорация стремится получить в будущем.

Под финансовым прогнозированием понимается процесс оценки некоторых будущих финансовых событий или условий функционирования. В большинстве случаев финансовое прогнозирование начинается с прогноза реализационного дохода (объема продаж). Это не простой процесс, так как зависит от многих внешних и внутренних факторов. Внутренними факторами, влияющими на прогнозные оценки являются ценовая политика, наличие производственных мощностей и возможности их расширения, возможности продвижения и рекламы продукции, гарантийное обслуживание и обеспечение качества. Внешними факторами являются конкуренция, положение отрасли, общеэкономические факторы (инфляция, процентная ставка и т.п.).

Прогнозирование включает три основных этапа.

1. *Выявление специфических финансовых показателей, определяющих наиболее вероятностный прогноз.* Обычно объем продаж и величина реализационного дохода являются первыми показателями, так как реализационный доход ‑ один из важнейших элементов финансового планирования.

2. *Выбор приемлемого метода прогнозирования.* Методыфинансового прогнозирования широко варьируются используемыми допущениями и используемыми данными. Не всегда сильно формализованные методы обеспечивают наилучший результат. Выбор осуществляется не по степени учета всех факторов, а по приемлемости применительно к конкретной ситуации, потребностям и возможностям финансового менеджера. Методы прогнозирования могут быть разбиты на два принципиальных класса: субъективные и объективные. Субъективные методы базируются на интуиции и мнениях. Например, объем продаж и реализационный доход могут быть оценены на основе мнения одного высококвалифицированного эксперта или на основе оценок множества менеджеров по продажам. Объективные методы базируются на конкретных показателях и проведении анализа. Среди объективных методов: трендовое прогнозирование, метод доли реализационного дохода (percent of sales method), статистические методы (регрессионные модели, модели средних показателей, метод «затраты ‑ выпуск»).

3. *Проверка предположений, используемых при прогнозировании.* Все прогнозы базируются на тех или иных предположениях. Например, наиболее часто используется предположение, что финансовые показатели по прошлым годам являются верными индикаторами будущих показателей. Финансовый менеджер должен оценить корректность выбранных предположений и провести анализ чувствительности финансовых результатов к изменению предположений. Необходимо также включить в рассмотрение внешние и внутренние факторы, выпавшие из поля зрения в используемых методах прогнозирования.

Прогноз перспектив финансового состояния предприятия имеет значение и для внешних пользователей экономической информации. В их число входят банки, которые в процессе кредитования обеспечивают финансовыми ресурсами предприятие ‑ заемщика, заинтересованы в своевременном погашении кредита, имеют доступ к текущей финансовой отчетности клиентов и возможности для анализа и прогнозирования. По опыту западных стран можно сказать, что в банках проводится значительная работа по прогнозированию банкротства предприятий.

**Отличие финансового прогнозирования от финансового планирования** заключается в том, что при прогнозировании оцениваются возможные будущие финансовые последствия принимаемых решений и внешних факторов, а при планировании фиксируются финансовые показатели, которых компания стремится достичь в будущем.

Финансовое прогнозирование представляет собой основу для финансового планирования на предприятии (т.е. составления стратегических, текущих и оперативных планов) и для финансового бюджетирования (т.е. составления общего, финансового и оперативного бюджетов). Отправной точкой финансового прогнозирования является прогноз продаж и соответствующих им расходов; конечной точкой и целью - расчет потребностей во внешнем финансировании.

2. Теоретические основы прогнозирования

## 2.1. Сущность прогноза и его роль в деятельности фирмы

В экономической науке даются различные определения понятий “прогноз” и “прогнозирование”, предлагаются различные варианты классификации методов прогнозирования. Так С. Вишнев, понимает под прогнозом "… объективно научно обоснованное суждение, направленное на уменьшение неопределенности будущего и имеющее целью выбор наиболее рациональных практических решений". По мнению Э. Янча: "Прогноз - вероятностное утверждение о будущем с относительно высокой степенью достоверности". Мотышина М.С. определяет прогноз как "… вероятностное научно обоснованное суждение о перспективах возможного состояния того или иного явления в будущем и (или) об альтернативных путях и сроках их осуществления".[[1]](#footnote-1)

Как и планирование, прогнозирование - это род предвидения, поскольку имеет дело с получением информации о будущем. Вместе с тем между планированием и прогнозированием существуют серьезные различия.

Известный отечественный футуролог И.Бестужев-Лада разделил прогнозирование и планирование как предсказание и предуказание.

Предсказание, к которому относится прогнозирование, предполагает описание возможных или желательных аспектов, состояний, решений, проблем будущего. Помимо формального, основанного на научных методах прогнозирования к предсказанию относятся предчувствие и предугадывание. Предчувствие - это описание будущего на основе эрудиции, работы подсознания. Предугадывание использует житейский опыт и знание обстоятельств.[[2]](#footnote-2)

В широком плане, как научное прогнозирование, так и предчувствие и предугадывание входят в понятие "прогнозирование деятельности фирмы".

Предуказание, включающее в себя планирование и его элементы - целеполагание, программирование, проектирование, основано на принятии решении о проблемах, выявленных на стадии предсказания, на учете всех критических аспектов будущего.

Прогноз - это результат процесса прогнозирования, выраженный в словесной, математической, графической или другой форме суждения о возможном состоянии фирмы и ее среды в будущий период времени

Таким образом, в предвидении будущего фирмы прогнозирование, с одной стороны, предшествует планированию, а с другой - является его составной частью, используется на разных стадиях осуществления деятельности по планированию:

1. применяется на этапе анализа среды и определения предпосылок для формирования стратегии фирмы (как общей, так и функциональной, например финансовой);

2. осуществляется на стадии реализации планов для оценки возможных результатов и их отклонения от плановых показателей и имеет целью организацию дополнительных управляющих воздействий на ликвидацию отклонений.

По своему составу прогнозирование шире планирования, так как включает не только показатели деятельности фирмы, но и разнообразные данные о ее внешней среде.

## 2.2.Типы и виды прогнозов

Для предсказания будущего фирмы используются следующие типы прогнозирования.

1. Прогнозирование, основанное на творческом видении будущего, использует субъективное знание прогнозиста, его интуицию. Часто прогнозы такого рода имеют формы "утопий" или "антиутопий" - литературных описаний вымышленного будущего. Несмотря на кажущуюся отдаленность от мира экономики, подобные произведения являются хорошим дополнением к сухому, количественному прогнозу. Недаром для обоснования своих идей некоторые известные отечественные экономисты использовали не только научные теории, но и литературные утопии (см. "Красную Звезду", "Путешествие моего брата Алексея в страну крестьянской утопии" А. Чаянова).

Прогнозирование, основанное на творческом видении, может использоваться для непосредственного предсказания менеджерами и другими участниками экономической организации будущих результатов ее деятельности.

2. Поисковое прогнозирование - способ научного прогнозирования от настоящего к будущему. Прогнозирование начинается от сегодняшнего дня, опирается на имеющуюся информацию и постепенно проникает в будущее.

Поисковое прогнозирование может быть двух видов:

• традиционным, или экстраполятивным;

• новаторским - альтернативным.

Экстраполятивный подход предполагает, что экономическое и прочее развитие происходит гладко и непрерывно, поэтому прогноз может быть простой проекцией (экстраполяцией) прошлого в будущее.

Экстраполятивный подход означает, во-первых, оценку прошлых показателей деятельности фирмы и тенденций их развития (трендов) и, во-вторых, перенесение этих тенденций в будущее.

Таким образом, главное предположение зкстраполятивного подхода в прогнозировании заключено в признании того, что в диапазоне ключевых интересов фирмы силы прошлого в состоянии контролировать будущее.

Несмотря на возникновение альтернативного подхода, экстраполятивный подход очень широко применяется в прогнозировании и так или иначе отражается в большинстве методов прогнозирования,

Альтернативный подход исходит из того, что внешняя и внутренняя среда бизнеса подвержена постоянным изменениям, и вследствие этого:

• развитие фирмы происходит не только гладко и непрерывно, но и скачкообразно и прерывисто;

• существует определенное число вариантов будущего развития фирмы (или определенное число положений равновесия фирмы).

Таким образом, в рамках альтернативного подхода, во-первых, создаются прогнозы, включающие сочетание различных вариантов развития выбранных показателей и явлений. Каждый из вариантов развития лежит в основе особого сценария будущего. Во-вторых, альтернативное прогнозирование может объединять в единой логике два способа развития - гладкий и скачкообразный, создавая синтетическую картину будущего.

В целом поисковое прогнозирование опирается как на количественные, так и качественные методы.

Нормативное прогнозирование. В рамках нормативного прогнозирования сначала определяются общие цели и стратегические ориентиры на будущий период времени, а затем менеджеры оценивают развитие фирмы, исходя из этих целей.

Чаще всего нормативный подход используется тогда, когда фирма не обладает необходимыми исходными (историческими) данными. Для нормативного подхода характерно, поэтому преимущественное применение качественных методов исследования.[[3]](#footnote-3)

Как и экстраполятивное, нормативное прогнозирование является в большой степени традиционным подходом к предсказанию будущей среды организации.

Виды прогнозов можно классифицировать по нескольким признакам.

Во-первых, прогнозы разделяют в зависимости от их временного охвата. Различная длительность прогнозов определяется существованием различных горизонтов планирования: от краткосрочного до долгосрочного.

Существуют прогнозы на очень короткий период времени - сроком до месяца. К таким прогнозам относятся месячные и недельные прогнозы движения наличности.

Краткосрочные прогнозы обычно применяются при составлении годичных планов.

Средние и долгосрочные прогнозы иначе называют перспективными.

Во-вторых, прогнозы делятся по типам прогнозирования на поисковые, нормативные и основанные на творческом видении.

В-третьих, в связи с возможностью воздействия фирмы на свое будущее прогнозы делятся на пассивные и активные,

Пассивный прогноз исходит из того, что фирма в силу ряда причин (отсутствие необходимых средств, наличие благоприятных тенденций развития и т.д.) не намерена воздействовать на свою среду и предполагает возможность самостоятельного, не зависимого от действий фирмы развития внешних процессов.

Активный прогноз предусматривает возможность активных действий фирмы по проектированию собственного будущего, ее реальное воздействие на внешнюю среду

Например, предприятие, выпускающее известь, столкнулось с насыщением спроса на свою продукцию на рынке строительных материалов. Пассивный прогноз в этом случае предположил бы сохранение тенденции падения спроса на известь, а значит, сокращение ее производства. Активный прогноз. Напротив, мог бы включить дополнительные усилия фирмы по стимулированию спроса на известь, например, за счет проведения агрессивной рекламной кампании на рынке товаров для садоводов с акцентом на универсальное применение извести на их участках. Тогда в рамках активного прогноза могло бы быть высказано суждение о возможном сохранении или даже увеличении спроса на известь.

В-четвертых, прогнозы делятся на вариантные и инвариантные в зависимости от степени вероятности будущих событий.

Если вероятность прогнозируемых событий велика, или, другими словами, фирма рассчитывает на высокую степень определенности будущей среды, то прогноз включает в себя только один вариант развития, то есть является инвариантным. Обычно инвариантный прогноз основывается на экстралолятивном подходе, простом продолжении сложившейся тенденции.

Вариантный прогноз основан на предположении о значительной неопределенности будущей среды и, следовательно - наличии нескольких вероятных вариантов развития.

Таким образом, в рамках вариантного прогноза описывается несколько вероятных состояний фирмы в будущий период времени.

Каждый из вариантов развития учитывает специфическое состояние будущей среды фирмы и, исходя из этого, определяет основные параметры данного бизнеса. Такого рода вариант будущего состояния фирмы называют сценарием

В-пятых, прогнозы подразделяются по способу представления результатов на точечные и интервальные.

Точечный прогноз предполагает, что данный вариант включает единственное значение прогнозируемого показателя. Например, через б месяцев цены на фотоаппараты вырастут на 10%,

Интервальный прогноз - это такое предсказание будущего, в котором предлагается некоторый интервал, диапазон значений прогнозируемого показателя. Например, через 6 месяцев цены на фотоаппараты вырастут на 10-15%.

# 3. Методы, цели финансового прогнозирования

## 3.1. Классификация методов

В экономически развитых странах все большее распространение получает использование формализованных моделей управления финансами. Степень формализации находится в прямой зависимости от размеров предприятия: чем крупнее фирма, тем в большей степени ее руководство может и должно использовать формализованные подходы в финансовой политике. В западной научной литературе отмечается, что около 50% крупных фирм и около 18% мелких и средних фирм предпочитает ориентироваться на формализованные количественные методы в управлении финансовыми ресурсами и анализе финансового состояния предприятия. Ниже приведена классификация именно количественных методов прогнозирования финансового состояния предприятия.

Перечень прогнозируемых показателей может ощутимо варьировать. Этот набор величин можно принять в качестве первого критерия для классификации методов. Итак, по набору прогнозируемых показателей методы прогнозирования можно разделить на:

Методы, в которых прогнозируется один или несколько отдельных показателей, представляющих наибольший интерес и значимость для аналитика, например, выручка от продаж, прибыль, себестоимость продукции и т. д.[[4]](#footnote-4)

Методы, в которых строятся прогнозные формы отчетности целиком в типовой или укрупненной номенклатуре статей. На основании анализа данных прошлых периодов прогнозируется каждая статья (укрупненная статья) баланса и отчета и финансовых результатах. Огромное преимущество методов этой группы состоит в том, что полученная отчетность позволяет всесторонне проанализировать финансовое состояние предприятия. Аналитик получает максимум информации, которую он может использовать для различных целей, например, для определения допустимых темпов наращивания производственной деятельности, для исчисления необходимого объема дополнительных финансовых ресурсов из внешних источников, расчета любых финансовых коэффициентов и т. д.

Методы прогнозирования отчетности, в свою очередь, делятся на методы, в которых каждая статья прогнозируется отдельно исходя из ее индивидуальной динамики, и методы, учитывающие существующую взаимосвязь между отдельными статьями как в пределах одной формы отчетности, так и из разных форм. Действительно, различные строки отчетности должны изменяться в динамике согласованно, так как они характеризуют одну и ту же экономическую систему.

В зависимости от вида используемой модели все методы прогнозирования можно подразделить на три большие группы (см. рисунок 1):

1. Методы экспертных оценок, это наиболее простые и достаточно популярные методы, история которых насчитывает не одно тысячелетие. Применение этих методов на практике, обычно, заключается в использовании опыта и знаний торговых, финансовых, производственных руководителей предприятия. Как правило, это обеспечивает принятие решения наиболее простым и быстрым образом. Недостатком является снижение или полное отсутствие персональной ответственности за сделанный прогноз. Экспертные оценки применяются не только для прогнозирования значений показателей, но и в аналитической работе, например, для разработки весовых коэффициентов, пороговых значений контролируемых показателей и т. п.

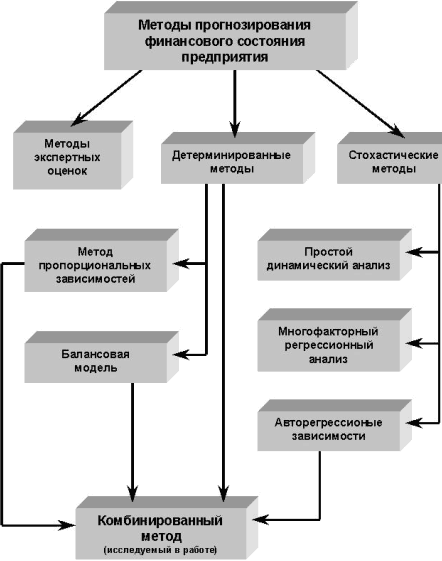


Рис. 1. Классификация методов прогнозирования финансового состояния предприятия

2. Стохастические методы, предполагающие вероятностный характер как прогноза, так и самой связи между исследуемыми показателями. Вероятность получения точного прогноза растет с ростом числа эмпирических данных. Эти методы занимают ведущее место с позиции формализованного прогнозирования и существенно варьируют по сложности используемых алгоритмов. Наиболее простой пример - исследование тенденций изменения объема продаж с помощью анализа темпов роста показателей реализации. Результаты прогнозирования, полученные методами статистики, подвержены влиянию случайных колебаний данных, что может иногда приводить к серьезным просчетам.

Стохастические методы можно разделить на три типовые группы, которые будут названы ниже. Выбор для прогнозирования метода той или иной группы зависит от множества факторов, в том числе и от имеющихся в наличии исходных данных.

Первая ситуация - наличие временного ряда - встречается на практике наиболее часто: финансовый менеджер или аналитик имеет в своем распоряжении данные о динамике показателя, на основании которых требуется построить приемлемый прогноз. Иными словами, речь идет о выделении тренда. Это можно сделать различными способами, основными из которых являются простой динамический анализ и анализ с помощью авторегрессионых зависимостей.

Вторая ситуация - наличие пространственной совокупности - имеет место в том случае, если по некоторым причинам статистические данные о показателе отсутствуют либо есть основание полагать, что его значение определяется влиянием некоторых факторов. В этом случае может применяться многофакторный регрессионный анализ, представляющий собой распространение простого динамического анализа на многомерный случай.

Третья ситуация - наличие пространственно-временной совокупности - имеет место в том случае, когда: а) ряды динамики недостаточны по своей длине для построения статистически значимых прогнозов; б) аналитик имеет намерение учесть в прогнозе влияние факторов, различающиеся по экономической природе и их динамике. Исходными данными служат матрицы показателей, каждая из которых представляет собой значения тех же самых показателей за различные периоды или на разные последовательные даты.

3. Детерминированные методы, предполагающие наличие функциональных или жестко детерминированных связей, когда каждому значению факторного признака соответствует вполне определенное неслучайное значение результативного признака. В качестве примера можно привести зависимости, реализованные в рамках известной модели факторного анализа фирмы Дюпон. Используя эту модель и подставляя в нее прогнозные значения различных факторов, например выручки от реализации, оборачиваемости активов, степени финансовой зависимости и других, можно рассчитать прогнозное значение одного из основных показателей эффективности - коэффициента рентабельности собственного капитала. [[5]](#footnote-5)

Другим весьма наглядным примером служит форма отчета о прибылях и убытках, представляющая собой табличную реализацию жестко детерминированной факторной модели, связывающей результативный признак (прибыль) с факторами (доход от реализации, уровень затрат, уровень налоговых ставок и др.).

Здесь нельзя не упомянуть об еще одной группе методов, основанных на построении динамических имитационных моделей предприятия. В такие модели включаются данные о планируемых закупках материалов и комплектующих, объемах производства и сбыта, структуре издержек, инвестиционной активности предприятия, налоговом окружении и т.д. Обработка этой информации в рамках единой финансовой модели позволяет оценить прогнозное финансовое состояние компании с очень высокой степенью точности. Реально такого рода модели можно строить только с использованием персональных компьютеров, позволяющих быстро производить огромный объем необходимых вычислений. Однако эти методы не являются предметом настоящей работы, поскольку должны иметь под собой гораздо более широкое информационное обеспечение, чем бухгалтерская отчетность предприятия, что делает невозможным их применение внешними аналитиками.

Формализованные модели прогнозирования финансового состояния предприятия подвергаются критике по двум основным моментам: (а) в ходе моделирования могут, а фактически и должны быть разработаны несколько вариантов прогнозов, причем формализованными критериями невозможно определить, какой из них лучше; (б) любая финансовая модель лишь упрощенно выражает взаимосвязи между экономическими показателями. На самом деле оба эти тезиса вряд ли имеют негативный оттенок; они лишь указывают аналитику на существующие ограничения любого метода прогнозирования, о которых необходимо помнить при использовании результатов прогноза.

**Цели финансового прогнозирования**:

1. Разработка стратегического плана.

2. Тактическое планирование (минимизация расходов).

3. Разработка нормативных критериев.

4. Разработка финансовой политики предприятия.

Объектами финансового прогнозирования являются потоки денежных средств. Этапы прогнозирования:

1. Разработка прогноза продаж.

2. Разработка прогноза условно переменных и условно постоянных затрат.

3. Разработка прогноза инвестиций.

4. Разработка прогноза возможного объема внутреннего финансирования.

5. Расчет потребности во внешнем финансировании.

Финансовое прогнозирование представляет собой основу для финансового планирования на предприятии (т. е. составления стратегических, текущих и оперативных планов) и для финансо­вого бюджетирования (т. е. составления общего, финансового и оперативного бюджетов).

Интерференция кратко- и долгосроч­ных аспектов финансового менеджмента присутствует в финансо­вом прогнозировании в самой явной форме. Отправной точкой финансового прогнозирования является прогноз продаж и соот­ветствующих им расходов; конечной точкой и целью — расчет потребностей во внешнем финансировании Обозначим основные шаги прогнозирования потребностей фи­нансирования: Составление прогноза продаж статистическими и другими доступными методами. Составление прогноза переменных затрат. Составление прогноза инвестиций в основные и оборотные активы, необходимые для достижения необходимого объема продаж. Расчет потребностей во внешнем финансировании и изыскание соответствующих источников с учетом принципа формирования рациональной структуры источников средств. Первый шаг делают маркетологи. Второй, третий и четвертый — за финансистами. Какие же методы помогают сделать эти шаги? Существует два главных метода финансового прогнозирования. Один из них — так называемый бюджетный — основан на кон­цепции денежных потоков и сводится, по существу, к расчету финансовой части бизнес-плана. Второй метод, обладающий преимуществами простоты и лаконичности, «методе процента от продаж» (первая модификация) и «ме­тоде формулы» (вторая модификация).

**Сущность понятий «финансовой пробки», «процента от объемов продаж» в финансовом прогнозировании**  
Методы финансового прогнозирования:

1. Метод финансовой пробки.

Этапы: а). Прогнозирование роста активов; б). Прогнозирование роста источников покрытия активов; в). Прогнозирование последствий использования различных источников; г). Обеспечение сводимости баланса.

2. процент от объемов продаж. Методы: а). Опеределение потребности в заемных средствах; б). Определение источников покрытия заемных средств.

# Заключение

По итогам проделанной работы можно сделать вывод, что при современных условиях функционирования рыночной экономики, невозможно успешно управлять предприятием, без эффективного прогнозирования и планирования его деятельности. От того, на сколько прогнозирование будет точным и своевременным, а также соответствовать поставленным проблемам, будут зависеть, в конечном счете, прибыли, получаемые предприятием.

Для того, чтобы эффект прогноза был максимально полезен, необходимо создание на средних и крупных предприятиях так называемых прогнозных отделов (для малых предприятий создание этих отделов будет нерентабельным). Но даже без таких отделов обойтись без прогнозирования невозможно. В этом случае прогноз должен быть получен силами менеджеров и задействованными в этом процессе специалистами.

Что касается самих прогнозов, то они должны быть реалистичными, то есть их вероятность должна быть достаточно высока и соответствовать ресурсам предприятия.

Для улучшения качества прогноза необходимо улучшить качество информации, необходимой при его разработке. Эта информация, в первую очередь, должна обладать такими свойствами, как достоверность, полнота, своевременность и точность.

Так как прогнозирование является отдельной наукой, то целесообразно (по мере возможности) использование нескольких методов прогнозирования при решении какой-либо проблемы. Это повысит качество прогноза и позволит определить «подводные камни», которые могут быть незамечены при использовании только одного метода.

Также необходимо соотносить полученный прогноз с прецедентами в решении данной проблемы, если такие имели место при похожих условиях функционирования аналогичной организации (конкурента). И при определенной корректировке, в соответствии с этим прецедентом, принимать решения.

Без составления прогнозов финансово-хозяйственной деятельности предприятия невозможно оценить его будущую рентабельность и, соответственно, целесообразность функционирования в будущем. Кроме того, нельзя внести коррективы и максимально увеличить прибыль, если не проанализировать доходы от реализации продукции и затраты на её выпуск.

# Список литературы

1. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательский Дом “Дашков и К”, 2004. – 308 с.
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. М.: "Финансы и статистика", 2003. – 302 с.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ. М.: "Финансы и статистика", 2002. – 345 с.
4. Ковалёва А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы: Учебник. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 496 с.
5. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. – М.: Перспектива, 2005. – 459 с.
6. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др. / Под ред. Г.Б. Поляка. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 520 с.
7. Финансовый менеджмент: Учебник/ Н.Ф.Самсонов, Н.П.Баранникова, А.А.Володин и др./ Под ред. Н.Ф.Самсонова. – М.: ЮНИТИ, 2003.– 495 с.
8. Финансы предприятий: Учебник / М.В. Романовский, Т.Н. Седаш, В.В. Бочаров и др. / Под ред. М.В. Романовского. – СПб. : Бизнес-пресса, 2004. – 527 с.
9. Финансы предприятий: Учебник для вузов / Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова и др. / Под ред. проф. Н.В. Колчиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 447 с.
10. Хайруллина М.В. Управление предприятием: новые аспекты теории и практики//ЭКО. – 2003. - №2. – С. 111-123

1. Финансовый менеджмент: Учебник/ Н.Ф.Самсонов, Н.П.Баранникова, А.А.Володин и др./ Под ред. Н.Ф.Самсонова. – М.: ЮНИТИ, 2003.– 495 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательский Дом “Дашков и К”, 2004. – 308 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Гинзбург А. И. Экономический анализ. Краткий курс. М.: Наука, 2004. – 176 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. – М.: Перспектива, 2005. – 459 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М.: ИНФРА –М,: 2002. – 343с. [↑](#footnote-ref-5)