

I. Вступ – 5 хв.

II. Викладення нового матеріалу: – 65 хв.

1. Переваги та недоліки джерел залучення фінансових ресурсів на підприємство.

2. Джерела залучення фінансових ресурсів: вплив на зміст та структуру бізнес-плану, зокрема на фінансові показники.

Висновок по лекції – 2 хв.

III. Закріплення викладеного матеріалу – 3 хв.

IV. Завдання на самопідготовку: – 5 хв.

Вступ.

Фінансовий план – це документ, що характеризує спосіб досягнення фінансових цілей підприємства і який пов'язує його доходи і витрати. В процесі фінансового планування:

- а) ідентифікуються фінансові цілі та орієнтири підприємства;
- б) встановлюється міра відповідності цих цілей поточному фінансовому стану підприємства;
- в) формулюється послідовність дій із досягнення поставлених цілей.

1. Переваги та недоліки джерел залучення фінансових ресурсів на підприємство.

Коливання в кругообігу коштів обґрунтовують потребу в позикових ресурсах на наступних принципах:

- Залучення фінансових ресурсів має бути оптимальним по співвідношенню ризику і витрат;
- Ліквідність активів повинна відповідати термінам настання виплат за зобов'язаннями, залученими для їх фінансування;
- Валюта активів повинна відповідати валюті зобов'язань, залучених для їх фінансування;
- Слід використовувати рейтинги для оцінки надійності інструментів та організацій, їх пропонують.

Кредиторська заборгованість - одна з особливих форм залучення фінансових ресурсів. Розвиток авансового фінансування (передоплати), різниця в термінах нарахування заборгованості та її сплати (в податках і внесках, а також оплати праці) сприяють використанню додаткових фінансових ресурсів, часто -на постійній основі. Кредиторська заборгованість є дешевим джерелом фінансових ресурсів. З цих причин важливо вибудовувати відносини з контрагентами, погоджувати умови укладених договорів, відстежувати терміни їх оплати. Критерії відбору постачальників найчастіше наступні:

- Відповідність якості поставленого сировини, матеріалів, послуг галузевим стандартам і ціною;
- Комплекс найбільш підходящих комерційних умов (ціни, терміни платежів, періодичність поставок);

- Рекомендації власної служби безпеки для впевненості у дотриманні контрактних зобов'язань.

Існують організації, які взагалі не приваблюють фінансові ресурси, а використовують тільки власні кошти і кредиторську заборгованість. Як правило, темпи зростання цих підприємств нижче середнього показника по галузі.

Більшість підприємств в сучасному світі через сезонності бізнесу, нестабільності розрахунків, браку коштів для капіталовкладень і т.п. часто використовує такі форми залучення фінансових ресурсів:

- банківський кредит;
- Угоди репо;
- Факторинг;
- Випуск векселів;
- Випуск облігацій;
- Розміщення акцій.

Щоб знайти ефективний інструмент залучення фінансових ресурсів, необхідно докласти зусиль, витратити час. Тому близько 90% організацій йдуть по найпростішому шляху і залучають кошти через банківський кредит. Вартість таких ресурсів змінюється залежно від суми та строку кредиту. Найпростіший спосіб вирішення проблеми нестачі фінансових ресурсів - наявність ліміту овердрафту в обслуговуючому банку. Бажано, щоб його величина становила не менше 30% місячного обороту. Це найнадійніший спосіб уникнення касових розривів. Овердрафт як форма банківського кредитування надається тільки надійним і перевіреним клієнтам. У зв'язку з цим доцільно встановити тісну співпрацю з одним обслуговуючим банком і проводити основну частину платежів саме через нього, щоб мати можливість отримати більший ліміт овердрафту.

Крім овердрафту вирішенням проблеми може бути також наявність вільного ліміту відновлювальної кредитної лінії (якщо мова йде про великі суми непередбачених витрат).

Якщо потрібні кошти на короткий проміжок часу (від тижня), але немає можливості отримати банківський кредит, то можна передати наявні цінні папери банку з метою проведення угод зворотного викупу (договір репо). Механізм таких угод наступний:

- По першій угоді підприємство-позичальник реалізує емісійні цінні папери;
- По другій угоді - набуває ті ж самі емісійні цінні папери того ж випуску в тій же кількості за цінами, встановленими відповідним договором.

Банк передає фінансові ресурси підприємству замість цінних паперів підприємства з великим дисконтом. Банк завжди може продати ці акції при порушенні умов викупу. Крім того, йому не доведеться відстежувати кредитоспроможність і ліквідність позичальника. Санкції за порушення умов угоди репо розраховуються таким чином, щоб кредиту було байдуже, кім} 'продавати майно - позичальникові за обумовленою вартості або на ринку за ринковою ціною, а позичальникові було не вигідно відмовлятися від викупу свого майна.

Проблему залучення фінансових ресурсів можна вирішити і за допомогою факторингу. Згідно з п. 1 ст. 824 ГК РФ факторинг є фінансуванням під відступлення грошової вимоги. Факторинг також іноді називають кредитуванням продажів постачальника.

За договором факторингу (від англ. Factor - агент, посередник) постачальник (продавець) реалізує товар, але не отримує за нього плату від покупця, а поступається факторові за комісію право вимоги її з покупця. Механізм факторингових операцій наступний:

- Постачальник пред'являє банку документи, що підтверджують факт поставки продукції (робіт, послуг) на умовах відстрочення платежу, і в цей же день отримує від банку 15-90% вартості контракту;
- При настанні терміну оплати покупець перераховує гроші безпосередньо фактор-фірмі;
- Коли заборгованість погашена, фактор-фірма виплачує постачальнику частину вартості контракту за вирахуванням своїх комісійних (0,5-30%), які є платою за надання факторингових послуг.

Найбільш вигідні умови фактор-фірми пропонують клієнтам, які відповідають наступним вимогам:

- Організація повинна вважати стрімке зростання виручки однією із стратегічних цілей своєї діяльності;
- Середньомісячний оборот організації повинен бути не нижче фінансованої суми;
- Термін відстрочки платежу, що надається покупцю, не повинен перевищувати 90 днів, а краще 15-45 днів;
- З покупцями планується довгострокове співробітництво;
- Організація працює з великою кількістю дебіторів. Іноді може бути укладений договір факторингу з регресом, за яким при несплаті поставки протягом певного періоду може бути здійснено зворотний переуступка грошової вимоги постачальнику (по одному або декільком дебіторам). Вартість факторингу при цьому знижується в середньому на 10%.

В цілому факторинг є вигідним інструментом фінансування продажів при завоюванні нових ринків, при збільшенні реалізації продукції (робіт, послуг), коли платоспроможність нових покупців невідома, а налагоджувати управління дебіторською заборгованістю самостійно організація відмовляється. Маючи підписаний договір на факторингове обслуговування і погоджений список контрагентів, організація в разі нестачі оборотних коштів завжди може оперативно протягом дня здійснити переуступку дебіторської заборгованості на користь факторингової компанії і отримати необхідні кошти для покриття непередбачених витрат. Але організації неохоче використовують факторинг через його високу вартість.

Залучити фінансові ресурси можна і на ринку ланцюгових паперів. Але якщо для отримання кредиту підприємству доведеться розкрити свою фінансову і управлінську звітність тільки одному банку-кредитору на умовах повної конфіденційності, то у разі

випуску публічних фінансових інструментів - векселів, облігацій або акцій - організації доведеться стати повністю відкритою і прозорою перед будь-яким покупцем відповідних паперів.

Цінний папір - документ встановленої форми, що засвідчує майнові права, здійснення або передача яких можливі тільки при його пред'явленні. Регламентують види цінних паперів і операції з ними таких законодавчих актів: гол. 7 ч. 1 ГК РФ, Федеральний закон від 22.04.1996 № 39-ФЗ "Про ринок цінних паперів", Федеральний закон від 26.12.1995 № 208-ФЗ "Про акціонерні товариства".

Вексель - це цінний папір у вигляді довгострокового зобов'язання, складеного в письмовому вигляді в законодавчо регламентованій формі, що дає особі, якій він виданий (кредитору), безумовне право на отримання (повернення) наданого їм па певних умов боргу. Якщо фірма планує запустити інвестиційний проект і потребує великій сумі близько 100 150 млн руб., Тоді варто випускати векселі. Кілька перших випусків можна розміщувати на невеликий термін (три або шість місяців), що дозволить створити кредитну історію підприємства. Протягом терміну інвестиційного проекту можна кілька разів випускати і гасити короткострокові векселі. Після того як кредитна історія сформується, організації буде легше переходити до запозичення більш "довгих" грошей.

Вексель є цінним папером, що обумовлює багато його переваги і недоліки. Випуск векселів частіше використовується організацією як підготовчий етап перед початком роботи з облігаціями та акціями.

Облігація - це вид боргового зобов'язання, за яким її емітент зобов'язується виплатити власникові облігації фіксовану суму капіталу в певний момент у майбутньому або виплачувати дохід, розмір якого заздалегідь встановлений у формі певного відсотка до номінальної вартості облігації. Процедура випуску облігацій проводиться за наступною схемою:

- Прийняття рішення про розміщення облігацій;
- Затвердження рішення про випуск облігацій;
- Підготовка проспекту емісії;
- Реєстрація проспекту емісії та рішення про випуск;
- Розміщення облігацій;
- Реєстрація звіту про підсумки випуску облігацій.

Для акціонерних товариств поминальна вартість всіх випущених облігацій не повинна перевищувати розмір статутного капіталу організації або величину забезпечення, наданого третіми особами з метою випуску облігацій.

Через облігації з одноразовим строком погашення або з терміном погашення але серіям залучаються кошти на термін від одного місяця. Транзакційні витрати, пов'язані з їх придбанням і продажем, досить великі, тому планувати операції з облігаціями потрібно у великих сумах.

Серед великих емітентів, які залучали позики через облігації, можна назвати Уряд Москви, "Газпром", "Вімм-Білль-Данн" та ін.

Акція - цінний папір, який надає фінансові ресурси підприємству, реалізувати акцію, на необмежений термін, але натомість частки прибутку підприємства.

Підприємство випускає акції із зазначенням номінальної ціни, тобто символу вартості акції, чи історичної ціни, що відбиває розмір статутного капіталу підприємства, що припадає на одну акцію на дату його формування. Під впливом попиту та пропозиції формується ринкова ціна акції і, відповідно, визначається обсяг ресурсів, залучених підприємством.

ІРО (від англ. Initial public offering) дозволяє організації залучити максимально можливий обсяг фінансових ресурсів і підвищити свою привабливість на ринку.

Організація, яка приваблює фінансування через випуск акцій, повинна володіти:

- Прозорою структурою власності, по можливості виключає взаємозалежних осіб;
- Прозорою якісної фінансовою звітністю;
- Привабливими перспективами розвитку, зрозумілими інвесторам;
- Готовністю до часткової втрати контролю над підприємством (організація повинна продати стороннім інвесторам не менше 5% від свого статутного капіталу - мінімально необхідну величину для формування ліквідного ринку акцій підприємства).

Витрати організації на випуск акцій аналогічні витратам при випуску облігацій плюс ряд додаткових витрат по найму інвестиційних та WJ-агентств. Після випуску акцій організація несе витрати на підтримку капіталізації та проведення різноманітних заходів, спрямованих на формування і утвердження позитивного іміджу організації в інвестиційному співтоваристві, без якого емісія акцій стає безглуздою.

2. Джерела залучення фінансових ресурсів: вплив на зміст та структуру бізнес-плану, зокрема на фінансові показники.

Зміст та структура бізнес-плану не має жорсткої регламентованої форми, але, як правило, у ньому передбачаються розділи, в яких розкривається концепція і мета бізнесу, характеризується специфіка продукту підприємства та задоволення ним потреб ринку; оцінюється ємність ринку та встановлюється стратегія поведінки підприємства на певних ринкових сегментах, визначається організаційна і виробнича структура, формується фінансовий проект справи, включаючи стратегію фінансування та пропозиції по інвестиціях, описуються перспективи зростання підприємства.

На зміст і структуру бізнес-плану суттєво впливають розміри бізнесу й обсяги фінансових потреб, специфіка сфери майбутнього бізнесу.

Зміст і структура бізнес-плану залежать і від інших факторів, зокрема:

— конкретних характеристик майбутнього продукту бізнесу та стадії його життєвого циклу;

- ступеня конкуренції в галузі;
- можливостей розширення бізнесу в майбутньому.

Структура бізнес-плану не може бути однаковою в усіх випадках, але процес формування структури бізнес-планів різних типів має багато спільного. Зокрема, в структурі будь-якого бізнес-плану можна виділити три блоки.

Перший блок — це опис ключових, найважливіших та найзначніших аспектів майбутнього бізнесу; опис того стану бізнесу, якого прагне досягти підприємець стосовно всіх компонентів менеджменту.

У другому блоці мають бути кількісно охарактеризовані заходи, які передбачається здійснити, щоб досягти поставлених цілей.

Третій блок узагальнює результати розрахунків, зроблених у другому блоці, за допомогою фінансових показників, які, зрештою, і стають найважливішими критеріями оцінювання привабливості конкретного підприємницького проекту.

Найскладнішою та найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст і методику розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

Бізнес-план може мати таку структуру:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція.
5. Дослідження ринку продукції та послуг.
6. План і стратегія маркетингу.
7. План виробництва продукції.
8. Організаційно-юридичний план.
9. Фінансовий план.
10. Оцінювання і страхування ризиків.
11. Додатки.

Завдання на самопідготовку: – 5 хв.

1. Кредиторська заборгованість?
3. Що таке облігація?
4. Які головні питання являються предметом переговорів?
5. Що впливає на зміст і структуру бізнес-плану?
6. Які структури може мати бізнес-план?

Література:

1. Варналій З. С. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці : Технодрук, 2019. 264 с.
2. Македон В. В. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. В. Македон. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: ЦНЛ, 2018. – 236 с.
3. Козловський В. О. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Вінниця : вид-во ВНТУ, 2016. – 190 с.

4. Кучеренко В. Р. Бізнес-планування підприємства : навч. посіб. / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Знання, 2016. – 423 с.

5. Должанський З. І. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посіб. / З. І. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : ЦУЛ, 2019. – 384 с.

Допоміжна література

6. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / А.Ф. Бурик. – К. : ЦУЛ, 2018. – 260 с.

7. Васильців Т. Г. Теоретико-методичні засади удосконалення бізнес-планування реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому ринку України / Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак // Підприємництво та інновації. – 2017. – Вип. 3. – С. 14-20.

8. Васильців Т. Г. Економічні аспекти диверсифікації підприємства з використанням інноваційних інвестицій / Т. Г. Васильців, Т. А. Городня, Р. Л. Лупак // Інтелект ХХІ. – 2017. – Вип. 1. – С. 52-57.

9. Куцик В. І. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку / В. І. Куцик, Р. Л. Лупак // Бізнес Інформ. – 2017. – № 12. – С. 244-249.

10. Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки : монографія / за ред. Васильціва Т. Г., Лупака Р. Л. – Львів : Вид-во ННВК «АТБ», 2019. – 552 с.

11. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес культури : навч. посіб. / А. Б. Педько. – К. : ЦУЛ, 2019. – 168 с.

Лекцію уклав доцент кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту

П.П. Дубинецька

Лекцію обговорено на засіданні кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту. Протокол № 1 від „___” серпня _____ р.