

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Т.А. Везубова, д-р. экон. наук, проф.,

Д.Ф. Царук, магистрант,

Белорусский государственный экономический университет, Минск

В современных условиях развития экономики деятельность малого и среднего бизнеса нуждается в постоянном поиске инновационных путей корректировки для сохранения стабильных позиций в конкурентной среде. Устойчивость их финансового положения может быть обеспечена только на основе новых инновационных технологий управления финансами. В настоящей статье рассматриваются особенности использования форсайта и бенчмаркинга, посредством которых в деятельность организации внедряются инновации, связанные с использованием опыта других компаний.

Ключевые слова: *управление финансами, инновационные методы, форсайт, бенчмаркинг.*

По мере становления и развития рыночных отношений в Республике Беларусь все большее значение приобретают вопросы повышения эффективности управления финансами именно на уровне предприятий. Это связано с тем, что устойчивость финансов организаций, их наличие и стабильность характеризуют благосостояние государства, субъектов предпринимательской деятельности и граждан.

Исходя из проведенного исследования современных публикаций отечественных и зарубежных авторов [1–8], в последние годы можно выделить следующие тенденции:

1. *Центральное место в процессе управления финансами занимает финансовое планирование и прогнозирование.*

Финансовое прогнозирование – это система научно-обоснованных предположений о состоянии финансовой системы и возможных направлениях развития её отдельных сфер и звеньев. При разработке финансовых прогнозов применяются следующие специфические методы:

- математическое моделирование;
- эконометрическое прогнозирование;
- метод экспертных оценок
- экстраполяции и т.д.

Финансовое планирование – это процесс, который осуществляется на основе финансовых прогнозов с целью научного обоснования движения финансовых ресурсов и изменения соответствующих финансовых отношений на определенный период.

В ходе этой деятельности проводится:

- увязка материально-вещественных и стоимостных пропорций на макро- и микроуровнях;
- определяются потребности в объемах финансовых ресурсов на уровне государства и отдельных организаций;
- устанавливаются источники формирования финансовых ресурсов;
- обосновываются пропорции распределения финансовых ресурсов и направления их использования и т.д.

Финансовое планирование базируется на определенных принципах, которые вытекают из общих принципов организации финансов, но имеют свои особенности:

1. Принцип единства, который предполагает, что планирование должно носить системный характер, т.е. представлять собой совокупность взаимосвязанных элементов, развивающихся в едином направлении ради общей цели. Единство обеспечивается применением единых норм, нормативов, лимитов, единой финансовой и учетной политики.

2. Принцип координации, выражается в том, что нельзя планировать эффективную деятельность одного подразделения организации вне связи с другими. Любые изменения в планах одного структурного подразделения должны быть отражены в планах других. Взаимосвязь и синхронность – ключевые черты координации планирования.

3. Принцип непрерывности заключается в том, что планирование должно осуществляться систематически в рамках установленного цикла. Разработанные планы должны непрерывно сменять друг друга (план материально-технического снабжения → план производства → план по маркетингу).

4. Принцип гибкости, который состоит в способности планов изменяться при возникновении непредвиденных обстоятельств. Гибкость планам придают резервы безопасности (дополнительные финансовые ресурсы, производственные мощности и т.д.).

5. Принцип точности, который предполагает, что финансовые планы должны быть конкретизированы и детализированы в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности организации.

2. Финансовый контроль имеет важное значение для управления финансами на любом уровне.

Он обеспечивает эффективное функционирование финансовой системы государства, всех ее сфер и звеньев, реализуя намеченную государством и субъектами хозяйствования финансовую политику. Финансовый контроль выступает как особая сфера деятельности органов государственной власти, органов местного управления и самоуправления, финансовых служб различных министерств и ведомств, а также конкретных организаций по сбору и анализу информации, о действительном финансовом состоянии управляемых объектов с целью принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.

Целью финансового контроля является обеспечение эффективного и целевого использования финансовых ресурсов государства во всех сферах и звеньях экономики.

3. При осуществлении стратегического и оперативного управления финансами важно соблюдать системность в принятии управленческих решений, в основе которой лежит научный подход обоснования методики финансового прогнозирования и планирования, организации оперативного управления финансовыми ресурсами, выработки приемов и методов финансового контроля, соответствующих современным рыночным условиям хозяйствования.

Это позволяет выработать новые инструменты регулирования финансовых потоков, выявить преимущества одних направлений развития финансов и бесперспективность других, создает дополнительные предпосылки к развитию финансового механизма, непосредственно участвующего в процессе управления финансами.

4. Одним из аспектов решения проблемных вопросов управления финансами в отечественных организациях является использование инновационных управленческих методов, которые содействует стабилизации производственного процесса предприятий, оптимизации объема и структуры его ресурсов, снижению степени риска, увеличению результативности деятельности хозяйствующих субъектов.

Достижение позитивных результатов их управленческих действий становится возможным при комплексном подходе к изучению важнейших участков конкретной структурной единицы. Выбор оптимальных направлений функционирования предприятия становится возможным:

- при обосновании альтернативных вариантов, моделирующих изменение структурных и организационных параметров текущей, финансовой и инвестиционной деятельности предприятий;
- сравнении конечных результатов разработанных моделей и выборе наиболее приемлемой, исходя из предполагаемой финансовой выгоды. При этом необходимо учитывать конкретные условия хозяйствования и возможности достижения намеченной цели функционирования субъекта;
- использовании форсайта, нацеленного на поиск и реализацию стратегических инновационных возможностей с учетом оценки прогнозных финансовых показателей и расчета стоимости бизнеса;
- применении бенчмаркинга, посредством которого в деятельность организации внедряются инновации, связанные с использованием опыта других компаний.

5. Выделяют пять основных функций форсайта:

- 1) разработка инноваций, т.е. стимулирование и поддержка инновационных процессов;
- 2) расстановка приоритетов, т.е. выявление наиболее важных направлений исследований и разработок;
- 3) способность предвидения, т.е. обеспечение базовой информации для раннего предупреждения рисков;
- 4) установление направления развития, т.е. основа для стратегического планирования;
- 5) формулировка стратегии, т.е. участие компании в реализации стратегических инициатив.

Форсайт для бизнеса (корпоративной форсайт) – это исследования, проведенные вне компании без учета ее специфики. Тем не менее, результаты таких исследований могут быть полезны в деятельности предприятия.

Существует несколько типов форсайта для бизнеса, которые представлены ниже:

1. Национальные и государственные форсайт-исследования. Очень распространенный источник информации для фирм. Чаще всего им пользуются японские и немецкие компании. Недостатком таких форсайтов являются слишком обобщенные выводы.
2. Форсайт-исследования отраслевых организаций. Характеризуются более конкретными результатами, чем исследования предыдущего типа.
3. Форсайт-исследования некоммерческих организаций и фондов. Часто являются источниками знаний социального характера. Могут проводиться по итогам конференций и выставок, что бывает полезно для компаний.
4. Мультиклиентные форсайт-исследования. Проводятся совместными усилиями различных организаций и институтов, которые осуществляют финансирование и распределяют риск и ответственность. Преимущество таких форсайтов в том, что они нацелены на решение конкретных задач, а также в том, что при их осуществлении достигается синергический эффект. Недостатком является возможность использования полученных знаний конкурентами.

Форсайт можно классифицировать по трем основным критериям.

- по области исследования:
 - микроуровень (конкретная индустрия),
 - макроуровень (состояние внешней среды));
- по лицам, проводящим исследования и заинтересованным в его результатах:
 - корпоративный уровень,
 - уровень бизнес-единицы,
 - функционального подразделения;
- по временному горизонту:
 - краткосрочный (от 3 до 6 лет),
 - среднесрочный (от 6 до 10),
 - долгосрочный (до 30 лет).

При этом необходимо отметить, что временной горизонт форсайта зависит от того, с какой скоростью меняются технологии в индустрии, в которой специализируется фирма. Например, в индустрии коммуникаций или IT долгосрочным будет прогноз на 5–10 лет.

Форсайт ориентирован на определение возможных вариантов будущего. Основой для оценки вариантов будущего являются экспертные оценки. Методология форсайт очень разнообразная и включает в себя как традиционные, так и новые экспертные методы. В каждом форсайт исследовании применяется комбинация различных методов. Например, таких как: экспертные панели, метод Дельфи, SWOT-анализ, построение сценариев, игровое имитационное моделирование, методика сценарирования «Неизбежное будущее», методика «средового анализа», «Технологический дорожные карты» и другие.

Использование вышеперечисленных методик даёт возможность описать развитие определённых областей деятельности и составить возможные варианты будущего и их предпочтительность.

6. Бенчмаркинг как направление современной экономики представляет собой слияние методов и технологий менеджмента и маркетинга и является одним из фундаментальных бизнес-процессов современной компании, позволяющих системно подходить к выявлению ключевых ориентиров ее развития и способствующих повышению эффективности корпоративного менеджмента. Выступая важнейшим структурным «технологическим звеном» в управлении, бенчмаркинг позволяет эффективно обнаруживать риски и возможности бизнеса и учитывать их при построении бизнес-стратегии фирмы в условиях неизвестной среды.

Что касается видов бенчмаркинга, то их множество, к наиболее распространенным относят следующие:

- внутренний бенчмаркинг – проводится внутри компании;
- отраслевой бенчмаркинг – сравнение организации с компаниями, действующими в той же отрасли, но не обязательно с конкурентами;
- бенчмаркинг конкурентоспособности (конкурентный бенчмаркинг) – применяется в тех случаях, когда необходимо изучить и сравнить деятельность своей компании с компанией-конкурентом, которая действует на том же рынке;
- функциональный бенчмаркинг – сравниваются отдельные функции компаний, действующих в одних и тех же отраслях экономики;
- глобальный бенчмаркинг осуществляют компании, деятельность которых выходит за рамки одной страны;
- общий бенчмаркинг (или бенчмаркинг процесса) – сравниваются определенные функции или процессы (например, технологический процесс или даже процесс оказания определенных услуг) и др.

Таким образом, для решения проблемных вопросов управления финансами в отечественных организациях необходимо использовать инновационные управленческие технологии, которые содействуют стабилизации производственного процесса предприятий, оптимизации объема и структуры его ресурсов, снижению степени риска, увеличению результативности деятельности хозяйствующих субъектов. К таким технологиям относят форсайт и бенчмаркинг, которые позволяют получить конкурентные преимущества через создание эффективной системы управления финансами и благодаря использованию возможности предотвращения нежелательных для организации последствий, предугадывать возможные проблемы и соответствующим образом планировать будущие действия.

Список использованных источников

1. Пузанкевич, О. А. Трансформация финансового менеджмента организаций / О.А. Пузанкевич // Вестн. Белорус. гос.экон. ун-та. – 2020. – № 5 – С. 87–92.
2. Гусейнова, А.А. Методология форсайта как инструмент инновационного развития коммерческой организации / А.А. Гусейнова, Пудовкина О.Е. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-forsayta-kak-instrument-innovatsionnogo-razvitiya-kommercheskoy-organizatsii/viewer>. – Дата доступа: 28.09.2022.
3. Гусакова, Я. В. Форсайт-исследование: содержание и преимущества / Я. В. Гусакова, Е.А. Асташова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://files.scienceforum.ru/pdf/2014/1985.pdf>. – Дата доступа: 28.09.2022.
4. Игнатовская, Н.К. Бенчмаркинг в управлении финансами компании / Н.К. Игнатовская, В.А. Кузнецова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – Т. 2 № 32. – С.950–952.
5. Гераськина, И.Н. Бенчмаркинг в системе современного менеджмента / И.Н. Гераськина // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/mehanizm-realizatsii-benchmarkinga-v-sisteme-strate-gicheskogo-menedzhmenta-predpriyatiya-dlya-ustoychivogo-razvitiya/viewer>. – Дата доступа: 28.09.2022.
6. Шпель, А.П. Управление финансами белорусских организаций и его развитие в условиях влияния всемирной пандемии / А.П. Шпель, Т.А. Везубова // Развитие рынков «зеленого» финансирования в России и мире : сб. ст. I Междунар. науч.-практ. конф., 24 дек. 2020 г., г. Уфа, ФГБОУ ВО «Уфимск. гос. нефтян. технич. ун-т. / под ред. И.О. Туктаровой. – Уфа, 2020. – С. 152–156. – Режим доступа: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fyadi.sk%2Fi%2FTB3yTO8crV4MWw>. – Дата доступа: 29.09.2022.
7. Тарарышкина, Л.И. Развитие финансовой политики в условиях международной экономической интеграции / Л.И. Тарарышкина, Т.А. Везубова, С.В. Ефименко // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та. – 2021. – Вып. 14. – С. 449–458.
8. Везубова, Т.А. Инновационные технологии в банковской системе Республики Беларусь / Т.А. Везубова, В.В. Романовская // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект : сб. тр. IX Междунар. научн.-практ. конф., под общей редакцией В.Л. Василёнка ; 15 мая 2020 г. – СПб., 2021. – С. 455-459.