

## **МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Глубокий С.В.**, канд. техн. наук, доцент

**Хомич Ю.В.**, магистрант

*Белорусский национальный технический университет*

*Минск, Республика Беларусь*

Экономические условия, в которых промышленные предприятия осуществляют свою деятельность, сегодня претерпели значительные изменения. На первый взгляд, организациям представлена хозяйственная самостоятельность, выражающаяся в решении вопросов маркетинга и сбыта продукции, определении масштаба производства и направлении использования источников средств. С другой стороны, для промышленных предприятий характерным является высокая степень изношенности активной части основных производственных фондов, невысокий уровень производительности труда, качества выпускаемой продукции и как результат неустойчивое финансовое положение.

Данные проблемы требуют принятия определенных решений, откуда вытекает необходимость в оценке финансовой устойчивости. Финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой финансовой деятельности предприятия в условиях рыночной экономики [1].

Результатом оценки финансового состояния предприятия является разработанный комплекс мероприятий по ее улучшению (при необходимости). Как пример, в качестве путей улучшения финансовой устойчивости можно выделить создание резервов из валовой и чистой прибыли, снижение издержек производства, ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности и усиление работы по ее взысканию, а также маркетинговые решения по товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политике.

Однако принятые меры должны не только привести к улучшению финансового состояния промышленного предприятия, но так же обеспечить стабильность его деятельности с позиции долгосрочной перспективы. С этим тесно связаны такие понятия как рыночная мис-

сия, маркетинговая стратегия, антикризисное управление финансовой структурой предприятия, а так же степень его зависимости от кредиторов и инвесторов.

При рассмотрении данного вопроса важно выделить основные принципы системы антикризисного управления:

- ранняя диагностика кризисных явлений в финансовой деятельности предприятия (учитывая, что возникновение кризиса на предприятии несет угрозу самому существованию организации и связано с ощутимыми потерями капитала его собственников, возможность возникновения кризиса должна диагностироваться на самых ранних стадиях с целью своевременного использования возможностей ее нейтрализации);

- оперативность реагирования на кризисные явления (каждое появившееся кризисное явление не только имеет тенденцию к расширению с каждым новым производственно-коммерческим циклом, но и порождает новые сопутствующие ему явления. Поэтому чем раньше будут применены антикризисные механизмы и маркетинговые решения, тем большими возможностями к восстановлению будет располагать предприятие);

- адекватность реагирования предприятия на степень реальной угрозы его финансовому равновесию с помощью корректировки товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.

Стоит помнить, что система механизмов по финансовой стабилизации предприятия связана с затратами или потерями, уровень которых должен соответствовать сложившейся ситуации. Иначе или не будет достигнут ожидаемый эффект (если действие механизмов недостаточно), или предприятие будет нести неоправданно высокие расходы (если действие механизма избыточно) [2].

Механизмы финансовой стабилизации предприятия подразделяются на внешние и внутренние. При этом последним уделяется особое внимание в системе антикризисного управления предприятием. Это связано с тем, что успешное применение этих механизмов позволяет не только снять финансовый стресс угрозы банкротства, но и в значительной мере избавить предприятие от зависимости использования заемного капитала, ускорить темпы его экономического развития.

При осуществлении финансовой стабилизации предприятия необходимо следовать определенным этапам:

1. Устранить неплатежеспособность (является первоочередной задачей, несмотря на масштабы кризисного состояния, так как оплата неотложных финансовых обязательств позволит предупредить процедуру банкротства).

2. Восстановить финансовую устойчивость (несмотря на ликвидацию неплатежеспособности стоит побеспокоиться о доведении финансовой устойчивости до безопасного и стабильного уровня за счет маркетинговых решений).

3. Стабилизировать финансовое состояние на длительный период (можно достигнуть при обеспечении всех условий длительного финансового равновесия и ускорении темпов экономического развития; имеет место корректировка маркетинговой стратегии или выбор новой) [3].

Для каждого из вышеописанных этапов свойственен свой механизм финансовой стабилизации предприятия, характеризующийся защитной или наступательной стратегией маркетинга.

При устранении неплатежеспособности предприятию свойственна защитная реакция, или оперативный механизм стабилизации, который позволяет сократить текущие внешние и внутренние финансовые обязательства в краткосрочном периоде, а так же увеличить дежные активы, которые будут направлены на их погашение.

Данный механизм базируется на принципе «отсечения лишнего», т.е. определяет, в каком направлении предприятие может сократить свои как текущие потребности, так и отдельные виды текущих активов.

Если удалось достигнуть восстановления текущей платежеспособности предприятия, то можно считать угрозу банкротства на данном этапе устраненной, хотя ей все еще может быть свойственен отложенный характер.

Система защитных мер присутствует и на этапе восстановления финансовой устойчивости. Однако для доведения ее до безопасно стабильного уровня необходимы также и наступательные мероприятия, основанные на принципе «сжатия» предприятия. В этом случае речь идет о тактическом механизме финансовой стабилизации предприятия, цель которого состоит в достижении финансового равновесия в предстоящем периоде путем преодоления неблагоприятных тенденций. Это будет возможно в том случае, когда будет верно неравенство:

$$ОГ_{сфр} > ОП_{сфр},$$

где  $ОГ_{сфр}$  – возможный объем генерирования собственных финансовых ресурсов предприятия;  $ОП_{сфр}$  – необходимый объем потребления собственных финансовых ресурсов предприятия.

Сжатие предприятия в процессе обеспечения вышеприведенного неравенства должно сопровождаться маркетинговыми мерами по обеспечению прироста собственных финансовых ресурсов. Чем в большей степени предприятие сможет обеспечить положительный разрыв соответствующих денежных потоков этого неравенства, тем быстрее оно достигнет точки финансового равновесия в процессе выхода из кризисного состояния [3].

И, наконец, окончательно стабилизировать финансовое состояние предприятия на длительный период позволит стратегический механизм финансовой стабилизации, которому соответствует система мер, основанная на использовании «модели устойчивого экономического роста» (наступательная стратегия). Данная система мер важна, так как она закрепляет результаты, полученные на этапе восстановления финансовой устойчивости предприятия. Рост рыночной стоимости предприятия, вызванный ускорением темпов его экономического развития, будет означать достижение поставленной цели. При этом возможно применение таких маркетинговых стратегий как:

- стратегия «фронтальной атаки»;
- стратегия «оперативной фланговой атаки»;
- стратегия «постепенного обхода с флангов».

Таким образом, стоит отметить, что рассмотренные механизмы финансовой стабилизации предприятия свидетельствуют о широком диапазоне методов антикризисного управления, а так же о возможности финансовой стабилизации предприятия за счет использования только ее внутренних механизмов и внешних маркетинговых решений.

## Литература

1. Баканов, М.И. Теория анализа хозяйственной деятельности: учебное пособие / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Бендиков, М.Т. Совершенствование диагностики финансового состояния предприятия / М.Т. Бендиктов, Е.В. Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 5.
3. Колпаков, В.М. Теория и практика принятия управленческих решений: учебное пособие / В.М. Колпаков. – Киев: МАУП, 2000.