

Сы Чжанфэй

Докторантura DBA «Деловое администрирование»

Университет Narxoz

Оптимизация процесса управления денежными потоками компании

Аннотация. В статье рассмотрены механизмы и процессы формирования результативной системы управления денежными потоками. Изучение данной тематики является актуальным, так как в современном мире повышается роль совершенствования современных технологий управления денежными потоками.

Ключевые слова: денежный поток, денежный оборот, активы компании, стратегия, политика управления.

Аннотация. The mechanisms and processes of formation of an effective cash flow management system discusses in this article. The study of this topic is relevant, since in the modern world the role of improving modern technologies for managing cash flows is increasing.

Key words: cash flow, money turnover, company assets, strategy, management policy.

Аннотация. Мақалада ақша ағындарын басқарудың нәтижелі жүйелерін қалыптастыру механизмдері және процестері қарастырылған. Заманауи әлемде ақша ағындарын басқарудың заманауи технологиясын жетілдірудің рөлі артып келе жатқанына байланысты, аталған тақырыпты зерттеу өзекті болып табылады.

Негізгі ұғымдар: ақша ағыны, ақша айналымы, компания активтері, стратегия, басқару саясаты.

Управление денежными потоками компании является важной частью эффективной реализации политики развития компании, и, хотя многие задачи управления денежными потоками компании выполняются финансами, результаты управления влияют на различные отделы - от продаж и маркетинга до складских операций и юридических нюансов составления договоров с поставщиками [1].

Эффективная стратегия роста компании - это нечто большее, чем просто видение долгосрочного успеха, руководство компании должно определить измеримые шаги в своем росте и следовать им, нужна решимость, хорошая деловая практика и применение хороших стратегий роста бизнеса [2].

Если у компании нет четкого плана оптимизации денежных потоков компании, на самом деле увеличивается вероятность потери своего бизнеса.

Конечно, малый и средний бизнес сильно отличается по своим размерам и возможностям роста. Они имеют различные организационные структуры и стили управления, но очевидно, что малые и средние предприятия испытывают общие проблемы роста денежных потоков на сходных стадиях своего развития.

Существует множество причин для оптимизации процесса управления денежными потоками компании, такие как: увеличение доходов, повышение значимости в отрасли и более широкое признание бренда. Известные бренды обычно тратят меньше времени и денег на маркетинг, чтобы привлечь новых клиентов и удержать их. Вместо этого они могут использовать свои средства на расширение сферы услуг и инновации продуктов, кроме того, они могут легче привлекать именитых клиентов, талантливых специалистов и инвесторов, которые необходимы для роста компании [3].

Решения компаний в контексте процесса управления денежными потоками компании должны быть осознанными и основанными на долгосрочных целях, а не на повседневных потребностях. Поэтому, прежде чем пытаться расширить свой бизнес, компания должна найти время, чтобы задокументировать свою стратегию расширения и убедиться, что решения компании основаны не на предположениях, а на надежных бизнес-данных.

Существуют различные типы моделей оптимизации процесса управления денежными потоками компании. На ранних стадиях цели компании определяются философией и миссией. Модель оптимизации процесса денежных потоков компании - это простая бизнес-деятельность, которая может улучшить маржу и доходность компании. Но когда бизнес перерастет в более зрелую фазу своего жизненного цикла, компании нужно будет построить стратегическую карту роста, которая будет дополнять бизнес-модель.

Чтобы оптимизировать процесс управления денежными потоками, компания может использовать следующие стратегии:

- 1.Улучшение маркетинга с помощью существующего продукта на текущем рынке.
- 2.Проникновение на новые рынки.
- 3.Расширение ассортимента продукции.
- 4.Диверсификация.
- 5.Расширение за счет приобретений [4].

Рассмотрим их подробнее.

Улучшение маркетинга с помощью существующего продукта на текущем рынке. Это самая практическая и не имеющая отношения к старой теории стратегия, которая касается большинства предприятий малого и среднего бизнеса. Главная цель этой стратегии - бросить вызов самим себе в выборе сообщений, денежных потоков пользователей и маркетинговых каналов.

Развитие рынка. Эта стратегия предполагает увеличение продаж существующих продуктов на новых рынках. Рост рынка может принимать самые разные формы. Компания может расширить продажи в новом географическом районе - в новом городе или в другой стране. Это может быть сделано через партнерство с дистрибуторами с устоявшимися сетями. Известные бренды могут расширить рынок, предлагая местным предпринимателям варианты франшизы [5].

Расширение ассортимента. Эта стратегия также известна, как дальнейший процесс разработки продукта, который включает в себя запуск новых услуг или

продуктов на существующих рынках. Этот метод является полезным дополнением к любой модели роста бизнеса, поскольку он основан на существующей инфраструктуре представления ассортимента.

Диверсификация. Этот рискованный метод известен как запуск новых продуктов на новые рынки, этот метод хорош для более зрелых компаний с сильными позициями на своем целевом рынке.

Приобретения. Этот метод хорош для зрелых компаний, для расширения деятельности. Недостатком этого метода являются высокие первоначальные затраты, но в долгосрочной перспективе - это экономически эффективный способ захвата нового рынка или увеличения его доли [6].

Одна из главных причин, по которой руководители оптимистично оценивают перспективы роста денежных потоков, заключается в том, что они в значительной степени слепы к угрозам, которые потенциально могут подорвать их бизнес и операционные модели. На самом деле почти все компании уязвимы перед некоторыми разрушительными угрозами.

Хорошой новостью является то, что более половины (65%) компаний признают, что они находятся в зоне риска, даже если они считают этот риск низким [7].

Получение положительного денежного потока является необходимым условием для роста денежных потоков компаний [8].

Компании на более крупных рынках с менее агрессивной конкуренцией (или защитой от конкуренции) и лучшим управлением денежными потоками могут поддерживать высокие темпы роста дохода в течение более длительных периодов времени. Установление абсолютного изменения доходов, учитывая темпы роста денежных потоков, будут иметь тенденцию к снижению с течением времени для всех растущих компаний, но темпы снижения будут варьироваться в разных компаниях.

Самый простой и удобный сценарий - это тот сценарий, в котором текущая маржа компании оцениваемой фирмы устойчива и может использоваться в качестве ожидаемой маржи с течением времени. Однако в

большинстве развивающихся компаний более вероятно, что текущая маржа, а с ней и денежный поток будет меняться с течением времени [9].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ковалев В. В. З Оценка эффективности влияния денежных потоков на стоимость компании / В. В. Ковалев. - М.: Бек, 2017. – 49 с.
2. Ефимова О. В. Анализ финансового положения / О. В. Ефимова. - М.: Наука, 2017. – 155 с.
3. Егембердиева С.К. Контроль финансовой отчетности / С.К. Егембердиева. - А.: Каржы- каражат, 2017. - 512 с.
4. Дюсембаев К.Ш. Денежный оборот компании/ К.Ш. Дюсембаев. – А.: Білім, 2018. – 250 с.
5. Радостовец В.К. Совершенствование методики оценки эффективности использования денежных потоков компании / В.К. Радостовец О.Н. Шмидт. - - А.: Центраудитор - Казахстан, 2018. – 177 с.
6. Дюсембаев К.Ш. Анализ финансовой отчетности / К.Ш. Дюсембаев. - А.: Каржы-каражат, 2017. – 142 с.
7. Баймуратов У.Б. Национальная экономическая система / У.Б. Баймуратов. - А.: Ғылым, 2017. - 323 с.
8. Аблайханова Г.Д. Документальное оформление результатов финансового оборота компании/ Г.Д. Аблайханова. - А.: Ғылым, 2018. – 205 с.
9. Бурцев В. В. Механизм управления денежными потоками компаний / В. Бурцев // Финансы. - 2020. -№6. - С. 59 -62.