

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ ВОЛАТИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

THE PROBLEMS OF FORMATION OF THE SUSTAINABLE FINANCIAL MECHANISM ORGANIZATION OF THE MEDIA INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF VOLATILITY ENVIRONMENT

*G. Samsonova
Y. Altunina
M. Samsonov*

Annotation

The article says that today reinforced the need to enhance the stability of the financial management in the organizations of the media industry, due to the volatility of the external environment of operation. Identified key challenges of sustainable financial mechanism of the formation of media. To reduce the probability of occurrence and elimination of potential threats in the financial sector of the media industry of any organization should be introduced into the structure of the financial mechanism of the risk management system, which should be directed to the classification and systematization of all possible risks. The paper proposes the formation of a sustainable financial mechanism, which consists of six stages: 1. Analysis of Financial Relations: types and forms; 2. The choice of methods of management of financial resources; 3. Selection of methods of quantitative measurement of financial stability; 4. Establish relationship stability of the organization, depending on the external environment; 5. Establishment of appropriate financial mechanisms operating conditions; 6. Develop and implement a risk management system.

Keywords: media company, financial resources, risk management, financial crisis, financial management.

Самсонова Галина Ивановна

К.э.н., доцент каф. рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО "Московский государственный университет печати им. Ивана Федорова"

Алтунина Юлия Олеговна

К.э.н., доцент каф. рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО "Московский государственный университет печати им. Ивана Федорова"

Самсонов Михаил Иванович

Аспирант каф. экономики и менеджмента медиабизнеса ФГБОУ ВПО "Московский государственный университет печати им. Ивана Федорова"

Аннотация

В статье говорится о том, что сегодня усиливается необходимость повышения устойчивости управления финансами в организациях медиаиндустрии, что обусловлено волатильностью внешней среды функционирования. Выявлены ключевые проблемы формирования устойчивого финансового механизма медиакомпаний. Для сокращения вероятности и устранения возникновения потенциальных угроз в финансовой сфере любой организации медиаиндустрии необходимо внедрять в структуру финансового механизма систему управления рисками, которая должна быть направлена на классификацию и систематизацию всех возможных видов рисков. В статье предлагается процесс формирования устойчивого финансового механизма, состоящий из шести этапов: 1. Анализ финансовых отношений: виды и формы; 2. Выбор методов управления финансовыми ресурсами; 3. Выбор способов количественного измерения финансовой устойчивости; 4. Установление взаимосвязи устойчивости организации в зависимости от внешней среды; 5. Установление соответствия финансового механизма условиям функционирования; 6. Разработка и внедрение системы управления рисками.

Ключевые слова:

Медиакомпания, финансовые ресурсы, управление рисками, финансовый кризис, управление финансами.

Медиаиндустрия сегодня представляет собой неотъемлемый элемент сферы услуг, оказывающий значительное влияние на состояние смежных отраслей экономики (индустрию культуры и развлечений, телекоммуникационную отрасль и другие), определяет целевые приоритеты общественного развития общества, а также методы и механизмы их реализации. В

современных условиях происходит трансформация структуры медиаиндустрии, очень быстро меняются способы и методы получения информации, возрастает роль Интернет-ресурсов, однако традиционные средства массовой информации не теряют своей актуальности и востребованности.

Растет вовлеченность населения и хозяйствующих

объектов в информационное пространство, растет частота и усиливается интенсивность информационно-коммуникационных процессов, что характеризуется существенным повышением удельного веса показателей организаций медиаиндустрии в формировании валового внутреннего продукта (ВВП). Однако в настоящее время доля российской медиаиндустрии в ВВП составляет всего 1,5 %, в то время как в развитых странах данный показатель находится на уровне 3% [5], причем темпы прироста продукции медиаиндустрии превышают темпы прироста национальных ВВП.

Жизненно важной для любой организации медиаиндустрии можно назвать проблему повышения устойчивости механизма управления финансовыми ресурсами. Привлекая из различных источников финансовые потоки, медиакомпании всегда сдерживаются в своей деятельности целью и миссией организации, находятся под пристальным вниманием общественности в отношении результатов распространения медиапродукции из-за специфического характера их формирования. В случае если цели организации медиаиндустрии не достигаются, такие медиакомпании теряют деловую репутацию и доверие как со стороны общества в целом, так и со стороны потребителей, что, естественно, ставит под сомнение вопрос об устойчивости функционирования подобных организаций.

Для предотвращения возможных негативных ситуаций следует ужесточать требования к качеству принимаемых управленческих решений, прежде всего, в сфере управления финансами. Необходимо расширять способности существующего финансового механизма адаптироваться под динамично изменяющиеся условия среды функционирования, что выводит на первый план проблему разработки и внедрения в структуру механизма мероприятий по выявлению, систематизации по преодолению различных факторов риска, включению их в системы стратегического бизнес-планирования для проведения комплексной оценки финансовой деятельности организации медиаиндустрии.

Волатильность среды функционирования организаций медиаиндустрии определяется совокупностью факторов, которые можно разделить на две группы: специфические и неспецифические.

Специфические факторы, определяющие волатильность, носят отраслевой характер и связаны с деятельностью медиакомпаний, главными из которых можно назвать следующие:

- ◆ разработка и внедрение современных технологий, которые обеспечивают высокую скорость информационного взаимодействия между производителями и потребителями медиауслуг и преодоление барьеров, которые ограничивают распространение информации;

- ◆ повышение значения средств массовой информации, выступающих в качестве инструмента неценовой конкуренции (рекламная деятельность);

- ◆ трансформация содержания стратегий развития в результате увеличения численности населения, увеличение свободного времени и повышения качества жизни, в связи с чем наблюдается положительная динамика спроса на медиапродукцию и др.

Неспецифические факторы, определяющие волатильность, являются общими для всех хозяйствующих субъектов, главными из них можно назвать следующие:

- ◆ ограниченность финансовых ресурсов;
- ◆ повышенные налоговые и финансовые риски;
- ◆ неопределенность экономической ситуации;
- ◆ нестабильность геополитической ситуации и др.

Вышеуказанные факторы способствуют возникновению проблем функционирования любой организации медиаиндустрии, что вынуждает их осуществлять поиск новых методов определения перспективных приоритетов стратегического развития, управления финансовыми ресурсами, разработки системы управления рисками.

В данном контексте становится важной всесторонняя оценка рисков медиакомпаний во всех аспектах деятельности:

- ◆ экономическом;
- ◆ социальном;
- ◆ общественном;
- ◆ финансовом и др.

Решение задачи формирования устойчивого финансового механизма осложняется невозможностью определения конечных результатов функционирования, отсроченным характером возможных последствий и другими причинами [3].

Понятие "риска" применительно к деятельности организации медиаиндустрии обозначает возможность (вероятность) возникновения не спланированных событий в сфере управления финансами, результатом которых является нанесение экономического ущерба, действующей в качестве потребителя ограниченных финансовых ресурсов. При этом потенциальный ущерб может достигать различного уровня в зависимости от степени влияния фактора, который определяет конкретный вид риска.

Наиболее сложные проблемы в процессе осуществления идентификации и систематизации рисков возникают в результате того, что одной из основных целей функционирования организаций медиаиндустрии, помимо максимизации прибыли и снижения издержек, является предоставление конечным пользователям качественной и достоверной информации, поэтому результаты деятельности медиакомпаний необходимо трансформи-

ровать в конкретные количественные показатели.

Любая организация медиаиндустрии, становясь участником деятельности по производству медиапродукции, имеет своей целью для выполнения принятых на себя обязательств достижение стабильности обеспечения финансами для поставленных целей и поддержания собственной деловой репутации. Таким образом, специфические особенности деятельности различных видов организаций медиаиндустрии подразумевают различные виды и уровни рисков, но, поскольку любая деятельность связана с потреблением финансовых ресурсов, поэтому проводя анализ рисков и определяя роль возможных факторов риска, необходимо знать источник возникновения риска, его характеристики с учетом направления и степени действия, а также сферы деятельности.

Главным способом устранения указанных выше проблем является, по нашему мнению, формирование устойчивого финансового механизма, при помощи которого можно ограничить влияние волатильности внешней среды. Процесс формирования устойчивого финансового механизма представлен на рис. 1.

Для принятия оптимальных управленческих решений в области управления финансами и в условиях ограниченной информации о характеристиках внешней среды процесс формирования устойчивого финансового механизма должен состоять из нескольких этапов:

1. Анализ финансовых отношений: определение видов и форм. На данном этапе происходит изучение всех возможных отношений, возникающих в процессе функционирования организации медиаиндустрии в отношении управления финансами: источники привлечения и формы их использования, партнеры, сроки и периодичность возникновения и т.д.

2. Выбор методов управления финансовыми ресурсами. На втором этапе происходит составление перечня возможных методов управления финансовыми ресурсами, выбирается наиболее перспективный метод. В современных условиях повышенных рисков наиболее приоритетным является стратегическое бизнес-планирование, которое позволяет провести анализ возможных инвестиционных и других видов рисков; комплексное исследование финансово-хозяйственной деятельности предприятия; проверку положения организации на медиарынке и др.

3. Выбор способов количественного измерения финансовой устойчивости. На данном этапе составляется перечень критериев финансовой устойчивости и определяется наиболее целесообразный способ их количественного измерения. В качестве таких критериев можно использовать коэффициенты рентабельности, коэффициенты ликвидности, фондоотдача, удельный вес активов организации, которые финансируются за счет надежных (долговременных) и/или собственных источников и т.д.



Рисунок 1 - Процесс формирования устойчивого финансового механизма организации медиаиндустрии в условиях волатильности внешней среды.

4. Установление взаимосвязи устойчивости организации в зависимости от внешней среды. На данном этапе проводится исследование взаимосвязи выбранных критериев финансовой устойчивости и условий внешней среды, результатом данного этапа является управленческое решение в отношении соответствия выбранных на третьем и втором этапе способов и методов управления финансовыми ресурсами.

5. Установление соответствия финансового механизма условиям функционирования. На данном этапе проводится полный анализ финансового механизма организации медиаиндустрии и устанавливается его соответствие существующим условиям функционирования. Результатом выполнения данного этапа является выявление наиболее уязвимых элементов финансового механизма (любые виды рисков).

6. Разработка и внедрение системы управления рисками. На основе результатов проведенного пятого этапа формируется полный перечень рисков, которые могут возникать в процессе управления финансами, проводится их классификация и систематизация. Затем проводится изучение всех возможных источников риска и разрабатываются мероприятия по снижению и/или устранению последствий их возникновения.

Законы рыночной экономики показывают, что высокая устойчивость финансового механизма организаций медиаиндустрии обеспечивается только при условии прогнозирования любого изменения в управлении финансами. Высокие риски, усиление конкуренции, ограни-

ченность ресурсов способствуют развитию такого направления финансового менеджмента, как повышение устойчивости финансового механизма за счет использования инструментов риск-менеджмента.

В организациях медиаиндустрии финансовый механизм можно назвать основой управления как отдельным коммерческим проектом, так и, собственно, всеми финансовыми ресурсами. Благодаря указанному механизму появляется возможность получить детальный анализ экономических и финансовых проблем, заставляет мобилизовать финансовый потенциал организации.

Вопросы формирования устойчивого финансового механизма любой организации медиаиндустрии связаны с определением наиболее перспективных и потенциально успешных направлений использования ограниченных финансовых ресурсов, при этом в периоды возникновения кризисных ситуаций наиболее востребованной бывает ориентация на выявление рисков и неопределенностей, заключающаяся в том, чтобы согласованно использовать внешние возможности организации и ее внутренний динамический потенциал для обеспечения экономического роста организации.

В процессе осуществления процесса формирования финансового механизма оцениваются все возможные риски: финансовые, налоговые, правовые и т. д. на основе любых сведений, независимо от источников их происхождения. Исследование полученной информации проводится отдельно по направлениям, затем формируется сводный анализ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Д.В. Комплексная оценка финансовой устойчивости организации // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. №6-1. С.210-212.
2. Ковтун С. Д. Фундаментальные и методологические основы программного финансового обеспечения // Фундаментальные исследования. 2014. №12-2. С.359-361
3. Крайнова К. А. Методика анализа финансовой устойчивости предприятия в условиях кризиса [Текст] / К. А. Крайнова, Е. А. Кулина, В. С. Сатушкина // Молодой ученый. – 2015. – №11.3. – С. 46-50.
4. Осипова С. Л. Методические аспекты оценки финансовой устойчивости предприятия // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. №34. С.235-240.
5. Официальный сайт Министерства связи и массовых коммуникаций РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.minsvyaz.ru
6. Пихтарева А.В. Формирование стратегии финансовой устойчивости организации// Теория и практика общественного развития. 2012. №11. С.295-298.
7. Романенко О.А. Модель финансового механизма роста компаний // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. №5 (54). С.128-132.
8. Черемисинова Д.В. Концепции финансового обеспечения устойчивого экономического развития // Проблемы Науки. 2015. №11 (41). С.143-148.
9. Шаронин П.Н. Концептуальные подходы к оценке эффективности интеграции медиаорганизаций // Вестник МГУП. 2015. №3. С.162-176.
10. Шелтиева О.Е. Совершенствование формирования корпоративной финансовой стратегии на российских предприятиях // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. №8-1. С.255-259.