Черепахин А.Е

Финансовый Университет при Правительстве РФ
(филиал г. Новороссийск)
38.03.02 «Менеджмент» 4 курс
Научные руководители:
к.э.н. доцент Васильева Ю. В.[1],
***к.э.н., доцент** Заярная И.А.*[1]
[1]*Финансовый Университет при Правительстве РФ*
(филиал г. Новороссийск)

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

В малом бизнесе особенности менеджмента обусловлены преимущественно неформальным исполнением власти. Взаимоотношения между менеджером и подчиненными складываются довольно открыто и непосредственно. Со временем в практике выработались определённые требования к менеджеру малого бизнеса:

- авторитет менеджера зависит от его личных и профессиональных качеств, он должен быть всегда на виду;

- менеджер должен приспосабливать деятельность организации к часто меняющимся условиям;

- менеджер должен уметь предвидеть события, способствующие изменениям в фирме, также обладать большой гибкостью;

- должен уметь способствовать формирование и развитие эффективных рабочих групп;

- менеджер должен воспринимать подчиненных ни как отдельных личностей, а как группу, и поддерживать с ними общение непосредственно как с группой;

- задачей менеджера является учитывать отношения в коллективе, а не формализовывать их, поддерживать атмосферу;

- Должен уметь влиять на своих подчиненных и окружающих;

- Должен уметь развивать и обучать подчиненных;

-Менеджер также несет ответственность за выполненную работу и атмосферу в коллективе.

Требования, перечисленные выше, характеризуют профессионального и грамотного менеджера, который знает все особенности управления в малом бизнесе и учитывает их в своей работе.

На малом предприятии при управлении существует возможность возникновения ряда факторов, которые способны повлиять на принимаемые решения:

- структура капитала, его особенности;
- иерархия рисков;
- процент в кредитовании;
- отсутствие гарантий.

Отсюда видно, что для успешной работы любого малого предприятия необходима постановка финансового менеджмента.

Организация финансового менеджмента на предприятиях малого бизнеса связана с преодолением конкурентных преград на рынке и получением прибыли, что является достаточно важным фактором. Но для достижения целей финансового менеджмента необходимо дополнительно решить и ряд иных задач:

— оптимизировать денежные потоки;

— создать действенную систему планирования;

— проводить финансовый мониторинг и финансовый контроль;

— создать систему учета и отчетности полезной для внутренних и внешних пользователей.

Оценка финансового положения фирмы является одной из важнейших составляющих финансового менеджмента, она представляет собой совокупность тех методов, которые, в ходе изучения результатов деятельности фирмы, позволяют оценить состояние его дел. В первую очередь, изучение финансового положения должно дать менеджеру картину его действительного состояния, а потом уже и лицам, которые

заинтересованы в финансовом состоянии фирмы, дать сведения, необоримые для рассмотрения решения.

Практика функционирования малого бизнеса в РФ показывает, что в небольших магазинах, например, автомастерской или парикмахерской, нет необходимости нанимать специалиста-менеджера. Как правило, функции управления берет на себя владелец маленькой фирмы, как бы совмещая должности. Но это не всегда наилучший вариант, так как отказываясь от делегирования полномочий, руководитель влечет за собой дефицит времени на управленческую должность, что в конечном сказывается отрицательно на результаты в работе. Владелец фирмы должен заниматься как текущими делами, так и смотреть вперед, видеть ориентиры и перспективы для развития своей организации. Поэтому, главной задачей руководителя-менеджера является определить оптимальную систему управления для достижения целей с учетом всех факторов, касающихся конкретного предприятия.

К управлению малым предприятием существует несколько подходов:

- Немецкий – маленькая компания сосредотачивается в своей стратегии на определенные сегменты рынка товара. Главным потребителем данного товара – население. Так как упор идет лишь в одной специализации, то появляется возможность у малого предприятия производить товар/услугу лучше своих конкурентов.

- Японский – малые предприятия тесно сотрудничают с крупными организациями. Главным потребителем будет являться крупная фирма. Малая компания производит различные комплектующие для крупных компаний для их комплектующих в основной продукции.

Таким образом, главным требованием к управлению малым предприятием в условиях рынка является обеспечение его приспособляемости к меняющимся условиям хозяйствования.

Список использованных источников:

1. Гаврилова А.Н.Финансовый менеджмент: учебное пособие / А.Н. Гаврилова, Е.Ф Сысоева, А.Н. барабанов, Г.Г. Чигарев. — 3-е изд. - М.: КНОРУС, 2016. — 336 с.

2. Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы: Учебник. 3-е изд. испр. Допол. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 493 с.

3. Надыршина А.Л. Развитие системы финансового менеджмента малых и средних предприятий // Финансовые исследования. - 2015. - № 1. - с. 110.

4. Ронова Г.Н., Алиева Э.Т., Бухтуев К.А. Экономика и современный менеджмент: теория и практика – Новосибирск: СибАК, 2015. [Электронный ресурс]: https://sibac.info/conf/econom/liv/43188 (Дата обращения: 18.04.2018г.)