

Киреева Вероника Павловна

магистрант

Московский областной филиал

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства

и государственной службы при Президенте РФ»

г. Красногорск, Московская область

СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ

ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ МЕДИАОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье представлены способы повышения платежеспособности медиаорганизаций в современных условиях рынка. Эффективное финансовое управление по всем направлениям будет обеспечивать медиаорганизацию оборотными средствами, поддерживать её ликвидность возможностью оплачивать все свои счета и выполнять обязательства перед заинтересованными сторонами.

Ключевые слова: платежеспособность, медиаорганизация, медиаиндустрия.

В условиях рыночной экономики обеспечение достойного уровня платежеспособности является чрезвычайно важной задачей для бизнеса, в целом, и медиаорганизаций, в частности. Низкая платежеспособность делает невозможным осуществление нормального производственного процесса и осуществления инвестиций, лишает возможностей привлечения дополнительных финансовых ресурсов вследствие низкого доверия кредиторов и других контрагентов, обуславливает дополнительные непроизводительные затраты.

От уровня платежеспособности компании зависит уровень ее инвестиционной и экономической привлекательности для всех участников рынка: потенциальных инвесторов, поставщиков, заказчиков, банков, клиентов и т. д., которые в условиях рыночной экономики имеют возможность выбрать альтернативный вариант удовлетворения своих потребностей между данной корпорацией и другими.

Для устранения низкой платежеспособности и неудовлетворительной ликвидности, приводящих к кризису платежеспособности компании необходимо осуществлять систематический анализ этих показателей с целью идентификации глубины кризиса, возможности улучшения платежеспособности и своевременного принятия, новых мер по антикризисному управлению. Такие направления работы дают возможность вовремя исправить кризисное состояние, или же осуществить санкционные действия с целью избегания банкротства. Исследователи и ученые на практике предлагают различные средства, пути и стратегии, которые имеют одну цель – повышение ликвидности и платежеспособности организаций.

Платежеспособность имеет неразрывную связь с финансовой устойчивостью и другими направлениями анализа финансового состояния компании. Анализ таких параметров необходимо осуществлять совместно, так как степень экономической стабильности будет отображать не только лишь состояние платежеспособности компании, но и уровень риска потери ее при неблагоприятных условиях.

Кроме того, показатели платежеспособности организации относятся к одним из основных показателей рисков ухудшение финансового состояния экономических субъекта ссылка [3, с. 180].

В качестве методов финансирования организации также могут использоваться: кредитование, в том числе мезонинное и бридж-кредит, госзаказ, краудное финансирование и т. д. [4, с. 49].

К наиболее известными методами также относится факторинг. Факторинг помогает превратить значительные объемы дебиторской задолженности в реальные деньги на счетах компании.

В.Н. Симоненко предлагает повысить платежеспособность организации путем оптимизации дебиторской задолженности. Чтобы достичь оптимизации предлагается усилить контроль за соотношением дебиторской и кредиторской задолженностями и проведение комплекса систематическую оценку дебиторской задолженности [6, с. 74]. Финансовые службы организаций должны

постоянно следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности, поскольку значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости компании и требует привлечения дополнительных средств, а превышение кредиторской задолженности может привести к неплатежеспособности организации.

Во время осуществления анализа дебиторской задолженности исходным моментом оптимизации является установление необходимого объема прироста чистого дохода от реализации продукции организации, то есть объемов продаж, которые осуществляются без отсрочки срока платежа. Для оптимизации управления дебиторской задолженностью Л.Ф. Сейко [5, с. 78] предлагает применять структурно-логическую модель процесса управления дебиторской задолженностью. Она состоит из этапов управления формированием дебиторской задолженности компании, которая включает анализ дебиторской задолженности, формирование принципов кредитной политики по отношению к покупателям, контроль за отгрузкой продукции, выпиской счета и отправки его покупателю, составление картотеки дебиторов, контроль за финансовым состоянием дебитора и планирование дебиторской задолженности. Соглашаемся, что предложенный механизм управления дебиторской задолженностью дает не только возможность контролировать платежно-расчетные взаимоотношения, но и способен обеспечить повышение платежеспособности и ликвидности организации.

Для полиграфических организаций, помимо указанных, можно предложить еще такие меры: повышение заработной платы для поощрения работников; продажа основных средств, которые не используют на предприятии; проведение модернизации устаревшего оборудования для улучшения эффективности производства; продажа готовой продукции, которую долгое время хранили на складах предприятия; приобретение материалов для изготовления продукции и т. п.

Выводы

В условиях рыночной экономики, поддержания платежеспособности на должном уровне является чрезвычайно важной задачей для любой

медиаорганизации. Таким образом, для повышения платежеспособности медиаорганизаций необходимо: во-первых, систематически проводить анализ ликвидности и платежеспособности, выявления отклонений от нормативных значений; во-вторых, осуществлять постоянный контроль динамики поступления средств и за соблюдением платежно-расчетной дисциплины для своевременного выявления потенциальных должников; в-третьих, обеспечить эффективную работу организаций, путем проведения маркетинговой политики для стимулирование спроса на услуги медиакомпаний; в-четвертых, отказаться от части капитальных вложений, превышающих финансовые возможности организаций.

Эффективное финансовое управление по всем направлениям будет обеспечивать медиаорганизацию оборотными средствами, поддерживать её ликвидность возможностью оплачивать все свои счета и выполнять обязательства перед работниками, контрагентами, акционерами, инвесторами, кредиторами и другими заинтересованными сторонами.

Список литературы

1. Акатьева М.Д. Эффективное использование оборотных активов медиаорганизации: теоретические и аналитические аспекты / М.Д. Акатьева, О.В. Жукова // Медиаэкономика 21 века. – 2017. – №6. – С. 79–82.
2. Поздняков В.Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / В.Я. Поздняков, В.Я. Поздняков. – М.: НИЦ Инфра-М, 2015. – 617 с.
3. Рыхтикова Н.А. Анализ и направления рисками организациями. – М.: Инфра-М, 2018. – 248 с.
4. Рыхтикова Н.А. Управление рисками финансирование организации в условиях экономического кризиса// The Genesis of Genius. – 2007. – №1. – / С. 48–51.
5. Сейко Л.Ф. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2017. – 372 с.

6. Симоненко В.Н. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика фирмы: Учебник / Н.Н. Симоненко, В.Н. Симоненко. – М.: Магистр; НИЦ Инфра-М, 2017. – 512 с.