

اثر بخشی مدیریت مالی کارمندان سازمان بنادر و دریانوردی

حبیب سالاری

کارشناسی مدیریت لجستیک بنادر
کارشناس پاس شناور و لنگرگاه اداره بنادرودریانوردی

چکیده

امروزه، اثر بخشی مدیریت مالی کارمندان سازمان بنادر و دریانوردی و استفاده از توان و تجربه بخش مالی برای کارآیی و اثر بخشی سازمان ها، اهمیت بسیار دارد. بر این مبنا برای اجرای روش های تامین مالی متعدد تدوین می شود که موجب نارسایی و نهایتاً منجر به عدم اجرایی شدن برنامه مالی می گردد. تمرکز بر حداکثرسازی ارزش به صورت عنصری غیرقابل بحث در آغاز قرن بیست و یکم پدیدار شد. آموزش هنر مدیریت امور مالی در هر سازمان رشته ای ضروری برای ایجاد و حفظ پایداری مالی است. این تحقیق تلاش دارد به بررسی و تایید موضوع ذیل بپردازد: وضوح یکپارچه (IC) و چارچوب های نظارت- بودجه بندی - برنامه ریزی یکپارچه (IPBMS) در صورتی به بهترین نحو به کار می آیند که تمام فعالان اصلی صاحب قدرت برای تاثیرگذاری بر طرح های استراتژیک و تصمیم گیری مالی، متقاعد شده باشند که نظارت، مشارکت فعال، پاسخگویی و تعهد به اهداف و مقاصد سازمان آموزشی شرایط ضروری هستند تا تغییرها و مداخله های سازمانی کارآمد با حداکثر نتایج و حداقل هزینه و اتلاف حاصل شوند.

واژگان کلیدی: ۱. مدیریت مالی ۲. سازمان ۳. اثربخشی ۴. برنامه ریزی ۵. بودجه بندی

مقدمه

در سال ۱۹۰۰ مدیریت مالی یک رشته علمی شد. از آن زمان تاکنون وظایف و مسئولیت های مدیریت مالی همواره دستخوش تغییر بوده است و تردیدی نیست که در آینده نیز شاهد تغییرات بیشتری خواهد بود. تا سال ۱۹۰۰ مدیریت مالی جزئی از اقتصاد کاربردی بود. طی دو دهه ۱۸۹۰ و ۱۹۰۰ چندین شرکت بزرگ امریکایی درهم ادغام شدند. ۷۸ شرکتی که به دنبال این ادغام ها به وجود آمدند، نیمی از کل تولیدات صنایع مربوط را در دست گرفتند. این ادغام ها نیازمند سرمایه های هنگفت بود. مدیریت ساختار سرمایه یکی از وظایف مهم مدیران شد و مدیریت مالی رشته خاصی از مدیریت بازرگانی شد. یادآوری این نکته مهم است که در آن زمان، چگونگی تهیه صورت های مالی و تجزیه و تحلیل آن ها دوران طفولیت خود را می گذراند. تجزیه و تحلیل های مالی فقط در داخل شرکت ها انجام می شد. به آنان که در خارج از سازمان قرار داشتند، مانند سرمایه گذاران، گزارش هایی در مورد وضع مالی و عملکرد شرکت ها داده نمی شد تا بتوانند در زمینه های سرمایه گذاری تصمیم گیری کنند. در دهه ۱۹۲۰ شرکت های تولیدی مقادیر فراوانی کالا تولید کردند و سودهای کلانی بردند. این امر باعث شد مسائل برنامه ریزی و کنترل (به ویژه از نظر قدرت نقدینگی) به تدریج در مبحث مدیریت مالی مورد توجه قرار گیرد. ولی تامین مالی این شرکت ها و مسائل مبتلا به ساختار سرمایه (در مورد ادغام ها) باعث شد که موسسات تامین سرمایه به سرعت رشد یابند. سندیکاهایی که در سایه وجود موسسات تامین سرمایه پدید آمدند به تامین مالی شرکت ها (از راه تضمین خرید اوراق بهادار منتشر شده) کمک های شایانی کردند. با پیدایش صنایع جدید و اقدامات صنایع قدیم در راه دستیابی به تغییرات ناشی از تکنولوژی نوین و سازش با آن، مبحث مدیریت مالی نیز بر پایه علمی استوار شد. این رشته علمی با استفاده از علوم کامپیوتر، پژوهش عملیاتی و اقتصاد سنجی همچنان راه تکامل می پیماید. این روش های علمی که از سال ۱۹۵۰ یکی پس از دیگری عرضه شد به صورت ابزاری درآمد که شرکت ها برای تجزیه و تحلیل طرح های مختلف سرمایه گذاری و محاسبه ریسک و بازده از آنها استفاده می کنند. برای محاسبه حداقل بازده مورد نظر، تجزیه و تحلیل و تحقیقات زیادی انجام شده است. در دهه ۱۹۵۰ نظریه ای عرضه شد به نام نظریه نوین مدیریت مجموعه اوراق بهادار یا نظریه نوین مدیریت پرتفوی. اساس و مبنای این نظریه، میزان ریسک و بازدهی است که دارنده مجموعه اوراق بهادار از آن بهره مند می شود. مساله ای که این نظریه با آن روبرو است، درجه ریسکی است که سرمایه گذار با توجه به مجموعه اوراق بهادار خود محاسبه می کند (و نه فقط ریسک متعلق به اقلام خاصی از آن پرتفوی).

بخش اول: تعریف مدیریت مالی

مدیریت مالی عبارتست از کاربرد اصول و مفاهیم اقتصادی برای تصمیم گیری و حل مساله. به بیان ساده می توان گفت مدیریت مالی همان اقتصاد کاربردی است. بسیاری از آنچه را که در اقتصاد خرد و کلان می آموزیم، در مطالعه اصول مدیریت مالی به کار می گیریم به طور کلی، می توان عنوان مدیریت مالی را به سه حوزه کلی ولی مرتبط تفکیک کرد:

۱- مدیریت مالی: که گاهی اوقات *finance corporate* و یا *business finance* نیز خوانده می شود عبارتست از مدیریت مالی بنگاه های کسب و کار. به بیان ساده، عبارتست از تصمیم گیری مالی در داخل واحدهای تجاری. وظیفه مدیر مالی عبارتست از حفظ نقدینگی، استفراض از بانک، تحصیل سایر شرکت ها و و انتشار اوراق قرضه و سهام است.

۲- سرمایه گذاری: که با قیمت گذاری اوراق بهادار و رفتار بازارهای مالی سروکار دارد. به عنوان مثال، ممکن است وظیفه یک مدیر سرمایه گذاری، شامل ارزش گذاری سهام عادی، انتخاب اوراق بهادار برای یک صندوق بازنشستگی یا ارزیابی عملکرد پرتفوی باشد.

۳- موسسات مالی: که به شرکت های مالی نظیر بانک ها مربوط می شود. قطع نظر از حوزه مدیریت مالی که در آن حیطة مشغول فعالیت هستید، از دانش مدیریت مالی مشابهی استفاده خواهید کرد.

بخش دوم: سیر تکاملی مدیریت مالی

با توجه به آنچه تا کنون گفته شد، سیر تکاملی مدیریت مالی دارای سه ویژگی مهم به شرح زیر است:

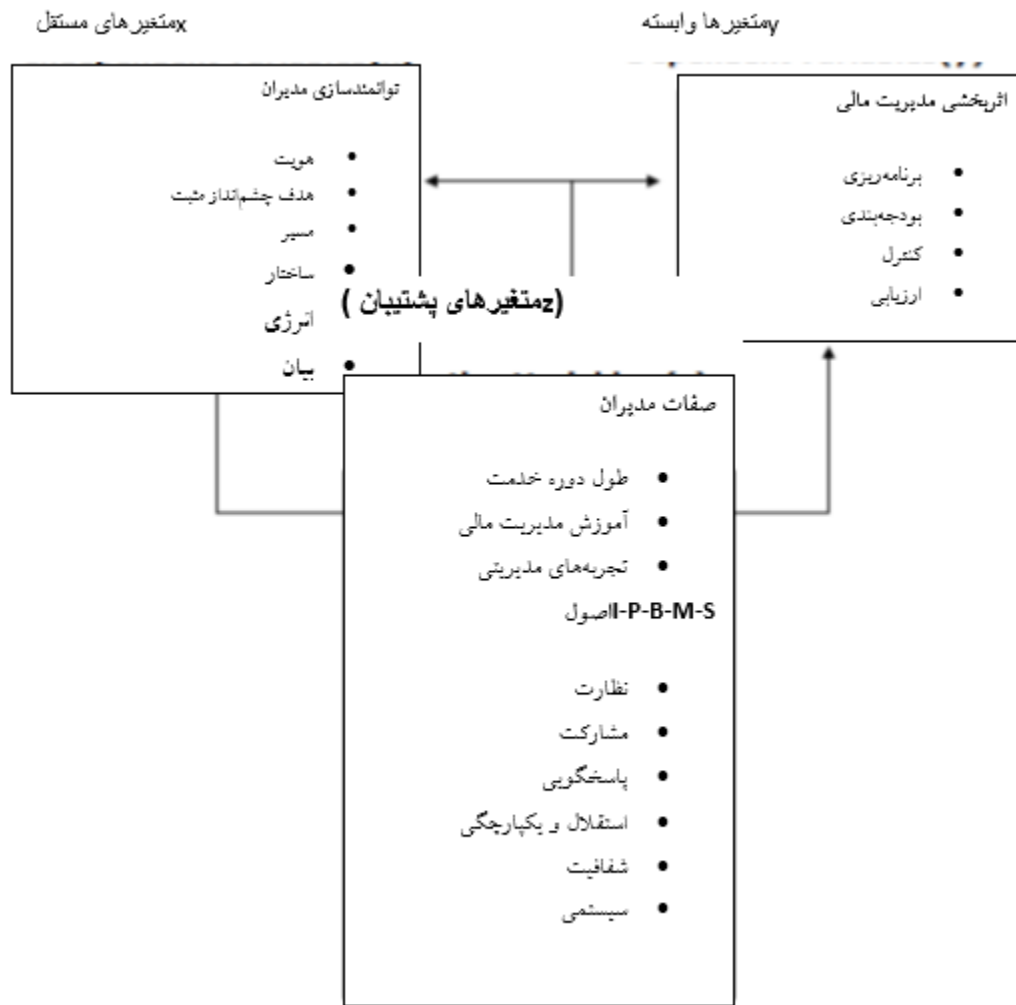
۱- مدیریت مالی رشته نسبتاً جدید و از شاخه های علم مدیریت است.

۲-مدیریت مالی آن گونه که در حال حاضر به کار می رود بر تصمیم گیری استوار است واز ابزارها و روش های تجزیه و تحلیل داده ها، کامپیوتر، اقتصاد و حسابداری مالی استفاده می کند.

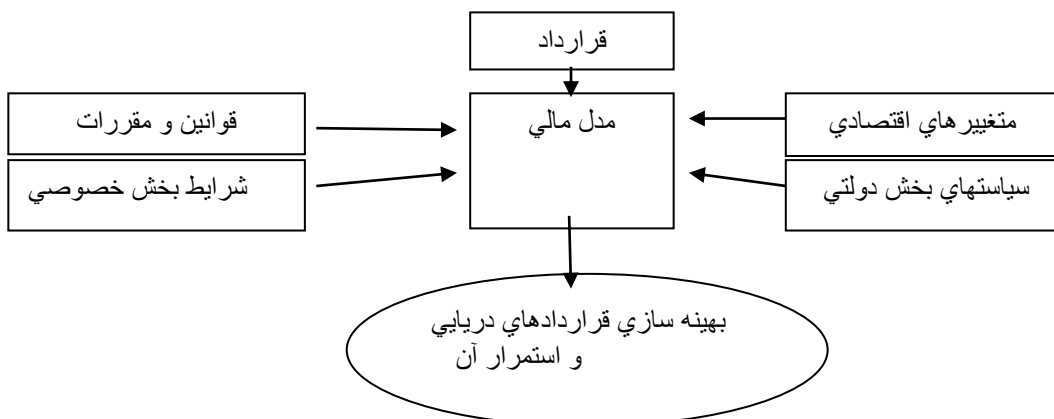
۳-حرکت مستمر و سرعت فزاینده پیشرفت های اقتصادی، نویدبخش این است که مدیریت مالی نه تنها نقشی مهم تر برعهده می گیرد بلکه بر سرعت پیشرفت این رشته علمی باز هم افزوده خواهد شد تا بتواند راهگشای مدیران شرکت هایی باشد که همواره با مسایل و مشکلات تازه روبرو هستند.

ارتباط معنی دار وجود دارد بین متغیرهای پشتیبان و عوامل موثر بر توانمندسازی مدیران و اثربخشی مدیریت مالی؛ وعوامل موثر بر توانمندسازی مدیران مالی سازمان بنادر و دریانوردی و اثربخشی مدیریت مالی وجود دارد. عوامل معین موثر بر توانمندسازی مدیران و کارکردهای اثربخشی مدیریت مالی به صورت معنی دار توسط اصول برنامه ریزی یکپارچه، سیستم نظارت و بودجه بندی و تا حدی در ارتباط با طول دوره خدمت و آموزش مدیریت مالی و مهیاسازی تحت مشخصه های مدیران تقویت شده اند. هدف این تحقیق شناسایی عواملی است که می توانند بر توانمندسازی مدیران مالی سازمان بنادر و دریانوردی و اثربخشی مدیریت مالی موثر باشند و در این فرایند نحوه همبستگی این دو عامل را برای پیشنهاد طرح توسعه پایدار مالی و توانمندسازی مشخص کنند. کارآمدی و اثربخشی مدیریت مالی در صورتی افزایش می یابند که کارکردهای معین برنامه ریزی، بودجه بندی، کنترل و ارزیابی با اصول IPBMS مطابق با فراوانی اهمیت مشارکت، MBO، سیستمی، شفافیت، استقلال و یکپارچگی و در نهایت، نظارت تکمیل شوند. براساس این نتیجه، در زمان پیشرفت بودجه بندی و برنامه ریزی سازمانی، طول دوره خدمت مدیران مالی سازمان بنادر و دریانوردی و آماده سازی و تجربه های مالی عوامل تقویت کننده اثربخشی مدیریت مالی هستند. هدف چشم انداز مثبت یا بیانیه ماموریت موسسه کاتولیک به شکلی معنی دار ارتقا یافت چرا که فرایند و پویایی شناسی برنامه ریزی، بودجه بندی، کنترل و ارزیابی توسعه و بهبود یافتند. مسیری که به طرح های استراتژیک، اهداف، اولویت ها، فعالیت ها و اهداف موسسه معنا می داد هنگامی بهتر دنبال شد که مکانیسم های برنامه ریزی، بودجه بندی و کنترل و سیستم ها توسط معیارهای مشخص استانداردهای عملکرد برقرار و حمایت شوند که منجر به هویت شفافتر سازمانی و ایفای نقش بهتر در جامعه در سطح کلان می شود.

متغیرهای مورد بررسی در قالب یک مدل مفهومی و شرح چگونگی بررسی و اندازه گیری متغیرها: شکل ۱، الف ارتباطات متقابل را در میان متغیرهای مستقل (X)، متغیرهای وابسته (Y) و متغیرهای پشتیبان (Z) نشان داد.



متغیرهای مورد بررسی در قالب یک مدل دیگر مفهومی و شرح چگونگی بررسی و اندازه گیری متغیرها:



با توجه به آنچه تاکنون گفتیم، سیر تکاملی مدیریت مالی دارای سه ویژگی مهم به شرح زیر است:

الف). مدیریت مالی رشته‌ای نسبتاً جدید و از شاخه‌های علم مدیریت است. ب). مدیریت مالی آنگونه که در حال حاضر به کار می‌رود بر تصمیم‌گیری استوار است و از ابزارها با روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها، کامپیوتر، اقتصاد و حسابداری مالی استفاده می‌کند. ج). حرکت مستمر و سرعت فزاینده پیشرفت‌های اقتصادی، نویدبخش این است که مدیریت مالی نه تنها نقشی مهم‌تر بر عهده می‌گیرد، بلکه بر سرعت پیشرفت این رشته علمی باز هم افزوده خواهد شد تا بتواند راهگشای مدیران شرکت‌هایی باشد که همواره با مسائل و مشکلات تازه روبه‌رو هستند.

بخش سوم: وظایف کلی و شرح وظایف مدیریت مالی:

در راستای هدف اصلی مدیریت مالی، مدیر مالی وظایفی بعهده دارد تا بتواند به اهداف مزبور دست یابد:

۱- تجزیه و تحلیل و برنامه‌ریزی مالی (وظایف مربوط به سودآوری): شامل متناسب ساختن ساختار دارایی‌ها، بدهی‌ها و حقوق صاحبان سهام، بهبود عملکرد شرکت و برنامه‌ریزی آتی. در قالب این نوع تصمیمات، مدیر مالی با بررسی سلامت مالی شرکت، نیاز مالی آن را متناسب با عملکرد فعلی و رشد مورد انتظار آتی تعیین می‌کند. به عبارتی دیگر می‌توان این وظایف را شامل: کنترل هزینه‌ها؛ قیمت‌گذاری؛ پیش‌بینی سود؛ تحلیل بازده و ریسک در تصمیمات مالی.

۲- تصمیمات سرمایه‌گذاری: تخصیص وجوه تأمین شده بین دارایی‌های فیزیکی و مالی به نحو بهینه و برای تحصیل بیشترین بازده و بر مصارف سرمایه تأکید دارد و تعیین کننده ترکیب دارایی‌های شرکت است.

۳- تصمیمات تأمین مالی (تصمیمات مربوط به ساختمان مالی و سرمایه): تعیین و انتخاب بهترین شیوه تأمین مالی و ترکیب آن و بر منابع سرمایه تأکید دارد که این توانایی مدیریت از طریق صورت سود و زیان قابل مشاهده است.

شرح وظایف مدیر مالی شامل: تهیه و تدوین صورتهای مالی موسسه از طریق نظارت مستمر بر عملیات امور مالی و محاسباتی و تنظیم حسابها بر اساس آئین نامه و مقررات حاکم بر تحریر دفاتر و ضوابط مربوطه و صحت و سلامت آنها و تهیه گزارشات موردی مدیریت، نظارت بر عملکرد مالی رئیس حسابداری واحدهای اجرائی تابعه و واحدهای وابسته، نظارت و هماهنگی در اجرای قوانین و مقررات حاکم بر عملیات مالی موسسه و حفظ و حراست از اسناد و دفاتر مالی، تبادل اطلاعات مالی موسسه حسب مورد با دستگاههای نظارتی قانونی با هماهنگی مقام مسئول موسسه مکاتبه با واحدهای تابعه دانشگاه حسب ضرورت، نگهداری و تحویل و تحول وجوه نقدینه ها و سپرده ها و اوراق بهادار و پیگیری و نظارت مستمر بر وصول به موقع درآمدهای موسسه، اجرای کدینگ (طبقه بندی) حسابها بر اساس شکل متحدبه منظور ایجاد وحدت رویه و قابلیت مقایسه گزارشات مالی بین موسسات پس از تصویب رئیس موسسه و هیئت امناء، شناسایی و نگهداری حساب مقدراری و ریالی اموال، ماشین آلات و تجهیزات و دارائی های موسسه، اطلاع و کنترل کلیه تفویض اختیارات جهت امضاءها ی مجاز در مصرف منابع و فراهم نمودن شرایط هماهنگی بین آنان، اجرای آن بخش از عملیات مالی موسسه که در چارچوب بودجه تفضیلی مصوب هیئت امناء برعهده مدیر امور مالی می باشد، پیگیری و به روزرسانی مانده حساب های سنواتی، نظارت بر اجرایی نمودن روش های متداول حسابداری در موسسه و اجرای دستورالعملهای پیش پرداخت و علی الحساب، تقسیط بدهی و تضمینات و انبارگردانی، رسیدگی، دارائی های ثابت و تنخواه گردان و مسئول اجرای این فرآیند

بخش چهارم: ویژگی ها و واحدهای زیر نظر مدیر مالی :

واحدهای زیر نظر مدیر مالی، شامل: الف) اداره حسابداری منابع و تأمین اعتبار ب) اداره حسابداری ج) پرسنلی (شاغلین و بازنشستگان) د) اداره نظارت و پایش عملکرد مالی ه) حسابداری سایر واحدها (اورژانس - دانشگاه و...)

ویژگی های مدیریت مالی اینست که: ۱- تحلیلی است. ۲- مبتنی بر اصول اقتصادی است. ۳- از اطلاعات حسابداری به عنوان نهاده ورودی تصمیم گیری استفاده می کند. ۴- مطالعه چگونگی سرمایه گذاری و افزایش بهره وری پول است. ۵- دائماً در حال تغییر است. ۶- دارای چشم انداز جهانی است.

بخش پنجم: هدف مدیریت مالی و نقش وی:

هدف مدیریت مالی به حد اکثر رساندن ارزش شرکت است. مفهوم این هدف بسیار پیچیده است. مدیران شرکت با دینفعان بسیاری نظیر مالکان، بستانکاران، فعالان بازار سرمایه سروکار دارند. این هدف، ترجمان بیشینه ساختن ثروت سهام داران در شرکت های سهامی است که به صورت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام برابر ارزش فعلی جریان نقدی آتی مورد انتظار مالکان است. همان طور که اشاره شد، هدف مدیریت مالی به حداکثر رساندن ثروت مالک است. تحقق این مهم از طریق حداکثر نمودن سود اقتصادی میسر است که دارای مفهومی متفاوت با سود حسابداری است.

سود اقتصادی شامل تفاوت درآمدها و هزینه هاست که این هزینه ها شامل هزینه فرصت منابع سرمایه گذاری برای وجوه است. سود نرمال، حداقل بازدهی مورد تقاضای سرمایه گذار برای وجوه خود است. به عبارت دیگر، مقدار سود در شرایطی است که سود اقتصادی صفر است. سود اقتصادی و حسابداری متفاوت هستند زیرا سود حسابداری هزینه فرصت وجوه را نادیده انگاشته و مشمول رویه های حسابداری است که ممکن است جریان نقدی واقعی و واقعیت اقتصاد را نشان ندهد.

و در خصوص نقش مدیر مالی، اینکه شرکت های سهامی برای ادامه کسب و کار خود نیازمند انواع متنوعی از دارایی های واقعی هستند. بسیاری از این دارایی ها چون کارخانه و ماشین آلات در زمره دارایی های مشهود جای می گیرند. سایر دارایی ها مانند دانش تخصصی و حق الامتیاز نامشهود هستند. باید بابت تمام این دارایی ها وجه پرداخت شود. شرکت های سهامی برای تامین این وجوه نسبت به فروش ادعاهایی نسبت به اینان دارایی ها و جریان نقدی عاید شده آنها در آینده اقدام می کنند. این ادعاها دارایی مالی خوانده می شود. به عنوان مثال، وقتی شرکتی از بانک وام می گیرد، بانک از او تعهد مکتوبی مبنی بر بازپرداخت اصل و بهره وام دریافت می دارد. بنابراین، بانک وجوه نقد خود را با یک دارایی مالی معامله کرده است. دارایی مالی فقط شامل وام بانکی نمی شود بلکه شامل انواع سهام، اوراق قرضه و... نیز است. جایگاه مدیر مالی میان عملیات شرکت و بازارهای مالی واقع شده است. وجوه دریافتی از سرمایه گذاران، جوه سرمایه گذاری شده در شرکت، وجوه ایجاد شده از طریق عملیات، وجوه مجددا سرمایه گذاری شده و به سرمایه گذاران وجوه بازگردانده شده است.

نتیجه گیری:

به بیان ساده می توان گفت مدیریت مالی همان اقتصاد کاربردی است. بسیاری از آنچه را که در اقتصاد خرد و کلان می آموزیم، در مطالعه اصول مدیریت مالی به کار می گیریم به طور کلی، می توان عنوان مدیریت مالی را به سه حوزه کلی ولی مرتبط تفکیک کرد. بنابراین مدیر مالی باید به دو سوال اساسی پاسخ دهد: در چه دارایی های واقعی سرمایه گذاری کند؟ و چگونه منابع لازم را برای تامین مالی این دارایی ها تجهیز کند؟ پاسخ سوال اول، سرمایه گذاری و تصمیمات بودجه بندی سرمایه ای است و پاسخ سوال دوم شامل تصمیمات تامین مالی شرکت است.

تقدیر و تشکر:

این تحقیق با حمایت مالی و علمی سازمان بنادر و دریانوردی انجام گرفته است.

منابع:

- ایزری، مهدی. رنجبریان. فتحی، بهرام سعید و قربانی، حسن (۱۳۸۸). "تأثیر بازاریابی داخلی بر بازاریابی و عملکرد سازمانی در صنعت هتل داری"، چشم انداز مدیریت، شماره 31
- سرمد سعیدی، سهیل و جمشیدیان، محمد امین. (۱۳۹۵) "بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر بازاریابی و عملکرد سازمانهای خدماتی (مطالعه موردی شعب بانک رفاه در شهر اراک)" مجله مدیریت بازاریابی، ش ۱۸.
- رنجبریان، مهدی. فتحی، بهرام سعید و قربانی، حسن (۱۳۸۸). "تأثیر بازاریابی داخلی بر بازاریابی و عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری"، چشم انداز مدیریت، شماره 31.

- یونسی فر، سیدمحمد. محقر، علی و یونسی فر، سیدعزیز (۱۳۹۲). "تاثیر مولفه های بازاریابی داخلی بر بهبود عملکرد پرسنل شاغل در بیمارستان شهیدصدوقی یزد"، مدیریت بهداشت و درمان، شماره ۲.
- Ahmed, P., Rafiq, M. & Saad, N. (2013). "Internal marketing and the mediating role of organizational competencies", *European Journal of Marketing*, 37 (9), pp. 1221-1241.
- Albert M, Nora I. (2017). *Market Orientation and Business Economic Performance a Mediated Model*, Department of Psychology, University of Barcelona, Barcelona, pp. 284-299
- Awwad M, Agti D.(2016), The impact of internal marketing on commercial banks' market orientation, *International Journal of Bank Marketing*, (2011). 29, pp. 308-332.
- Day, G.S. (۲۰۱۴), "The Capabilities of Market-driven Organizations", *Journal of Marketing*, 58 (4), 37-52.
- Lee, C. & Chen, W.,J. (2015). "The effects of internal marketing and organizational culture on knowledge management in the information technology industry", *International journal of management*, 22(4), pp. 661-672.
- Lings, I. N. (2014). "Internal market orientation-construct and consequences", *Journal of Business Research*, 57, pp. 405-413.
- Papasolomou, I. & Vrontis, D.(2016). "Building corporate branding through internal marketing: the case of the UK retail bank marketing", *Journal of Product and Brand Management*, 15, pp.37-47