

С. С. ПРОХОРОВА

Научный руководитель О. В. БАЛЬЧЕВСКАЯ
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Дебиторская задолженность относится к высоколиквидным активам предприятия, обладающим повышенным риском. Большой объем просроченной и безнадежной дебиторской задолженности существенно увеличивает затраты на обслуживание заемного капитала, повышает издержки организации, что негативно сказывается на финансовой устойчивости предприятия. В настоящее время по данным Министерства статистики Республики Беларусь доля организаций, имеющих просроченную дебиторскую задолженность в общем числе организаций составляет 68,9 %. Этим и обосновывается актуальность данной темы.

Существует множество причин возникновения дебиторской задолженности, но главными можно назвать следующие:

- 1) правовые (юридические) аспекты возникновения, такие как незнание законодательства или выстраивание отношений с неуполномоченным лицом;
- 2) завышенные оценки кредитоспособности покупателей, не соответствующие реальной готовности последних своевременно оплатить полученную продукцию.

Важнейшим этапом в управлении дебиторской задолженностью является разработка и утверждение кредитной политики организации, то есть свод правил, регламентирующих предоставление коммерческого кредита и порядок взыскания задолженности. Существует теоретический подход к определению самой выгодной кредитной политики: нужно наращивать объем кредитования покупателей до тех пор, пока возникающие издержки не сравняются с дополнительной прибылью, получаемой от увеличения объемов продаж.

Предприятие, продающее свою продукцию в кредит, должно определиться по следующим вопросам:

- 1) кому предоставлять кредит?
- 2) какие условия предоставления кредита?
- 3) какова политика сбора платежей?

Говоря об изучении кредитоспособности предприятия, следует применить разделение всех клиентов на 2 категории, используя закон Парето: 20 % клиентов приносят 80 % прибыли, и 80 % клиентов приносят 20 % прибыли. Необходимо определить, какие клиенты попадают в первую категорию, т.к. они являются надежными и представляют наибольший интерес для организации. Дальнейшую дифференциацию клиентов и условий предоставления им товарного кредита можно провести с помощью построения кредитного рейтинга клиентов компании на основании важнейших показателей, например платежная дисциплина и объем поставок, присваивая каждому клиенту в

зависимости от того или иного значения показателей рейтинг от А до Е, что видно в табл. 1.

Табл. 1. Присвоение кредитного рейтинга в зависимости от просрочки платежа и суммы поставок

Максимальная просрочка оплаты в течение года, дней	Рейтинг	Сумма реализации за год	Рейтинг
Без просрочки	А	Больше 1 млрд р.	А
Меньше 7	В	Больше 500 млн р.	В
Меньше 30	С	Больше 200 млн р.	С
Меньше 90	Д	Больше 50 млн р.	Д
Больше 90	Е	Больше 10 млн р.	Е

После присвоения рейтинга необходимо привести его к однозначному значению, как показано в табл. 2.

Табл. 2. Приведение двузначного рейтинга к однозначному

Двузначный рейтинг	Однозначный рейтинг
АА, АВ, ВА	А
АС, АД, АЕ, ВВ, ВС, ВД, ВЕ	В
СА, СВ, СС, СД, СЕ	С
ДА, ДВ, ДС, ДД, ДЕ	Д
ЕА, ЕВ, ЕС, ЕД, ЕЕ	Е

Далее выделяются кредитные условия для каждого рейтинга. Ранжирование условий предоставления коммерческого кредита представлено в табл. 3.

Табл. 3. Ранжирование условий предоставления коммерческого кредита в зависимости от рейтинга клиента

Рейтинг	Договорная пеня	Размер коммерческого кредита	Размер наценки
А	По желанию клиента	Без ограничений	На усмотрение организации
В	По согласованию сторон	До 500 млн р.	На усмотрение организации
С	0,15 %	До 200 млн р.	На усмотрение организации
Д	0,15 %	До 50 млн р.	Максимум
Е	0,15 %	Запрещен	Максимум

Рассматривая вопрос условий предоставления кредита, следует рассмотреть одну из наиболее распространенных в экономически развитых странах схему типа «2/10 net 30». Данная схема означает, что:

а) покупатель получает скидку в размере 2 % в случае оплаты полученного товара в течение 10 дней с начала периода кредитования (например, с момента получения или отгрузки товара);

б) покупатель платит полную стоимость товара, если оплата совершается в период с 11 по 30 день кредитного периода (отсюда, кстати, видна смысловая нагрузка термина «net» – к концу срока кредитования покупатель обязан «расчистить» свои обязательства перед поставщиком);

в) в случае неуплаты в течение 30 дней покупатель будет вынужден дополнительно оплатить штраф, величина которого может варьироваться в зависимости от момента оплаты.

Предоставление скидки выгодно как покупателю, так и продавцу. Первый имеет прямую выгоду от снижения затрат на покупку товаров, второй получает косвенную выгоду в связи с ускорением оборачиваемости средств, вложенных в дебиторскую задолженность, которая, как и производственные запасы, представляет собой иммобилизацию денежных средств.

Общая политика сбора платежей за поставленную продукцию определяется фирмой путем комбинирования целого ряда используемых ею процедур взимания платежей. Одним из основных переменных факторов, определяющих эту политику, является сумма, затрачиваемая на процедуры взыскания долгов. До определенного момента зависимость носит весьма конкретный характер: чем больше затрачивается средств на процедуры взыскания, тем меньше процент безнадежных долгов и тем короче средний период взыскания долга (при том, что все остальные показатели остаются прежними). Однако следует помнить, что эта взаимозависимость не носит линейный характер. Так, первоначальные расходы по взиманию платежей обычно не способствуют значительному сокращению потерь по безнадежным долгам. Дополнительные же расходы данного типа очень серьезно влияют на этот показатель, но лишь до определенного момента, после которого их влияние на размеры безнадежных долгов имеют тенденцию сокращаться.

Управление дебиторской задолженностью – процесс трудоемкий и многоэтапный. Главной его целью должно стать ускорение цикла оборота средств в расчетах для улучшения платежеспособности организации, и для достижения этой цели необходим выбор рациональной стратегии предоставления коммерческих кредитов и постоянный контроль за ее выполнением.