

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

У статті розглянуто методи, спрямовані на управління дебіторською заборгованістю та зниження ризику її виникнення. Обґрунтовано ефективні кроки управління дебіторською заборгованістю, охарактеризовано систему аналізу платоспроможності покупців.

В статье рассмотрены методы, направленные на управление дебиторской задолженностью и снижения риска ее возникновения. Обоснованы эффективные шаги управления дебиторской задолженностью, охарактеризована система анализа платежеспособности покупателей.

The article deals with methods focused on accounts receivable management and reducing the risk of its occurrence. Proved effective steps accounts receivable management, system analysis described solvency buyers.

Ключові слова: управління дебіторською заборгованістю, безнадійний борг, відстрочення платежу, фінансові коефіцієнти.

Отримання платежів від боржників-дебіторів – одне з основних джерел надходження коштів на підприємство. Дефіцит грошових коштів в економіці змушує підприємства змінювати умови реалізації своєї продукції, виробляти нову політику надання кредиту. У зв'язку з цим важливим завданням управлінського обліку є активізація інструментів управління дебіторською заборгованістю, спрямована на оптимізацію розміру останньої та забезпечення своєчасної інкасації боргу.

Актуальні проблеми управління дебіторською заборгованістю знаходять своє відображення у працях багатьох провідних вітчизняних і зарубіжних авторів, серед яких О.І.Бланк, М.М.Василюк, В.В.Галасюк, Г.В.Ситник, О.М.Кияшко.

Зважаючи на вимоги сьогодення і провівши аналіз проблемних аспектів управління дебіторською заборгованістю, автор визначив, що ця тема вимагає подальшого вивчення.

Завданнями статі є визначення та дослідження основних методів і напрямів вдосконалення управління дебіторською заборгованістю вітчизняних підприємств.

Політика управління дебіторською заборгованістю – це частина загальної політики управління необоротними активами та маркетингової політики підприємства, спрямованої на розширення обсягу реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг). Часто виникає ситуація, що у підприємства кредитна політика є малоефективною, а керованість дебіторською заборгованістю доволі слабка, що призводить до недостатньої контрольованості розрахунків з дебіторами і кредиторами, накопиченню сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості. Надалі це може привести до зменшення ліквідності поточних активів, серйозних негативних наслідків в оборотності капіталу, вкладеного в поточні активи, додаткового податкового навантаження та погіршення фінансового стану підприємства.

Крім того, нерідко підприємства не приділяють належної уваги виробленню стратегії укладання контрактів, перш за все щодо регіональних ринків, перспективних клієнтів і збуту продукції різних цінових сегментів. У недостатніх

обсягах надаються знижки і не враховуються при цьому можливості:

- зниження оподаткованої бази в період знижки при ранній (достроковій) оплаті;
- збільшення обсягу продажів і припливу грошей в період знижки для одержання більш високого загального прибутку;
- усунення дефіциту грошових коштів.

Також не обґрунтовуються мінімально допустимі величини (відсотки) знижок. Гнучкість цін не прив'язується до конкретних загальноекономічних і внутрішньогосподарських показників, не практикується порівняльний аналіз витрат у зв'язку з наданням знижок для зменшення строків розрахунків з покупцями (ранньої оплати), витрат при відстрочці платежу у зв'язку з інфляцією і витрат з виплати відсотків за банківською ставкою у випадку компенсації збільшення дебіторської заборгованості за рахунок кредитів банку. Ефективне управління дебіторською заборгованістю підприємства повинно включати: визначення політики надання кредиту та інкасації для різних груп покупців, регіонів і видів продукції; аналіз і ранжування покупців залежно від обсягів закупівель, історії кредитних відносин і пропонованих умов оплати; контроль розрахунків з дебіторами за відстроченою або простроченою заборгованістю; визначення прийомів прискорення запитання боргів і зменшення безнадійних боргів, оцінка можливості факторингу (цесії); завдання умов продажів, що забезпечують гарантоване надходження грошових коштів; прогноз надходжень грошових коштів від дебіторів на основі коефіцієнтів інкасації; чітке визначення відповідальності і формалізація мотивації служб підприємства (конкретних працівників) залежно від результатів роботи з дебіторами і поточних показників (системи показників) стану дебіторської заборгованості; оцінка кореляційного впливу заходів реагування на борги (застосовуваних прийомів управління дебіторською заборгованістю) на облікові та податкові наслідки.

Роботу з дебіторами слід починати ще до утворення заборгованості, а саме під час розроблення політики кредитування покупців (умови відстрочення платежів) необхідно визначити систему оцінки претендентів на отримання відстрочки. Така система дозволить максимально знизити ймовірність виникнення безнадійних боргів, а отже, отримати додаткову вигоду від кредитування покупців.

Система аналізу платоспроможності покупців включає:

- збирання інформації про клієнта;
- оцінка платоспроможності на підставі зібраної інформації;
- визначення максимально можливого розміру кредиту для такого покупця або відмова у відстроченні платежу, коли клієнту пропонують працювати на умовах повної передоплати.

Обсяг інформації, яку необхідно зібрати про клієнта, залежить від двох факторів:

1. Від суми кредиту (відстрочення платежу), яку бажає отримати клієнт. Чим більша сума, тим більший обсяг інформації знадобиться для достовірної оцінки не тільки фінансового стану клієнта, але і його фінансової дисципліни.

2. Від часу, який підприємство має на збирання інформації. З одного боку, підприємству необхідно отримати достатній обсяг інформації про покупця, що, безумовно, вимагає часу. З іншого боку, клієнта може цікавити термінова поставка (особливо при сезонних поставках), а це потребує від постачальника швидких рішень, щоб не залишитися без перспективного покупця.

Виходячи з обсягу необхідної інформації та часу, що є для її збирання, підприємство може скористатися такими джерелами інформації:

1. Власний досвід підприємства, отриманий від співпраці із клієнтом. Це досить надійне джерело інформації, але використовувати його можна тільки для клієнтів, з якими компанія співпрацювала в минулому. Якщо з моменту закінчення останньої операції з таким покупцем минуло багато часу (як правило, більше трьох місяців), необхідно скористатись іншими джерелами інформації для оцінки його платоспроможності.

2. Постачальники, які співпрацювали із клієнтом. Якщо клієнт має хорошу кредитну історію співпраці з іншими постачальниками, то він, як правило, не підведе і вас. Але й тут необхідно зважити на час проведення останньої операції з таким клієнтом, а також на суми та строк кредиту, що йому надавався;

3. Фінансова звітність клієнта.

4. Рейтинги платоспроможності, які складаються спеціалізованими агентствами.

5. Банк, у якому обслуговується клієнт. В Україні будь-яка інформація про клієнта буде надана банком тільки безпосередньо клієнту, а вже останній за своїм бажанням передасть її майбутньому кредитору, тобто вам (у вигляді довідок банку про середні залишки та обороти по рахунках за визначений період, кредитні операції, платіжну дисципліну та ін.) [1].

Оцінити платоспроможність потенційного покупця на підставі зібраної інформації можна, на думку автора, за такими критеріями:

а) бажання платити – ступінь намагання покупця виконати свої зобов'язання у встановлений строк.

б) здатність платити – можливість покупця генерувати необхідну суму грошових потоків для погашення боргу. Для цього на підставі фінансової звітності покупця доцільно зробити аналіз тих коефіцієнтів, які наведені в таблиці 1 [2];

в) ступінь забезпечення оплати або оцінка капіталу, для чого здійснюється:

– оцінка розміру робочого капіталу покупця (на цьому етапі розраховується сума кредиту, яка може бути надана клієнту);

– розрахунок коефіцієнта фінансової стабільності, тобто співвідношення власного капіталу покупця до його запозиченого капіталу. Кредит надається при значенні ≥ 1 .

Після комплексного аналізу платоспроможності покупців приймається рішення або про розмір та строк надання кредиту кожному клієнту, або про відмову в його наданні [3].

У разі позитивного рішення та за умови, що із клієнтами планується довгострокова співпраця, доцільно встановлювати максимальну суму боргу для

кожного окремого клієнта. У такий спосіб встановлюється максимальний ступінь ризику, який постачальник бере на себе при роботі із цим клієнтом.

Таблиця 1

Фінансові показники контролю дебіторської заборгованості

№ з/п	Фінансові коефіцієнти	Формула для розрахунку	Коментар
1	Коефіцієнт ліквідності швидкої	(Оборотні активи - Запаси) : Поточні зобов'язання	Показує здатність покупця швидко погашати поточні зобов'язання. Чим вищим є коефіцієнт, тим швидше розрахується покупець. Рекомендоване значення – не менше 0,3
2	Коефіцієнт ліквідності абсолютної	Грошові кошти : Поточні зобов'язання	Рекомендоване значення – не менше 0,1
3	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (обороті) $K_{\text{к}}$	Сума закупівель у кредит за період : Кредиторська заборгованість на кінець періоду	Чим вище значення, тим менше часу проходить з моменту отримання товару у кредит до моменту його оплати
4	Період погашення кредиторської заборгованості (днів)	$365 : K_{\text{к}}$	Показує, скільки днів у середньому проходить з моменту отримання товару у кредит до його оплати. Завдяки цьому коефіцієнту можна розрахувати, коли буде погашено заборгованість
5	Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	Дебіторська заборгованість : Кредиторська заборгованість	Кредит надається при значенні не менше 1

Установлення максимальної суми боргу мотивує покупця на погашення заборгованості для своєчасного отримання нової партії в повному обсязі.

Максимальні суми боргу доцільно переглядати з установленою періодичністю. Адже те, що є незначним ризиком сьогодні, може стати безнадійним боргом через рік у зв'язку зі зміною фінансового стану покупця.

Якщо на підприємстві відсутні будь-які стандарти кредитування покупців (тобто відстрочки платежів надаються всім бажаним без винятку в межах наявного на підприємстві товару), то обсяги продажів швидко зростають. Але ще з більшою швидкістю зростають витрати на обслуговування дебіторської заборгованості, альтернативні витрати та сума безнадійних боргів.

Після запровадження стандартів кредитування покупців обсяги продажів падають, але витрати на обслуговування заборгованості та безнадійні борги скорочуються з більшою швидкістю, а тому прибуток підприємства зростає.

Таким чином, використання в практиці господарювання вищевказаного інструментарію дозволяє підвищити ефективність управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, зменшити терміни старіння дебіторської заборгованості та її питома вага в складі поточних активів, максимізувати приплив грошових коштів підприємству.

Список використаних джерел:

1. Василюк М.М. Механізм управління дебіторською заборгованістю в сучасних умовах господарювання // М.М. Василюк. – Вісник Прикарпатського університету. - [Електронне фахове видання]. - 2009. - №7. - Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vpu/Ekon/2009_7/56.pdf.
2. Галасюк В.В. Проблемы теории принятия экономических решений: Монография. – Днепропетровск; Новая идеология. – 2002. – С. 221.
3. Інтернет-портал для управлінців. Управління дебіторською заборгованістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/finance/fin163.html>