

О. А. КАШЕВИЧ, А. М. КРИЦКАЯ

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО») Науч. рук. **А. М. Крицкая**

РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Особую роль в жизни современной экономики и в целом общества играют долговые денежные отношения. Любое изменение величины дебиторской задолженности приводит к изменению финансового состояния организации.

Дебиторская задолженность – это сумма долгов, причитающихся предприятию, фирме, компании со стороны других предприятий или физических лиц, в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними. Экономическая сущность дебиторской задолженности представляет собой те средства, которые были временно отвлечены из оборота организации. Можно сказать, что это те деньги, которые у предприятия фактически имеются, но не в прямом смысле в виде денег, а в виде обязательств, имущественных требований к юридическим или физическим лицам, которые являются должниками по отношению к данной организации.

Дебиторскую задолженность можно трактовать в трёх значениях:

- в качестве средства погашения кредиторской задолженности;
- как часть продукции, проданной покупателям, но не оплаченной (то есть дебиторская задолженность образуется в результате несовпадения момента отгрузки и оплаты продукции);
- в качестве одного из элементов оборотных активов, которые финансируются за счёт собственных или заёмных средств.

Согласно статистике 20-25 % всех активов типичного промышленного предприятия составляет дебиторская задолженность, тогда как кредиторская задолженность – 10-15 % пассивов [1, с. 211].

Другими словами, дебиторская задолженность составляет большую часть активов компаний в современной экономике. Таким образом, видим, что управление дебиторской задолженностью – важная часть краткосрочной финансовой политики фирмы. Оно прямо влияет на рентабельность компании.

Эффективное управление дебиторской задолженностью также является важнейшей характеристикой ликвидности фирмы, так как чем меньше средств омертвляется в дебиторской задолженности, чем меньше у неё «плохих» долгов, тем короче цикл денежного обращения, тем быстрее и аккуратнее она сама оплачивает свои обязательства. Кредиторы внимательно будут изучать дебиторскую задолженность компании, решая вопросы её кредитоспособности [2, с. 174].

Политика управления дебиторской задолженностью – часть общей бизнес-политики предприятия, направленная на расширение объёма реализации продукции и заключающаяся в оптимизации общего объёма размера дебиторской задолженности и обеспечении своевременной её инкассации.

В ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» с целью максимизации притока денежных средств следует разрабатывать широкое разнообразие моделей договоров с гибкими условиями оплаты и гибким ценообразованием. Возможны различные варианты: от предоплаты или частичной предоплаты до передачи на реализацию и банковской гарантии. Предоставление скидок стимулирует не только увеличение продаж, но и сокращение сроков отвлечения денежных средств в расчётах с покупателями. Ценовая мотивация сейчас является общепринятой практикой. Эффективная её реализация поставщиком позволяет ему сократить товарные запасы на складах и существенно уменьшить дебиторскую задолженность.

Важным моментом в пользу предоставления скидок покупателям в случае досрочной оплаты является тот факт, что организация в данном случае получает возможность сократить не только объём дебиторской задолженности, но и объём финансирования, иначе говоря, объём необходимого капитала. Дело в том, что помимо собственно потерь от инфляции, возникающих в связи с несвоевременностью расчётов с покупателями, поставщик несёт потери, связанные с обязательностью обслуживания долга, а также с упущенной выгодой возможного использования временно свободных денежных средств. В то же время для покупателя скидка тоже будет привлекательной. Если покупатель будет заранее проинформирован о том, какой выигрыш он получит от досрочной оплаты, вполне вероятно, что результатом его решения будет ускорение расчётов.

Практика предоставления скидок при сокращении сроков оплаты очень широко используется в странах развитыми рыночными отношениями. В частности, распространение получил способ расчётов с покупателями на условиях «1/5, n/10», при котором покупатели имеют право на одно процентную скидку при условии оплаты в течении пяти дней, иначе полная стоимость товара должна быть выплачена в срок, установленный договором.

Для рассматриваемого предложения определим эффективность предоставления скидки двумя способами:

При сроке оплаты 10 дней. Взяв индекс цен равный 1,006 с учётом потерь от инфляции с каждой тысячи рублей договорной цены (6), потери от уплаты процентов за пользование кредитом по ставке 39,9 % годовых (11,08), потери от предоставления скидки в размере 1 % с каждой тысячи рублей договорной цены (10) получим, что результат политики предоставления скидки с цены при сокращении срока оплаты – 24,08. Сравнивая политику предоставления скидки при сроке оплаты 20 дней. Взяв индекс цен равный 1,023 с учётом потерь от инфляции с каждой тысячи рублей договорной цены (22), потери от уплаты процентов за пользование кредитом по ставке 39,9 % годовых (22,17), потери от предоставления скидки в размере 1% с каждой тысячи рублей договорной цены (-) получим, что результат политики предоставления скидки с цены при сокращении срока оплаты равен 44,17.

Для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности целесообразно предусмотреть возможность предоставления скидки покупателям при условии предоплаты. Предоставление 1 % скидки с договорной цены при условии оплаты в течение десяти дней позволяет организации сократить потери от инфляции, а также расходы, связанные с привлечением финансовых ресурсов в размере 20,09 руб. с каждой тысячи рублей договорной цены. Экономический эффект от внедрения предлагаемого мероприятия составит 23 666,92 млн. руб., что является эффективным для ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев».

Список используемой литературы

1. Шеремет, А.Д. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: учеб. / А. Д. Шеремет, А. Ф. Ионова. – М.: Инфра-М, 2009. – 479 с.
 1. Павлова, Л.Н. Финансы предприятий: учеб. / Л. Н. Павлова. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 639 с.