

Борбодоев М.М.

**КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ РОЛЬ
В УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМ ОБОРОТОМ**

M.M. Borbodoev

**CREDIT POLICY COMPANY AND ITS ROLE
MANAGED MONEY TRAFFIC**

УДК:336.64(575.2)(043.3)

В статье рассматривается сущность кредитной политики предприятия и ее роль в управлении денежным оборотом.

Essence credit policy enterprises and her (its) role is considered in article in money turn management.

Пополнение оборотных средств предприятия – один из основных вопросов, решаемых в рамках финансового менеджмента. В кыргызской экономике проблема неплатежей и задержки оплаты товаров стоит все еще весьма остро. Ранее предпринимались попытки решить этот вопрос посредством бартера, нынешняя ситуация предполагает использование других методов, в частности, применение различных методов обеспечения обязательств, предоставление отсрочек, передача на консигнацию, банковское кредитование и др. Однако тут возникает дилемма: если предприятие хочет жить на чужие деньги, то закономерным будут и аналогичные стремления его контрагентов. Синхронизация поступления денежных средств от покупателей и платежей поставщикам с одновременным увеличением валового денежного потока и прибыли компании - основная задача кредитной политики. Значение кредитной политики предприятия определяется большей долей дебиторской и кредиторской задолженности в структуре его активов и пассивов, а также тем, что основными составляющими денежных потоков являются поступления от покупателей и платежи поставщикам товаров, сырья, материалов.

Поэтому в рамках кредитной политики предприятия решаются следующие задачи:

- увеличение объема продаж за счет предоставления покупателям более выгодных условий;
- ускорение оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности;
- минимизация недополученной выгоды от невозможности использования суммы задолженности и потерь от инфляционного обесценения суммы задолженности;
- минимизация финансовых рисков, связанных с возможным дефицитом денежных средств вследствие несвоевременного погашения дебиторской задолженности, со списанием безнадежных долгов;
- определение круга кредиторов, форм и объемов заимствований с учетом особенностей производственного и финансового циклов предприятия;
- минимизация цены заемного капитала;
- переключение на альтернативные источники заимствований по мере возникновения необходимости;

- контроль за своевременностью погашения долга и уплаты процентов, выбор форм реструктуризации долга при необходимости;

- поддержание баланса между текущими активами и текущими обязательствами по суммам и срокам.

Таким образом, кредитная политика предприятия состоит из органично связанных между собой блоков: управление дебиторской задолженностью и управление кредиторской задолженностью. Поэтому, разрабатывая кредитную политику, предприятие должно учесть следующие факторы:

- общее состояние экономики страны, в случае, если предприятие работает на внешнем рынке, то состояние и мировой экономики, и основные тенденции ее развития;
- конкурентную среду, состояние спроса на продукцию, конъюнктуру товарных и финансовых рынков;
- разработанность нормативно-правовой базы относительно взыскания дебиторской задолженности;
- существующую практику проведения торговых операций на предприятии, наличие проработанной договорной базы;
- финансовые возможности предприятия в части отвлечения части оборотных средств в дебиторскую задолженность.

Дебиторская задолженность является одним из оборотных активов предприятия и, как правило, достаточно весомым в общей валюте баланса. Дебиторская задолженность делится на краткосрочную, долгосрочную и просроченную. К краткосрочной относится задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты, хотя предприятие в силу своей специфики может сократить этот срок для целей управления (но для финансовой отчетности грация все равно останется до года и свыше года). Долгосрочной считается задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты (если такой срок не связан с длительностью операционного цикла предприятия). Просроченная задолженность возникает вследствие недостатков в работе предприятия: неосмотрительная кредитная политика по отношению к покупателям, несвоевременное возмещение материального ущерба, длительные неплатежи и банкротство покупателей, слишком высокие темпы наращивания объема продаж. Высокая доля долгосрочной и просроченной дебиторской задолженности свидетельствует об иммобилизации

оборотных средств и ухудшении финансового состояния предприятия.

Ввиду высокого удельного веса дебиторской задолженности в оборотных средствах предприятий и недооценке многими руководителями ее экономического потенциала именно здесь сокрыты резервы повышения эффективности бизнеса при незначительных усилиях. Многие руководители, особенно малых и средних предприятий, пытаются замкнуть на себе принятие решений по основным дебиторам, снизить негативные последствия "творческих" инициатив сбытового звена. Отсутствие четкого регламента, описывающего стандарты кредитования покупателей, приводит к возникновению финансовых затруднений, потери предприятием платежеспособности, а в крайних случаях и банкротству.

Объем дебиторской задолженности зависит от многих факторов: вида продукта, емкости рынка, конкуренции, системы расчетов с покупателями и заказчиками и т.д. Анализ и управление дебиторской задолженностью имеют особое значение в периоды инфляции, когда подобная иммобилизация активов становится особенно невыгодной для поставщика. Высокие темпы роста дебиторской задолженности по расчетам за товары могут свидетельствовать об активной сбытовой политике предприятия, обострении конкурентной борьбы на рынке, использовании стратегии торговых ссуд для потребителей. Кредитуя покупателей, предприятие фактически делится с ними своей прибылью.

Поэтому процесс управления дебиторской задолженностью включает три этапа:

- выработка общих принципов, т.е. политики управления дебиторской задолженностью;
- управление фактической дебиторской задолженностью;
- планирование вновь образующейся дебиторской задолженности, т.е. предварительный расчет и контроль текущей величины показателя дебиторской задолженности и ее структуры.

В зависимости от соотношения уровней доходности и риска кредитной деятельности предприятия выделяют два крайних типа кредитной политики: консервативный и агрессивный [1]. Осуществляя консервативный тип кредитной политики, предприятие не стремится к получению высокой дополнительной прибыли за счет расширения рынка сбыта и роста выручки от реализации. При этом существенно сокращается круг покупателей продукции в кредит за счет групп повышенного риска; минимизируются сроки предоставления кредита и его размер; ужесточаются условия предоставления кредита и повышается его стоимость; используются более жесткие процедуры сбора долгов. В основе агрессивного типа кредитной политики лежит задача максимизации дополнительной прибыли за счет расширения объема реализации продукции в кредит, невзирая на высокий уровень риска. В рамках такой политики предприятие расширяет круг покупателей, которым предоставляется кредит за счет более рискованных групп покупателей; увеличивает период предостав-

ления кредита, его размер и снижает его стоимость. На практике предприятие выбирает нечто среднее между данными типами, склоняясь в ту или иную сторону.

Таким образом, при разработке кредитной политики в части дебиторской задолженности предприятие должно решить три главных вопроса: кому предоставлять кредит, на каких условиях и в каких объемах? Основным критерием эффективности выработанной политики будет увеличение объемов продаж в случае либеральной политики или ускорение обрачиваемости дебиторской задолженности при жесткой политике.

Для решения вопроса о том, кому предоставлять кредит, необходимо разработать критерии, соответствие которым давало бы положительный ответ. Среди таких критериев могут быть: продолжительность партнерских отношений, период существования контрагента, деловая репутация покупателя, среднемесячный оборот, объем накопленной задолженности, отсутствие просрочек и др.

Срок предоставления кредита зависит от отраслевой принадлежности самого предприятия, оборачиваемости товара, стоимости финансовых ресурсов, привлекаемых для финансирования покупателя.

Поэтому оптимальным будет такой срок кредита, при котором достигается максимальная валовая прибыль за минусом расходов, связанных с привлечением дополнительного финансирования. Принимая любое управленческое решение необходимо соотносить выгоды с затратами его реализации. В данном случае затратами предприятия будет стоимость привлекаемого капитала для финансирования оборотных средств, вложенных в дебиторскую задолженность.

Таким образом, предприятию для принятия решения о том, кому предоставлять кредит, на какой срок и по каким товарам, необходимо рассчитать валовую прибыль торгового предприятия с учетом издержек финансирования вложений в дебиторскую задолженность и дополнительных затрат, связанных с уплатой налогов.

В связи с этим мы предлагаем произвести данный расчет по следующему алгоритму:

1. Определение валовой прибыли: $ВП = ВР - С_T$, где $ВР$ - выручка от реализации товара с налогом на добавленную стоимость, $С_T$ - стоимость покупных товаров с учетом налогов;

2. Расчет среднего срока кредитования покупателей с учетом вероятности задержки ими платежей: $СK = SKp_i$, $pO(i, n)$, где K - срок кредита, p_i - вероятность i -го исхода;

3. Расчет средневзвешенной стоимости заемных средств в день и издержки финансирования отвлечения оборотных средств в дебиторскую задолженность:

4. $СC_{3c} = SC_{3c}di$, $dO(i, n)$, где $С_{3c}$ - стоимость заемного источника финансирования, в процентах годовых, di - доля источника в структуре заемного капитала;

$ИФ_{дз} = ВП \times СС_{зс} \times СК/365;$

Снизить расходы на финансирование вложений в дебиторскую задолженность можно следующим образом:

- провести рейтинговую оценку покупателей, разделив их на три группы по кредитоспособности;
- ужесточить контроль за сбором дебиторской задолженности, в том числе просроченной;
- провести переговоры с поставщиком на предмет предоставления им отсрочек или недорогого товарного кредита;
- продолжить переговоры с кредитными организациями по снижению процентных ставок, по подбору более удобного кредитного продукта.

Сравнивая относительный показатель средней наценки по товарам, направлениям деятельности, группам покупателей по формам расчетов предприятие корректирует кредитную политику с целью максимизации чистого денежного потока, остающегося в распоряжении предприятия после оплаты товаров поставщикам и уплаты процентов и налогов. Отсрочка 60 дней предоставляется розничным магазинам и торговым сетям, поэтому для снижения налоговой нагрузки рекомендуется заключить договоры с условием перехода права собственности на товар после его оплаты или реализации. Поэтому наибольшее внимание следует уделить своевременности оплаты по группе покупателей, имеющих отсрочку 14 и 30 дней.

Таким образом, управление дебиторской задолженностью представляет собой непрерывное выполнение следующих процедур:

- контроль за структурой и оборачиваемостью дебиторской задолженности;
- оценка ее ликвидности;
- ранжирование дебиторской задолженности по срокам ее возникновения;
- контроль за состоянием безнадежных долгов с целью образования необходимого резерва;
- анализ и планирование денежных потоков с учетом коэффициентов инкассации;
- применение различных моделей договоров с покупателями с гибкими условиями форм оплаты и ценообразования.

Одним из инструментов управления дебиторской задолженностью может стать факторинг [2]. Пока он еще не развит в Кыргызстане, но банки уже заинтересовались им и активно предлагают этот продукт своим клиентам. Факторинг будет эффективен только при работе с крупными покупателями с заранее определенным графиком поставок, поскольку документооборот по реализации задолженности покупателя довольно велик. Основной услугой, предоставляемой фактором, является финансирование поставок товаров с отсрочкой платежа под уступку права требования. При этом уже сложившаяся дебиторская задолженность, как правило, в расчет не принимается. Поэтому этого фактор осуществляет административное управление (контроль за своевременностью оплаты, учет состояния дебиторской задолженности), при помощи специальной компью-

терной программы мониторинг доступен и самому предприятию-поставщику. Факторинг бывает с регрессом и без регресса на поставщика. Во втором случае фактор осуществляет страхование предприятия от риска неоплаты покупателем поставленной продукции.

В связи с вышесказанным, можно выделить следующие преимущества факторинга:

- получение дополнительной прибыли за счет расширения рынка сбыта;
- автоматическое увеличение финансирования по мере роста объемов продаж;
- экономия на затратах времени по получению банковского кредита и на расходах по обслуживанию кредитной линии;
- отсутствие ограничений по суммам платежей от поставщиков.

Среди недостатков факторинга можно выделить все еще высокую его стоимость, а также нежелание покупателей быть должными банку, так как такая их задолженность приравнивается к задолженности по кредитам, и в случае просрочки будут взысканы штрафные санкции, тогда как поставщик, как правило, их прощает. Но в будущем с развитием банковской системы и повышением финансовой дисциплины факторинг будет пользоваться широким спросом.

Управление дебиторской задолженностью - это лишь один блок кредитной политики, неразрывно связанный с управлением кредиторской задолженностью.

Кредиторская задолженность - один из источников финансирования оборотных активов, данная статья пассива баланса предприятия включает в себя задолженность перед поставщиками за товары, сырье и материалы, различного рода работы и услуги, перед банками по кредитам, перед бюджетом по налогам и сборам, перед работниками по заработной плате и др.

Многие предприятия предпочитают привлекать заемные средства на принципах возвратности, платности, срочности и обеспеченности в кредитных организациях, нежели использовать финансовые рынки для выпуска акций и облигаций. Право акционеров на участие в управлении компанией, высокая стоимость эмиссии ценных бумаг, неразвитость кыргызского рынка ценных бумаг - вот еще не все причины, по которым в настоящее время более актуальным источником финансирования является банковский и коммерческий кредит. Но прибегают к этому источнику только тогда, когда невозможно договориться с поставщиком о более дешевом товарном кредите.

Политика управления кредиторской задолженностью зависит от ряда объективных факторов: масштабов деятельности, этапа жизненного цикла компании, отраслевой принадлежности, длительности производственного и финансового цикла и скорости оборота капитала, сезонности, дискретности расходов.

Существуют три классические стратегии управления оборотным капиталом предприятия [3]. Консервативная модель означает, что переменная часть

оборотных активов покрывается за счет долгосрочных заемных источников. Агрессивная модель предполагает финансирование оборотных активов за счет краткосрочной кредиторской задолженности и части внеоборотных активов за счет долгосрочной. Компромиссная модель (или смешанная) является усредненным вариантом, когда переменная часть оборотных активов финансируется за счет краткосрочных источников, постоянная часть - за счет долгосрочных заемных и собственных источников.

При быстрой оборачиваемости дебиторской задолженности и медленной оборачиваемости кредиторской, последняя полностью покрывает дебиторскую задолженность и сверх того является источником финансирования других элементов оборотных активов (например, материальных запасов). При этом коэффициент платежеспособности предприятия падает, поэтому даже при наличии возможностей управлять сроками платежей дебиторов и сроками расчетов с кредиторами нельзя неограниченно уменьшать первые и увеличивать вторые.

Таким образом, роль кредитной политики в управлении денежным оборотом предприятия определяется следующими факторами:

- выручка от реализации товаров, работ, услуг – основной источник финансовых ресурсов и денежных накоплений предприятия, поэтому основными составляющими положительного денежного потока являются поступления от покупателей;

- в процессе распределения выручки от реализации происходит возмещение авансированных в товары оборотных средств, источником финансирования которых могут быть как собственные, так и заемные источники. Для предприятий торговли основными источниками финансирования выступают кредиторская задолженность перед поставщиками и кредиты банков, поэтому их доля в структуре отрицательного денежного потока весьма значительна;

- высокая доля дебиторской и кредиторской задолженности в структуре активов и пассивов торгового предприятия обуславливает тот факт, что именно кредитная политика играет важную роль в обеспечении платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия;

Поэтому одним из главных роль управления оптимизации денежного оборота торгового предприятия является повышение эффективности кредитной политики.

Литература:

1. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций. - М.: Финансы и статистика, 2001.
2. Рогозин Д. Разработка кредитной политики предприятия. -М., 2002.
3. Пещанская И.В. Политика краткосрочных заимствований организации. -М.: Финансы и кредит. - 2002.

Рецензент: д.э.н., профессор Купуев П.К.