

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ У СТРУКТУРІ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

© Нашкерська М.М., 2009

Розглянуто питання управління дебіторською заборгованістю з погляду впливу на ліквідність і прибутковість підприємства. Досліджуються особливості формування кредитної політики підприємства.

In this article the question of management an account receivable is considered from the point of view influence on liquidity and profitability of enterprise. The features of forming of credit policy of enterprise are investigated.

Постановка проблеми. У процесі управління оборотним капіталом підприємства важливе значення мають питання управління дебіторською заборгованістю. Ефективність діяльності підприємства безпосередньо залежить від послідовності і правильності рішень, які приймаються менеджерами усіх рівнів, адже кожне прийняте управлінське рішення спричиняє рух фінансових потоків, що впливають на фінансовий результат діяльності підприємства. Забезпечення оптимального обсягу дебіторської заборгованості та її частки у структурі оборотних активів підприємства є актуальною проблемою для усіх підприємств, незалежно від форм власності, від їх величини тощо. Адже через управління дебіторською заборгованістю можна впливати на обсяг прибутку підприємства, його ліквідність і платоспроможність, а відповідно і на ризики, що з ними пов'язані.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями ефективного управління дебіторською заборгованістю займаються вітчизняні науковці: В. Савчук, І. Бланк, М. Коробов, В. Пономаренко, А. Поддєрьогін, І. Яремко, Л. Коваленко та інші. Приділяли увагу й іноземні вчені: Д. Ван Хорн, Д. Ваховіч, Д. Шима і Д. Сігел, Ж. Рішар, Е. Хелферт та інші.

Незважаючи на значну кількість праць, присвячених проблемі управління дебіторською заборгованістю, усе ж відчутною є потреба методологічного забезпечення впровадження теоретичних розробок у практичну діяльність.

Метою статті є дослідження впливу величини дебіторської заборгованості на ліквідність і прибутковість підприємства, визначення оптимального обсягу грошових коштів інвестованих у дебіторську заборгованість, який покликаний забезпечити баланс між прибутковістю і ліквідністю підприємства, кредитною політикою та інкасацією дебіторської заборгованості.

Виклад основного матеріалу. Управління дебіторською заборгованістю, як і управління товарно-матеріальними запасами підприємства, грошовими коштами та їх еквівалентами, є однією із найактуальніших ланок діяльності керівництва підприємства, котра потребує щоденного контролю за її станом і прийняття ефективних рішень. Ефективність управлінських рішень, що стосуються управління дебіторською заборгованістю, має забезпечити баланс між:

- прибутком підприємства та його ліквідністю;
- кредитною політикою підприємства та інкасацією дебіторської заборгованості.

Збільшення величини оборотного капіталу підприємства, зокрема і дебіторської заборгованості спричиняє й зростання показників його поточної і абсолютної ліквідності. Це свідчить про високу ліквідність і платоспроможність підприємства, тобто здатність розрахуватися із поточними зобов'язаннями. Разом з тим, аналізуючи показники ліквідності, необхідно звернути увагу на якісну структуру оборотного капіталу підприємства. Для цього слід з'ясувати: чи

зростання обсягів складових оборотного капіталу пов'язане із збільшенням обсягів виробництва і реалізації, чи кількісне зростання показників ліквідності склалося внаслідок нереалізованих запасів (товарів), надлишку грошових коштів на рахунках, що свідчить про недоліки у роботі менеджменту. Адже тимчасово вільні кошти мають характер невикористаних активів, які втрачають свою вартість у часі, в результаті інфляції тощо. Через це доцільно своєчасно їх конвертувати у високоліквідні короткотермінові цінні папери, котрі у разі потреби можна швидко реалізувати.

Збільшення поточної дебіторської заборгованості як позитивний факт можна розглядати з погляду її впливу на підтримання ліквідності і платоспроможності підприємства лише до певної межі. Якщо показник поточної ліквідності підприємства перевищив «2,5», то це засвідчує, що менеджмент підприємства неефективно управляє оборотним капіталом.

Отже, наявність поточної дебіторської заборгованості певною мірою є резервом фінансових ресурсів (звичайно, за умови, що вона не класифікується як безнадійна), що забезпечує ліквідність підприємства, а отже, зменшує ризик втрати платоспроможності.

Проте, як свідчать результати аналізу фінансової звітності вітчизняних підприємств (особливо за останній фінансовий рік), їх ліквідність сформувалася в результаті зростання поточної дебіторської заборгованості. Сьогодні проблема неплатежів, а отже, дефіциту фінансових ресурсів, є особливо гострою у бізнесі.

Водночас збільшення дебіторської заборгованості спричиняє зменшення прибутковості підприємства, тому що частина фінансових ресурсів, що «зв'язана» у дебіторській заборгованості, вилучена із господарського обороту.

Отже, збільшення поточної дебіторської заборгованості за певних умов підвищує ліквідність підприємства, але й відразу ж зменшує прибутковість. Зважаючи на таку залежність, менеджмент підприємства повинен підтримувати оптимальну величину дебіторської заборгованості у структурі оборотного капіталу, яка б збалансувала прибутковість підприємства і ризик втрати платоспроможності.

Для кожного підприємства оптимальний обсяг дебіторської заборгованості є різним. Фактори, які впливають на визначення оптимального обсягу дебіторської заборгованості, можна об'єднати у дві групи – зовнішні і внутрішні.

До зовнішніх факторів належать:

- податкова політика;
- стан фінансового ринку (з погляду умов короткотермінового кредитування);
- економічна політика держави.

До внутрішніх факторів належать:

- період життєвого циклу виробництва;
- галузь діяльності підприємства;
- обсяги виробництва;
- обсяг кредиторської заборгованості.;
- кредитна політика підприємства.

Важливою і актуальною проблемою фінансового менеджменту в рамках управління дебіторською заборгованістю є встановлення балансу між кредитною політикою підприємства та інкасацією дебіторської заборгованості.

Задля утримання існуючих покупців і залучення нових підприємство реалізовує продукцію у кредит, підтримуючи так встановлені обсяги реалізації продукції, завойовуючи нові ринки збуту продукції, що у період економічної кризи є надзвичайно важливо. Проте, процес кредитування клієнтів супроводжується ризиком зменшення прибутку в результаті неефективної кредитної політики і ризиком неповернення коштів. У останньому випадку існує ймовірність перетворення поточної дебіторської заборгованості на безнадійну дебіторську заборгованість.

Ефективне управління дебіторською заборгованістю повинно ґрунтуватися на розробленій кредитній політиці підприємства.

Кредитну політику слід розглядати як стандартний набір процедур для того, щоб прийняти рішення, які з клієнти повинні отримати кредит і на яких умовах, забезпечити дотримання умов кредиту та визначення умов надання знижки.

Кредитна політика підприємства передбачає вирішення таких питань:

- термін і обсяг надання кредиту;
- розмір знижки.

Зрозуміло, якщо підприємство вимагає швидкої оплати за відвантажену продукцію, то зменшуються витрати на обслуговування дебіторської заборгованості, зменшується ризик виникнення безнадійної дебіторської заборгованості, збільшується дохідність і прибутковість підприємства. Але реалізація підприємством такої агресивної політики щодо дебіторів у майбутньому призведе до зменшення покупок і, відповідно, дохідності і прибутковості.

І навпаки, надання економічно необґрунтованих знижок, чітко невизначені терміни кредитування у короткотерміновому періоді приведуть до збільшення обсягів продажів і доходу. Проте, у довготерміновому періоді така кредитна політика зумовить зростання безнадійної дебіторської заборгованості, збільшення витрат на повернення коштів, зменшення дохідності і прибутковості.

Підприємство повинно розробити збалансовану кредитну політику щодо своїх покупців. На формування кредитної політики підприємства впливають такі фактори:

- купівельна спроможність споживачів продукції, яка залежить від загальної економічної ситуації;
- кредитоспроможність дебітора;
- стабільність фінансового ринку;
- кон'юнктура товарного ринку ;
- конкурентоспроможність продукції підприємства;
- економічна можливість підприємства інвестувати кошти у поточну дебіторську заборгованість;
- здатність підприємства нарощувати обсяги виробництва продукції за умови реалізації у кредит.

У процесі формування кредитної політики перед менеджментом підприємства визначається завдання, суть якого у прийнятті рішення щодо вибору між додатковим прибутком від збільшення обсягів продажу і можливими витратами, що пов'язані із збільшення грошових коштів інвестованих у дебіторську заборгованість. Оптимальна кредитна політика полягатиме у розширенні комерційного кредиту доти, доки додатковий прибуток від збільшення обсягів продажів не буде дорівнювати прибутку, необхідному для покриття витрат за додатковою дебіторською заборгованістю, необхідною для досягнення такого обсягу продажів [3, с.275, 276].

Щоб зробити висновок про правильність і збалансованість обраної кредитної політики необхідно постійно аналізувати дебіторську заборгованість за термінами давності, аналіз фактичних термінів, протягом яких здійснюється повернення заборгованості. Середній термін отримання платежів (СТп) у днях розраховується за формулою (1):

$$СТп = СДЗ / ОП * 365 \text{ дні}, \quad (1)$$

де СДЗ – середня дебіторська заборгованість за період; ОП – загальний обсяг продажів за період.

Загальний обсяг продажів розраховується за формулою (2):

$$ОП = \text{Продажі за готівку} + \text{Сальдо дебіторської заборгованості на кінець періоду} - \text{Сальдо дебіторської заборгованості на кінець періоду} \quad (2)$$

Середній рівень інвестування фінансових ресурсів у дебіторську заборгованість (ІДЗс) можна розрахувати за формулою (3):

$$ІДЗс = ДЗс * СП / ЦП, \quad (3)$$

де ДЗс – середня дебіторська заборгованість; СП – собівартість продукції; ЦП – ціна продажу продукції.

І.А. Бланк пропонує розраховувати і можливу суму оборотного капіталу, спрямованого у дебіторську заборгованість. Цей показник розраховується за формулою (4) [1, с.201]:

$$ОК \text{ дз} = (ОРк * К * (ППК + ПР)) / 360, \quad (4)$$

де ОКдз – необхідна сума оборотного капіталу, спрямованого у дебіторську заборгованість; ОРк – запланований обсяг реалізації в кредит; К – коефіцієнт співвідношення собівартості і ціни

продукції; ППК – середній період надання кредиту клієнтам, дні; ПР – середній період протермінування платежів за наданим кредитом, дні.

Зважаючи на отримані результати розрахунків, підприємство може оцінити, чи достатньо у нього фінансових можливостей, щоб інвестувати розраховану суму грошових засобів у повному обсязі. Якщо ж ні, то необхідно корегувати кредитні умови шляхом зменшення терміну кредитування чи обсягів реалізації продукції у кредит. Другий варіант, як правило, є більш прийнятним для обох сторін.

Важливим інструментом в процесі управління дебіторською заборгованістю є надання знижок клієнтам. Знижки клієнтам надаються у таких випадках:

- здійснення передоплати або швидкої оплати за продукцію (використовується підприємством при дефіциті грошових коштів);
- купівлі великих обсягів продукції;
- купівлі продукції нижчої якості, а також з метою залучення нових клієнтів, підтримання ділових стосунків з давніми клієнтами або з тими, що є «цінними» для підприємства.

Швидка оплата за продукцію вивільняє кошти, які можуть бути знову інвестовані у виробництво тобто, збільшуються дохідність і прибутковість підприємства. Проте, розмір знижок не повинен перевищувати вигод від швидкої чи попередньої оплати.

У зв'язку з цим у процесі формування кредитної політики менеджменту підприємства доцільно розробити шкалу знижок відповідно до термінів швидкої оплати і шкалу штрафів за протерміновані платежі.

Визначаючи розмір знижки, необхідно враховувати, що швидке надходження грошей за реалізовану продукцію повинно принести проценти за середній термін отримання платежів, які компенсують величину наданої знижки. Отже, для розрахунку величини знижки можна використовувати формулу (5):

$$СЗм = ОП*(ПВ*СТп), \quad (5)$$

де СЗм – максимально можлива сума знижок; ОП – загальний обсяг продажів; ПВ – процентний відсоток на ринку фінансів; СТп – середній термін отримання платежів за заборгованістю (див. формулу 1).

Надання більшого обсягу знижок, ніж розраховано, буде економічно невигідним для підприємства. Проте, в окремих випадках, якщо клієнт важливий для підприємства і є імовірності довготривалої співпраці, менеджменту підприємства доцільно погодитись на втрати прибутку у короткотерміновому періоді (якщо підприємство має такі економічні можливості) з метою утримання потужного покупця (розширення ринку збуту продукції) і отримання прибутку у перспективі.

Кредитну політику, особливо щодо нових клієнтів, необхідно формувати на основі ґрунтовного вивчення їх фінансових можливостей і ділової репутації. І якщо існує хоч найменша імовірність неповернення заборгованості чи немає ймовірності повторного замовлення, краще відмовити клієнту в наданні кредиту.

Розширення умов кредитування, як правило, спричиняє ризик неповернення боргу. У разі неповернення боргу підприємство матиме збиток у сумі понесених витрат, які необхідно привести до теперішньої вартості. Інकाкаційна політика підприємства має ґрунтуватися на співвідношенні дебіторської та кредиторської заборгованостей. Коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованостей не повинен перевищувати «1» і мати тенденцію до зменшення. У випадку, якщо цей показник перевищує «1» і зберігає тенденцію до зростання, це свідчить про те, що підприємство потребує додаткових фінансових ресурсів для фінансування дебіторської заборгованості. Ці моменти необхідно враховувати в процесі формування кредитної політики підприємства.

Інкакаційна політика підприємства повинна містити набір методів співпраці з дебіторами щодо повернення боргів або ж використовувати форми рефінансування дебіторської заборгованості (факторинг, облік векселів або їх продаж тощо). Максимізувати прибуток і мінімізувати ризики

втрати платоспроможності можна лише за умови здійснення взаємоузгодженої кредитної й інкасаційної політики підприємства. Ван Хорн зазначає: «Щоб максимізувати прибуток, отриманий в результаті проведення кредитної і інкасаційної політики, фірма повинна одночасно змінювати свою стратегію в тій та іншій сфері, поки не досягне оптимального рішення. Це рішення визначить найкращу комбінацію нормативів кредитоздатності, термінів кредиту, стратегії знижок, особливих умов і рівня витрат на інкасацію» [3, с.283].

Щоб оцінити ефективність кредитної політики підприємства, доцільно аналізувати динаміку показника ефекту від інвестування грошових засобів у дебіторську заборгованість як в абсолютних, так і у відносних показниках. Для цього можна скористатися формулами (6, 7) [2, с.346, 347]. Суму ефекту від інвестування грошових коштів у дебіторську заборгованість розраховують за формулою (6):

$$E_{дз} = P_{дз} - ПВ_{дз} - ФВ_{дз}, \quad (6)$$

де $E_{дз}$ – сума ефекту, отриманого від інвестування грошових засобів у дебіторську заборгованість по розрахунках з покупцями; $P_{дз}$ – додатковий прибуток підприємства, отриманий від збільшення обсягів реалізації продукції за рахунок наданого кредиту; $ПВ_{дз}$ – поточні витрати підприємства, пов'язані з організацією кредитування покупців і інкасації боргу; $ФВ_{дз}$ – сума фінансових втрат від неповернення боргу покупцями.

Коефіцієнт ефективності інвестування коштів у дебіторську заборгованість ($КЕ_{дз}$) визначається за формулою (7):

$$КЕ_{дз} = E_{дз}/ДЗ_{сз}, \quad (7)$$

де $ДЗ_{сз}$ – середній залишок дебіторської заборгованості за розрахунками з покупцями у досліджуваному періоді.

Тенденція до зростання розрахованих показників свідчить про те, що підприємство здійснює ефективну кредитну політику.

Отже, як зазначає Ван Хорн, сума прибутку, від якої доводиться відмовлятися за умов існування дебіторської заборгованості, зазвичай менша, ніж при збільшенні невикладених грошових коштів і ринкових цінних паперів, але більша, ніж при нагромадженні обсягів запасів [3, с.235].

Висновки. Сьогодні, в період фінансової кризи, проблема ефективного управління дебіторською заборгованістю потребує глибокого і комплексного підходу, який передбачає всебічний аналіз кількісних і якісних показників. У процесі управління дебіторською заборгованістю менеджмент підприємства повинен реалізовувати кредитну політику так, щоби, максимізувавши прибуток і рентабельність капіталу, підтримувати ліквідність підприємства у межах нормативних значень («1,5»-«2,5»). Для цього необхідно постійно контролювати динаміку обсягів і структуру дебіторської заборгованості, розробити ефективну кредитну політику й аналізувати вплив результатів цієї політики на динаміку таких показників: ліквідності, оборотності дебіторської заборгованості, прибутковості. Також слід проводити якісний аналіз наслідків управлінських рішень, що стосуються кредитної політики у довготерміновому періоді.

1. Бланк И.А. *Финансовый менеджмент: Учебный курс.* – 2-е изд.- К.: Эльга, Ника-Центр, 2006. – 656 с.
2. Бланк И.А. *Управление финансовыми рисками.* – К.: Ника-Центр, 2005. – 600 с.
3. Ван Хорн Дж.К. *Основы управления финансами.* – М.: Финансы и статистика 2003. – 800 с.