

ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ

Наталья СТРАГУЛАТ

Кафедра «Финансы и банки»

Prezentul articol este consacrat problemelor actuale de gestiune a creanțelor. Autorul își expune opinia privind ordinea clasificării creanțelor din punctul de vedere al contabilității, controlului, gestiunii și analizei. Este reflectată viziunea autorului și referitor la folosirea indicatorilor clasici ai rotației creanțelor, la influența acestora asupra situației financiare și rezultatelor activității întreprinderii. Rezultatele generalizate în articol au valoare teoretică și importanță practică.

The presented article is devoted to the actual problems of management by receivable accounts. The author expresses her own position about the order of classification of receivables from a position of the accounting, control, management and analysis. In the paper the opinion of the author as to the use of classical ratios of rotation of amounts receivable and their influence on a financial position and results of activity of the enterprise is reflected. The scientific work comprises the theoretical importance and practical value.

Управление дебиторской задолженностью – существенный элемент системы бухгалтерского и управленческого учета. Процесс управления дебиторской задолженностью включает следующие этапы:

- 1 этап – финансовый анализ деятельности организации поставщика;
- 2 этап – разработка кредитной политики организации;
- 3 этап – принятие решения о предоставлении кредита, страхование дебиторской задолженности;
- 4 этап – изменение кредитной политики организации;
- 5 этап – контроль за отгрузкой продукции, выпиской счета и его отправкой покупателю; составление картотеки дебиторов;
- 6 этап – контроль за финансовым состоянием дебиторов;
- 7 этап – при непогашении долга или его части установление оперативной связи с дебитором на предмет признания им долга;
- 8 этап – обращение в арбитражный суд с иском о взыскании просроченной задолженности;
- 9 этап – возбуждение дела о банкротстве;
- 10 этап – компенсация убытков из фонда компенсации безнадежных долгов.

Понятие дебиторской задолженности является исключительно важным для определения финансового состояния организации, состояния источников финансирования текущих и капитальных затрат, а также для оценки правильности и обоснованности принимаемых управленческих решений.

Дебиторская и кредиторская задолженности участвуют в расчете чистых активов организации и целого ряда показателей финансового анализа. Дебиторская задолженность является одной из разновидностей активов организации, которая может быть реализована, передана, обменена на имущество, продукцию, результаты выполнения работ или оказания услуг. В зависимости от размера дебиторской задолженности, наиболее вероятных сроков ее погашения, а также от того, какова вероятность её непогашения, можно сделать вывод о состоянии оборотных средств организации и тенденциях ее развития.

По своей сути дебиторская задолженность – это вложение капитала, а любое инвестирование средств должно быть выгодно компании. Фактически при заключении сделки купли-продажи продавец вместо покупателя платит за товар в момент перехода права собственности к нему. Формально можно было бы считать, что товар продается только в момент оплаты, а до этого он как бы находится на складе. Однако фирма не может распоряжаться таким товаром, например – продать его, поэтому экономически более осмысленно считать дебиторскую задолженность вложением капитала по аналогии с вложениями в запасы товаров, в основные средства, в ценные бумаги и т. д. Все это и отражает актив баланса фирмы.

Как правило, на предприятии такие отделы, как юридический, сбыта никак не связаны с бухгалтерией, а отделы по работе с клиентами (покупателями) вообще отсутствуют даже на больших пред-

приятнях, из-за чего от 20 до 30 процентов счетов остаются неоплаченными. Установлено, что опасным сроком для превращения дебиторской задолженности в безнадежную является срок, равный четырем неделям.

Анализ показал, что если выявлять неуплату раньше (например, через две недели), то количество фирм, которые нужно обзвонить, будет существенно большим. Если же обозначить должников позднее, то существенно возрастет число разбирательств и отказов и, следовательно, увеличится размер безнадежной задолженности. Таким образом, три-четыре недели – оптимальный срок для данной процедуры.

Как показала практика, причин неуплаты может быть несколько:

75% – это забывчивость. Не отданы счета в бухгалтерию, утерян документ, либо отсутствует анализ оплаты счетов поставщиков. Просьба переслать платежное поручение часто приводит к оплате счета или следует еще раз прислать счет.

20% – отсутствие денег. В этом случае самым важным является напоминание о долге. Если сказали, что оплатят через две недели, точно в срок надо перезвонить (для этого в базе данных необходимо наличие такого поля, как «дата следующего звонка»). Как правило, в подобных случаях в первую очередь долг отдают тому, кто больше других докучает напоминаниями.

4% – принципиальная позиция фирмы: все счета оплачивать, чем позднее, тем лучше. Способ борьбы с этим – такой же, как и в предыдущем случае. Хорошо действует письменное предупреждение о передаче материалов в суд.

1% – безнадежная задолженность. Причина безнадежной задолженности – позиция фирмы: «Не будем платить - и все». Для этой категории партнеров необходимо предусмотреть в базе данных поле, указывающее, что в будущем с ними работать не следует.

При выполнении перечисленных условий время оборота дебиторской задолженности и уровень безнадежной задолженности можно свести к минимуму.

Возникает вопрос: до какой степени выгодно увеличивать дебиторскую задолженность? Предельный период обращения дебиторской задолженности, свыше которого увеличивать ее объем **невыгодно, зависит от следующих параметров:**

- нормы прибыли предприятия (отношение прибыли к обороту: чем оно больше, тем больше предельный период обращения дебиторской задолженности);
- ежемесячной прибыли предприятия без учета дебиторской задолженности (чем она меньше, тем больше предельный период обращения дебиторской задолженности);
- капитала, вложенного в бизнес, без учета вложений в дебиторскую задолженность (чем он больше, тем больше предельный период обращения дебиторской задолженности);
- времени оборота капитала, вложенного в бизнес (чем оно дольше, тем больше предельный период обращения дебиторской задолженности).

Как определить оптимальный размер дебиторской задолженности?

Таблица 1

Расчет периода обращения дебиторской задолженности

Вариант 1

Исходные данные	
Норма прибыли (k)	15%
Ежемесячная прибыль предприятия без учета дебиторской задолженности (I), тыс. леев в месяц	5000
Капитал, вложенный в бизнес (C), тыс. леев	50 000
Время оборота капитала (T0), мес.	1
Расчетные данные	
Предельный период обращения дебиторской задолженности, мес.	1,8

Если фактически период обращения дебиторской задолженности меньше чем 1,8 мес., то увеличивать дебиторскую задолженность выгодно. В противном случае – невыгодно.

Таблица 2

Вариант 2

Исходные данные	
Объем реализуемых товаров при условии отсутствия возможности взять в кредит, шт. в мес.	31
Объем товаров, взятых без отсрочки, при условии наличия кредита, шт. в мес.	25
Норма прибыли при оплате без отсрочки платежа	10%
Ежемесячная прибыль предприятия без учета данной реализации, тыс. леев в мес.	5000
Капитал, вложенный в бизнес, без учета вложений в дебиторскую задолженность (С), тыс. леев в мес.	50 000
Цена за товар, взятый без отсрочки платежа, тыс. леев	5
Время отсрочки платежа, мес.	1
Время оборота капитала, мес.	1
Наценка за кредит, в мес.	10%
Расчетные данные	
Рентабельность при отсутствии кредита (независимо от количества проданных товаров)	10,031%
Рентабельность при предоставлении кредита (в нашем примере рассчитано для количества проданных товаров от 0 до 90 шт. в мес.)	10,025-10,04265%
Минимальный объем товаров, взятых в кредит, шт. в мес.	30
Если фактическое количество товаров, взятых в кредит, больше 30 шт. в мес., то торговать в кредит выгодно.	

Оборачиваемость дебиторской задолженности (ОДЗ) отражает число оборотов, совершаемых дебиторской задолженностью в течение рассматриваемого периода:

$$\text{ОДЗ} = \frac{\text{Продажи в кредит}}{\text{Дебиторская задолженность}}$$

В данном показателе результаты работы предприятия (продажи в кредит) в исследуемый период соотносятся с «занятостью капитала», образуемого за счет продаж (дебиторская задолженность). «Занятость капитала» приводится в среднем размере или по состоянию на конец периода. Рост показателя свидетельствует о положительных тенденциях в сфере дебиторской задолженности.

Период оборота дебиторской задолженности (ПОДЗ) указывает на среднее количество дней между выставлением счета-фактуры и его оплатой:

$$\text{ПОДЗ} = \frac{\text{Дебиторская задолженность}}{\text{Дневные продажи в кредит}}$$

При положительном развитии данного показателя (его снижении) улучшается соотношение между продажами и дебиторской задолженностью, на основании чего можно судить об увеличении скорости погашения дебиторской задолженности.

Компании, не возвращающие долги вовремя, можно разделить на несколько групп. Для каждой группы следует использовать свои методы контроля дебиторской задолженности.

Первая группа – это неблагополучные компании, которые уже при получении товарного кредита не запланировали его возвращение. Как правило, это SRL, у которых уставный капитал составляет 5400 леев, а из собственности практически ничего нет (компьютер, телефон и арендованная комната в жилом доме). Такие предприятия опасны. Даже если за первую, вторую, третью поставку они расплатились, на четвертой, когда объем товарного кредита возрастет, они могут вообще исчезнуть.

Вторая группа – это нормальные компании, которые заложили в основу своей финансовой стратегии метод финансового рычага. «Не беда, что в бюджете не хватает оборотных средств – прокредитуемся за счет поставщиков». Задолжав одним, они переходят к другим – и так, пока не обойдут всех. Тогда они заплатят первым в списке и пойдут по новому кругу.

Эта категория фирм достаточно многочисленна, и исключать ее из перечня потенциальных заказчиков, наверное, не стоит. В конечном итоге результатом работы предприятия является прибыль, и если через три месяца фактическая прибыль (с учетом дисконтирования) окажется очень большой, то игра стоит свеч. Беда в том, что подобные хождения по кругу могут закончиться печально. Это своего рода финансовая пирамида. Вот почему решение по таким заказчикам должен принимать лично Генеральный директор.

Третья группа – это компании, у которых периодически возникают «финансовые разрывы», имеющие, как правило, сезонный характер. Другими словами, в сезон резко возрастает объем выпускаемой товарной продукции, а собственных оборотных средств для покрытия разрыва между кредитными обязательствами и платежами от заказчиков недостаёт.

Следует четко осознавать, что деньги вовремя получить будет невозможно. Выхода два: либо закладывать проценты за реальный срок кредитования, а не за те 15-25 дней, либо проводить жесткую политику – не отгружать товар. Оба варианта имеют плюсы и минусы. В первом случае цена изначально может стать неконкурентоспособной. Во втором – кроме продукции на складе останется сырье под следующие заказы, которое очень сложно будет пустить на что-нибудь еще.

Четвертая группа – это дисциплинированные плательщики, которые в силу ряда причин просто физически не могут выполнить в срок свои договорные обязательства. Например, все счета, срок оплаты по которым приходится на субботу и воскресенье, до следующего платежа будут считаться просроченными. А система контроля платежей настроена таким образом, что раньше положенного срока не позволяет производить оплату.

По этой группе должников вина целиком лежит на предприятии-поставщике. Значит, условия контракта таковы, что заказчик постоянно оказывается в просроченных дебиторах на несколько дней. Выход – внести изменения в контракт.

Руководство компании пытается сократить дебиторскую задолженность разными путями, например – работать с покупателями по предоплате и держать на складе минимальные товарные остатки. Однако такие методы приводят к серьезным проблемам со сбытом. Кроме того, низкий объем реализации негативно оценивают потенциальные инвесторы.

Дебиторская задолженность, или счета дебиторов – неотъемлемый элемент сбытовой деятельности практически любого предприятия. Конечно, все фирмы стараются реализовывать продукцию на условиях оплаты по факту или даже предоплаты. Однако по ряду причин (конкуренция, недостаточная ликвидность покупателей и т. п.) продавцам нередко приходится предоставлять клиентам отсрочку платежа, или коммерческий кредит.

Слишком высокая доля дебиторской задолженности в общей структуре активов снижает ликвидность и финансовую устойчивость предприятия, повышает риск неплатежей и связанных с ними финансовых потерь.

С другой стороны, полностью отказываться от предоставления отсрочки платежа вряд ли целесообразно. Разумное использование данного инструмента стимулирования сбыта способно существенно увеличить валовый объем и рентабельность продаж. А это, в свою очередь, положительно отразится на финансовых результатах деятельности компании.

В связи с этим возникает проблема: как определить оптимальный уровень дебиторской задолженности, который позволит получить максимальную прибыль при имеющихся возможностях? Кроме того, для многих компаний актуальна задача выработки целостной кредитной политики в отношении дебиторов. Она должна учитывать финансовые возможности, конкурентные преимущества, стратегические установки и общий стиль работы фирмы. Кредитная политика, четко увязанная с другими элементами финансовой политики, может стать мощнейшим инструментом компании в конкурентной борьбе.

Попробуем, прежде всего, опровергнуть распространенное мнение, что дебиторская задолженность представляет собой застывшие оборотные активы и поэтому вредна. Как известно, оборотные активы в процессе хозяйственной деятельности движутся, примерно, по такому циклу: деньги – товар – дебиторская задолженность – деньги. Что это означает? Вначале фирма имеет некую сумму денег, покупает на них товар, затем реализует его покупателям: что-то по предоплате, что-то по факту, что-то в кредит. После этого она получает от клиентов деньги и цикл повторяется. Получается, что к стадии

прихода денег от покупателей дебиторская задолженность находится существенно ближе, чем те же товарные остатки. На товар надо еще найти покупателя, а наличие счетов дебиторов означает, что он уже найден и, более того, согласен с ценами и условиями поставки. То есть от компании требуется только дождаться прихода денег на расчетный счет (естественно, мы намеренно не принимаем в расчет разную ликвидность товара и ее связь с условиями поставки).

Получается, что дебиторская задолженность – более ликвидный актив, чем товарные запасы (если под ликвидностью понимать способность актива превращаться в денежные средства). Следовательно, в дебиторской задолженности активы не застывают, а скорее наоборот, можно сказать, что они оживают.

С точки зрения инвестиционного анализа вложения в дебиторскую задолженность ничем принципиально не отличаются от инвестиций в производственные мощности, земельные участки или ценные бумаги. Сохраняется ключевой мотив инвестиций – стремление получить в будущем дополнительные денежные потоки и постепенно возратить первоначальные капиталовложения.

Поэтому в ряде специальных экономических источников предлагается рассматривать инвестиции в дебиторскую задолженность как составную часть общего инвестиционного портфеля фирмы. Более того, появляется желание принимать решения по капиталовложениям исходя из тех критериев, которые используются в отношении инвестиций в другие активы.

Однако существует проблема, препятствующая широкому внедрению этих методов. Дело в том, что определить экономический эффект, получаемый фирмой от предоставления коммерческого кредита, весьма непросто, поскольку при предоставлении отсрочки платежа обычно руководствуются не только и не столько критериями максимизации финансового результата от сделки. Особое внимание уделяется таким сугубо коммерческим аспектам, как максимизация товарного оборота, возможность получить крупного клиента, захватить долю рынка и т.п. Эти категории с большим трудом поддаются количественной оценке. Поэтому точное определение денежных потоков, которые будут сгенерированы в будущем в результате заключения сделки именно на таких условиях, становится весьма сложной задачей.

В связи с этим в подавляющем большинстве случаев приравнивание дебиторской задолженности к инвестициям в другие виды активов не совсем правомерно. Нельзя забывать, что дебиторская задолженность имеет двойственную природу, представляя собой финансовую и коммерческую категорию одновременно. Инвестиционный анализ вложений в дебиторскую задолженность может быть оправдан в отношении факторинга. В данном случае анализ покажет экономический эффект от поступления денежных средств в более ранние сроки, который может быть сопоставлен с комиссией (дисконтом) факторинговой компании.

Как финансовая категория, дебиторская задолженность представляет собой элемент оборотных активов, финансируемый за счет собственного или заемного капитала. При этом ее стоимость определяется возможностями альтернативного использования авансированных в нее средств. Как коммерческая категория, счета дебиторов являются частью продукции, уже проданной покупателям, но еще не оплаченной ими. Более высокая дебиторская задолженность при прочих равных условиях свидетельствует о большем объеме реализации. Для многих предприятий, особенно торговых, это не менее важно, чем валовая прибыль. Таким образом, однозначно сказать, является ли дебиторская задолженность бедствием или благом, нельзя. Истина, как всегда, находится где-то посередине.

Именно поэтому следует признать неправильным как безудержное кредитование покупателей без учёта реальных финансовых возможностей предприятия, так и полный отказ от использования этого инструмента стимулирования сбыта. И именно в оптимизации кредитной и финансовой политики по отношению к покупателям многие предприятия могут найти существенные резервы повышения рентабельности и финансовой устойчивости.

Кредитная политика предприятия должна строиться в четкой увязке двух ключевых показателей сбытовой деятельности – *рентабельности* и *ликвидности*. Без преувеличения можно сказать, что эти показатели являются взаимоисключающими. Связано это с тем, что ликвидные активы (к ним можно отнести денежные средства в кассе, на расчетном счете и в ликвидных ценных бумагах) практически не приносят прибыль и не генерируют прирост денежных потоков в будущем. Соответственно, если компания стремится быть абсолютно ликвидной, она вынуждена держать минимальные товарные остатки на складе и работать только по предоплате. Очевидно, что прибыль при такой стратегии будет стремиться к нулю.

Если же фирма стремится к максимальной рентабельности, она будет склонна по максимуму отгружать товары клиентам в кредит, пользуясь товарным кредитом собственных поставщиков. Дело в том, что других ресурсов при такой политике у нее просто не останется: все деньги будут превращены в товар, а складские остатки – в дебиторскую задолженность. В результате мы получим в балансе две зашкаливающие за разумные пределы статьи – *дебиторскую задолженность в активе и кредиторскую в пассиве*. При этом любой сбой в цепочке может привести к фатальным для фирмы последствиям.

Кредитная политика как раз является механизмом поиска разумного компромисса исходя из реальных возможностей фирмы по управлению активами и пассивами.

Формировать кредитную политику компании целесообразно на основе существующего спроса на продаваемую продукцию. В этой связи полезно знать, какова эластичность спроса покупателей по тем или иным показателям. Широко известен показатель эластичности спроса по цене, который предоставляет информацию о том, на сколько процентов снизится спрос при росте цен на один процентный пункт. Применительно к дебиторской задолженности можно вывести аналогичный показатель – эластичность спроса по кредитной политике. Он будет предоставлять ту же информацию, но в связи с изменениями в кредитной политике (например, рост спроса при увеличении отсрочки платежа на один день). Для расчета показателя эластичности достаточно знать, каков был оборот клиента при различных величинах отсрочки.

Следовательно, зная текущий уровень спроса, легко можно определить, какой была бы выручка и прибыль при запретительной кредитной политике (когда дебиторская задолженность равна нулю). Можно будет также сравнить прибыль с конкретным положением дел. А поделив разницу в прибыли на величину дебиторской задолженности, можно выяснит, какова ее рентабельность.

При наступлении срока исковой давности, прежде, чем списывать дебиторскую задолженность, проанализируйте, выгодно это компании или нет.

Если в текущем периоде компания понесла убытки или получила прибыль, сумма которой меньше размера долга, то списывать задолженность невыгодно. В этом случае возникнет необходимость уплаты подоходного налога, поэтому компании лучше продлить срок исковой давности.

Чтобы прервать срок исковой давности и начать отсчитывать его снова, организация может обратиться в суд с иском к должнику. Тогда срок исковой давности прерывается в день, когда суд принял исковое заявление. Течение срока прерывается также, если должник признал за собой долг. Подтвердить это он должен письменно, прислав письмо или подписав акт сверки расчетов. Подтверждением будет являться также поступление от должника хотя бы какой-то суммы денег.

Предприятиям следует обдуманно принимать решение о производстве или покупке товара еще в ходе финансово-экономического планирования, то есть к моменту потенциального принятия решения товар уже произведен (закуплен) и находится на складе, поэтому здесь достаточно использовать традиционные инструменты для управления оборотным капиталом: это приведенная стоимость денежных средств, оценка кредитных рисков (рейтинги контрагентов) и стимулирование предоплаты как элемент кредитной политики.

Prezentat la 08.10.2007