

ОПТИМИЗАЦИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РУП «ГЗЛИН»

А. В. Куприенко

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь

Научный руководитель Н. П. Драгун

В современной коммерческой практике широкое распространение получила реализация товаров (работ, услуг) с отсрочкой платежа. В результате таких операций на счетах предприятия формируется дебиторская задолженность. Таким образом, особую актуальность приобретает вопрос эффективного управления дебиторской задолженностью, цель которого – оптимизация ее общей величины и обеспечение ее своевременного погашения, так как умелое и эффективное управление является неотъемлемым условием поддержания требуемого уровня ликвидности и платежеспособности.

Наиболее значимым инструментом управления дебиторской задолженностью является кредитная политика предприятия.

В процессе ее формирования решаются два основных вопроса:

- 1) в каких формах осуществлять реализацию товаров в кредит;
- 2) какой тип кредитной политики взять за основу.

В процессе выбора типа кредитной политики должны учитываться следующие основные факторы:

- общее состояние экономики, определяющее финансовые возможности покупателей;
- уровень платежеспособности;
- сложившаяся конъюнктура товарного рынка, состояние спроса на продукцию;
- потенциальная способность предприятия наращивать объем производства продукции при расширении возможностей ее реализации за счет предоставления кредита;
- правовые условия обеспечения взыскания дебиторской задолженности;
- финансовые возможности предприятия в части отвлечения средств в дебиторскую задолженность;
- уровни допустимого риска в процессе осуществления хозяйственной деятельности.

При выборе типа кредитной политики на предприятии основной акцент ставится на приоритетных целях развития. Различают три типа кредитной политики: консервативный, умеренный и агрессивный.



Рис. 1. Типы кредитной политики

Механизмом реализации политики консервативного типа политики является:

- существенное сокращение круга покупателей продукции в кредит за счет групп повышенного риска;
- минимизация сроков предоставления кредита и его размера;
- ужесточение условий предоставления кредита и повышение стоимости;
- использование жестких процедур инкассации дебиторской задолженности.

Умеренный тип кредитной политики предприятия характеризует типичные условия ее осуществления, ориентируется на средний уровень кредитного риска при продаже продукции с отсрочкой платежа.

Механизмом реализации агрессивного типа политики является:

- распространение кредита на более рискованные группы покупателей продукции;
- увеличение периода предоставления кредита и его размера;
- снижение стоимости кредита до минимально допустимых размеров.

Комплекс задач, определяемых целями кредитной политики, решение которых будет способствовать, в том числе сокращению дебиторской задолженности, включает в себя:

- определение кредитных лимитов;
- контроль сроков погашения дебиторской задолженности и принятие последующих мер по ее взысканию (напоминание, санкции и т. п.);
- сбор и управление информацией о покупателях (заказчиках);
- оценку платежеспособности покупателя (заказчика);
- контроль платежных условий заказов;
- мониторинг дебиторской задолженности;
- анализ, планирование и контроль кредитных и долговых отношений;
- коммуникацию со службами маркетинга, ценообразования и др. [12, с. 288].

На данный момент на ГП «ГЗЛиН» на практике не применяется такой инструмент управления дебиторской задолженностью как предоставление скидок за оплату ранее установленного в договоре срока. Рассмотрим перспективы применения данного инструмента воздействия на дебиторскую задолженность на предприятии.

Таблица 1

Исходные данные для анализа

Показатель	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
1. Фактический объем реализации, млн р.	465671	465671	465671	465671
2. Увеличение объемов реализации, %	20*	20*	10*	20*
3. Скидка, %	2*	3*	2*	3*
4. Срок, в течение которого действует скидка, дни	20	20	10	10
5. Срок коммерческого кредита, дни	50	60	40	60
6. Фактический средний срок оборачиваемости дебиторской задолженности, дни	143	143	143	143
7. Погашение задолженности покупателями, не воспользовавшимися скидкой, дни	80	90	90	70
8. Себестоимость, % от реализации	80	80	80	80
9. Доля продаж, задолженность по которым погашается в течение срока действия скидки, %	70	60	70	60
10. Альтернативные расходы в год, %	20	20	20	20

* Согласно результатам оценки эластичности спроса по условиям платежа.

Расчет экономического эффекта от изменения кредитной политики на РУП «ГЗЛиН» по вариантам представлен в табл. 2

Таблица 2

Расчет экономического эффекта по вариантам

Показатель	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
1. Прирост объемов реализации (п. 1 · п. 2) (ΔRP)	93134,2	93134,2	46567,1	93134,2
2. Средний срок оборачиваемости дебиторской задолженности (п. 9 · п. 4 + (1 – п. 9) · п. 7) (OD_{cp})	38	48	34	34
3. Фактический уровень дебиторской задолженности (п. 1 · п. 6/365) ($DZ_{ф}$)	182543,03	182543,03	182543,03	182543,03
4. Прогнозируемый уровень дебиторской задолженности ($\Delta RP + п. 1 \cdot OD_{cp}/365 \cdot (DZ_{пр})$)	58176,93	73486,68	47638,14	58176,93
5. Высвобождение средств ($DZ_{ф} - DZ_{пр}$) BC	124366,1	109056,35	134904,89	124366,1
6. Прибыль от прироста продаж ($\Delta RP \cdot (1 - п. 8)$) (PR_{pp})	18626,84	18626,84	9313,42	18626,84
7. Альтернативные доходы (BC · п. 10) ($D_{алт}$)	24873,22	21811,27	26980,98	24873,22
8. Альтернативные расходы ($((\Delta RP + п. 1) \cdot п. 5) \cdot п. 3$) ($P_{алт}$)	5588,05	10058,49	4097,9	10058,49
9. Эффект от принятия измененной кредитной политики ($PR_{pp} + D_{алт} - P_{алт}$)	37912,01	30379,62	32196,5	33441,57

Из расчетов видно, что для предприятия наиболее эффективным является 1 вариант кредитной политики, так как он альтернативные доходы покрывают альтернативные расходы, то есть можно принимать решение об ее изменении.

Предполагаемый экономический эффект от применения 2 % скидки при сроке коммерческого кредитования в 50 дней и сроке действия скидки в течении 20 дней составил 37912,01 млн р.

Литература

1. Аносов, В. М. Об организации управления финансовыми ресурсами за рубежом / В. М. Аносов // Экономика, финансы, управление. – 2009. – № 11. – С. 50–51.
2. Бабин, М. И. Политика управления дебиторской задолженностью / М. И. Бабин // Финансовый менеджмент. – 2008. – № 10. – С. 27.
3. Вариотская, Н. М. Формирование кредитной политики на предприятии в отношении покупателей, или как успешно управлять дебиторской задолженностью / Н. М. Вариотская // Планово-эконом. отд. – 2009. – № 9. – С. 59–61.
4. Милых, И. М. Кредитная политика предприятия как инструмент управления дебиторской задолженностью / И. М. Милых // Консультант. – 2011. – № 6. – С. 6–10.
5. Мультен, Г. В. Финансы и управление ими / Г. В. Мультен // Финансы, учет, аудит. – 2009. – № 6. – С. 6–7.
6. Остапенко, В. В. Финансы предприятий / В. В. Остапенко. – М. : ОМЕГА-Л, 2008. – 85 с.