

лояльності// Справочник по управленню персоналом. – 2012. – № 8. – С. 72.

5. Лояльность клиентов можно измерить// Аналитический банковский журнал. – 2011. - №11. – С.43.

6. Неретина Е.А., Майкова С.Э. Разработка и реализация программы ивент-маркетинга на примере ОАО «Мегафон»// Event-маркетинг. – 2012. – № 2.- С.120.

7. Писарева Е.В. Место и роль маркетинговых инструментов в обеспечении лояльности покупателей в условиях «экономики избытка»// Практический маркетинг. – 2012. - № 10. – С.11.

8. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации. – М.: Дашков, 2012. – С. 35.

10. Седова Г.А. Как сделать из HR-мероприятия HR – событием// Мотивация и оплата труда. – 2008. - №4. – С.265.

11. Спонсорство как инструмент маркетинговых коммуникаций// Рекламодатель: теория и практика. – 2010. - №2. –С.62.

12. Толкачев А.Н. Special events: секреты эффективности// Личные продажи. – 2010. –№ 3. – С.218.

13. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации. 28 инструментов миллениума. – М.: Эксмо, 2008. – С.324.

14. Ясная А.А. Событийный маркетинг: бренд во имя человека, бренд для блага человека// Маркетинг услуг. – 2011. – № 1. – С.64.

СУТЬ УПРАВЛІННЯ РУХОМ КРЕДИТОРСЬКОЇ ТА ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

***Крючек Г.М., магістрант*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Дебіторська і кредиторська заборгованість є природними складовими бухгалтерського балансу підприємства. Вони виникають у результаті неспівпадання дати появи зобов'язань з датою платежів за ними. На фінансовий стан підприємства впливають як розміри балансових залишків дебіторської і кредиторської заборгованості, так і період оборотності кожної з них.

Отримання платежів від дебіторів є одним з основних джерел надходження коштів на підприємство, тому виручка від продажу є

* Науковий керівник - Веретельник Н.І., ст. викладач

єдиним засобом для погашення всіх видів кредиторської заборгованості. Надходження грошових коштів від продажу визначає можливість підприємства щодо погашення боргів кредиторам. Як правило, більша частина дебіторської заборгованості формується як борги покупців. Встановлення з покупцями таких договірних відносин, що забезпечують своєчасне і достатнє надходження коштів для здійснення платежів кредиторам – головне завдання управління рухом дебіторської заборгованості. Управління

рухом кредиторської заборгованості це встановлення таких договірних відносин з постачальниками, які ставлять строки і розміри платежів підприємству у залежності від надходження коштів від покупців.

У сучасних умовах переважна більшість вітчизняних підприємств віддає перевагу продажу продукції не в кредит, а за фактом оплати, однак конкуренція диктує свої умови: продукція відвантажуються, оборотні кошти зменшуються, зростає дебіторська та кредиторська заборгованість.

Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю передбачає:

— обґрунтування можливості виникнення дебіторської та кредиторської заборгованості;

— визначення політики надання кредиту та інкасації для різних груп покупців (постачальниками) і видів продукції;

— контроль розрахунків з дебіторами (кредиторами) за відстрочену або прострочену заборгованість та вивчення причин недотримання договірної дисципліни;

— своєчасне визначення прийомів прискорення боргів і зменшення безнадійних боргів;

— забезпечення умов продажу, що гарантують надходження грошових коштів;

— прогноз надходжень грошових коштів від дебіторів на основі коефіцієнтів інкасації.

Облік реальних витрат або вигод від прийнятих кредитних рішень може використовуватися як інструмент розширення продажів і **підвищення оборотності поточних активів. Основними прийомами** управління дебіторської та кредиторської заборгованості є:

— аналіз замовлень, оформлення розрахунків і встановлення характеру дебіторської та кредиторської заборгованості;

— оцінка реальної вартості існуючої дебіторської та кредиторської заборгованості;

— зменшення дебіторської заборгованості на суму безнадійних боргів;

— контроль за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості;

— визначенні конкретних розмірів знижок при достроковій оплаті.

Аналіз заборгованості за термінами виникнення:

— дозволяє оцінити ефективність і збалансованість політики кредиту і надання знижок;

— визначає сфери, в яких необхідні додаткові зусилля з повернення боргів;

— дає базу для створення резерву за сумнівними боргами;

— дозволяє зробити прогноз надходжень коштів.

Щоб мати більш реальну оцінку грошових засобів, які в перспективі зможе отримати підприємство від дебіторів, необхідно спробувати оцінити ймовірність безнадійних боргів у групах за термінами виникнення заборгованості. Оцінку можна зробити на підставі експертних даних або використовуючи накопичену статистику.

Згідно з розрахунків на цю суму має бути сформований резерв за сумнівними боргами. При дотриманні дебіторами договірних термінів платежів підприємство має кошти для своєчасних розрахунків з кредиторами і постійно має в своєму розпорядженні вільні кошти в обороті. Сприятливі умови забезпечуються двома обставинами:

1. Середній одноденний розмір виручки від продажів перевищує середню одноденну суму витрат на продану продукцію і приросту балансових запасів.

2. Дебіторська заборгованість обертається швидше кредиторської заборгованості.

При встановленні умов розрахунків з покупцями та постачальниками підприємству в багатьох випадках доводиться робити вибір між наявністю вільних коштів в обігу та збереженням необхідного рівня платоспроможності. У залежності від конкретних умов і показників діяльності визначається, що важливіше у певному періоді для поліпшення фінансового стану – вільні кошти в обігу або підвищення платоспроможності. Управління грошовими потоками – один з найважливіших напрямів управління, в межах якого проводиться відстеження і управління рухом готівки, контроль над

станом розрахунків з дебіторами та кредиторами, планування діяльності будь-якого підприємства на перспективу.

З метою максимізації припливу коштів підприємству слід розробити системи договорів із гнучкими умовами щодо термінів і форм оплати:

- передоплата припускає наявність знижки;
- часткова передоплата поєднує передоплату і продаж у кредит;
- передача на реалізацію передбачає, що підприємство зберігає права власності на товари, поки не буде отримана оплата за них;
- виставлення проміжного рахунку ефективно при довгострокових контрактах і забезпечує регулярний приплив грошових коштів при виконанні окремих етапів роботи;
- банківська гарантія припускає, що банк буде компенсувати необхідну суму у випадку невиконання зобов'язань дебітором.

Існують кілька загальних параметрів, які дозволяють організувати раціональне управління дебіторською і кредиторською заборгованістю:

- контролювати стан розрахунків з покупцями по відстрочених (прострочених) заборгованостях шляхом деталізації бухгалтерської інформації та її оцінки;
- орієнтуватися на більшу кількість покупців з метою зменшення ризику несплати одним або кількома покупцями, що купують велику партію товару;
- аналізувати співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості: значне перевищення першої загрожує фінансовій стійкості підприємства і потребує залучення додаткових джерел фінансування;
- застосовувати спосіб надання знижок при достроковій сплаті, який використовується у зарубіжній практиці;
- розробити заходи, щодо обмеження строку розрахунків по поставках через переоформлення прострочених платежів з дебіторської заборгованості у комерційний кредит.

Комплексне впровадження запропонованих заходів економічного та організаційного характеру дасть змогу вирішити існуючі на підприємстві складнощі на шляху підвищення ефективності використання дебіторської та кредиторської заборгованості.