

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мельников М.А.¹ Романова Ю.Р.²

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва, г. Самара

Ключевые слова: дебиторская задолженность, предприятие, экспертная оценка.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности у каждого предприятия появляются обязательства по расчетам за полученные материальные ценности, потребленные работы и услуги перед другими организациями и физическими лицами. В существующих на сегодняшний день условиях экономической нестабильности, повышенной сложности заимствования финансовых средств для предприятий малого и среднего бизнеса, рост объема подобных обязательств может крайне негативно сказаться на экономической деятельности предприятий.

Дебиторская задолженность - это, по сути, задолженность других организаций, работников и физических лиц данной организации. Правильный учет задолженности позволяет судить о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменении в ее финансовом положении. Наличие дебиторской задолженности в настоящее время - это неизбежное следствие существующей системы денежных расчетов между организациями, при которой всегда имеется разрыв времени платежа с момента перехода права собственности на товар. Поэтому значение внутреннего контроля за движением дебиторской задолженностями трудно переоценить: при его помощи обеспечивается защита имущества, качество учета и достоверность отчетности, выявление и мобилизация имеющихся резервов в сфере финансов и предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта [3].

Также осуществление контроля за движением дебиторской задолженности необходимо для улучшения расчетно-платежной дисциплины, и является важным фактором контроля оборачиваемости дебиторской задолженности.

Значительное распространение проблемы неплатежей в Российской Федерации заставляет предприятия искать все новые пути уменьшения объема существующей и потенциальной дебиторской задолженности. Имеющиеся методы работы с дебиторской задолженностью в мировой практике не могут быть применимы в силу значительного количества различий экономических, социальных систем и менталитета общества. Методы, используемые предприятиями в Восточной Европе, на наш взгляд, более близки населению Российской Федерации по менталитету и способам управления экономическими

¹Кандидат экономических наук, доцент кафедры Экономики инноваций Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева.

²Студент магистратуры института Экономики и управления.

процессами. однако они ориентируются в основном на тесное взаимодействие экономических субъектов с государством например, выкуп государством акций предприятий, имеющих значительную задолженность перед третьими лицами для сохранения процесса производства товаров. Подобного в отечественной экономике не наблюдается.

Для российских предприятий, характерны неэффективное планирование необходимой величины оборотных средств, нерациональное их использование, значительные объемы дебиторской и кредиторской задолженности. Данное обстоятельство подчеркивает необходимость совершенствования процессов управления дебиторской задолженностью интенсификацией процессов поиска путей недопущения возникновения просроченной задолженности, выработки механизма качественной ее оценки. Так же вопросы управления задолженностью напрямую связаны с формированием конкурентных преимуществ компании и обеспечением ее динамичного развития.

Отсутствие на предприятии системной работы с дебиторской задолженностью может привести и к повышению уровня финансового риска, который возникает вследствие осуществления финансовых операций. Финансовый риск является спекулятивным риском по своей экономической природе, поскольку возникает при осуществлении рискованных финансовых операций, связанных с понижением кредитоспособности, платежеспособности и финансовой устойчивости [5].

К факторам, оказывающим влияние на уровень внутренних финансовых рисков, относятся:

- обязательства предприятий перед третьими лицами и государственными органами, так называемая долговая нагрузка;
- обеспеченность собственными и оборотными средствами;
- снижение уровня доходности предприятия;
- недостаток ликвидных активов у предприятия;
- эффективность управления капиталом предприятия и его ресурсами;
- большой объем рискованных операций и инвестиционной активности;
- текущая операционная деятельность, включая управленческие, стратегические и финансовые решения, осуществление бизнес-процессов и внутреннего контроля за деятельностью предприятия и персонала;
- уровень квалификации специалистов предприятия.

По сути, финансовый риск является управляемым процессом, то есть, на его уровень можно и необходимо оказывать воздействие, что также говорит о необходимости формирования методов дополнительной работы с дебиторской задолженностью.

Дебиторская задолженность - это задолженность покупателей, заказчиков, заемщиков, подотчетных лиц, которую организация планирует получить в течение определенного периода времени. В составе дебиторской задолженности отражается также сумма авансов, выданных поставщикам и подрядчикам.

Период возникновения дебиторской задолженности определяется, прежде всего, условиями заключенных договоров и связан с моментом реализации товаров (работ, услуг). Момент перехода права собственности на товар может быть зафиксирован в договоре отдельно, и тогда в соответствии с этим моментом в бухгалтерском учете отражается дебиторская задолженность.

Виды дебиторской задолженности представлены в таблице 1.

Таблица 1

Виды дебиторской задолженности

Задолженность	Характеристика
Нормальная (срочная)	Срок исполнения платежей по которой еще не наступил по договору
Просроченная	Если период времени, отведенный на оплату товаров или услуг прошел, но срок исковой давности еще не истек. В этом типе подразделяют категории: сомнительные долги - кредитор не рассчитывает на выплату средств по объективным причинам, безнадежные - банкротство или ликвидация контрагента, истечение срока давности
Отсроченная	является результатом реструктуризации задолженности по согласованию с контрагентом. Согласно п. 1 ст. 823 ГК РФ предприятие может предоставлять своим покупателям коммерческий кредит в виде отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ и услуг, что должно быть предусмотрено в договоре

Управление дебиторской задолженностью представляет собой часть системы управления оборотными активами и маркетинговой политики предприятия, направленной на расширение объема реализации продукции и заключающейся в определении рациональной величины общего размера этой задолженности. При этом возникает необходимость обеспечения взаимодействия различных служб предприятия, таких как служба сбыта, заинтересованная в увеличении объемов отгрузки продукции со складов предприятия оптовым покупателям и планово-экономического отдела, заинтересованного в уменьшении дебиторской задолженности предприятия [4].

Как уже было сказано выше, на предприятиях выбор оптовых покупателей осуществляется без каких-либо особых предварительных оценок. Частично это может быть объяснено сложной экономической ситуацией, влияющей на уменьшение суммарного спроса на продукцию на рынке. Также это может быть объяснено стремлением к повышению объемов реализации продукции при системной недооценке влияния величины дебиторской задолженности на экономическое состояние организации. При этом, выбранный оптовый покупатель не оценивается по каким-либо значимым и определенным заранее критериям на способность ответственно осуществлять экономическое взаимодействие с предприятием.

Основными критериями оценки оптовых покупателей, с помощью которых можно было бы отсеять ненадежных деловых партнеров, должны быть те, что могли бы ограничить число покупателей и не навредить процессам и объемам сбыта продукции. К подобным критериям, на наш взгляд, можно отнести следующие:

- объемы закупок продукции предприятия;
- объемы уже имеющейся задолженности перед предприятием;
- темпы снижения задолженностей перед данным предприятием;
- охват рынка продукции [2].

Чтобы сравнивать потенциальных оптовых покупателей, необходимо осуществить их количественную оценку. Одним из выявленных недостатков действующей на предприятии системы оценки поставщика является недостаточное количество критериев, по которым она проходит.

В предлагаемой методике оценки оптовых покупателей критерий «Объемы закупок продукции предприятия» (К1) учитывает объемы закупаемой продукции. Данный показатель важен тем, что может помочь учесть важного клиента, имеющего значительные экономические перспективы для производства. Подобные клиенты нужны даже при наличии определенной задолженности перед предприятием. Однако, при злоупотреблении доверием и неготовности ликвидировать задолженность подобный клиент несет неминуемую угрозу экономическому благосостоянию предприятия. В такой ситуации задолженность формируется молниеносно и в крайне угрожающих размерах.

Такой показатель, как «Объем уже имеющейся задолженности» - К2, должен характеризовать глубину проблемы задолженности оптового покупателя перед предприятием. Чем выше значение данного показателя, тем осторожнее руководство предприятия должно идти на заключение с ним экономических договоров на поставку товара. Можно предусмотреть возможность повышения процента предоплаты при работе с подобными партнерами.

- «Темпы снижения задолженностей» - (К3) – оценивает динамику изменения задолженности оптового покупателя перед предприятием. Показатель является хоть и не самым важным в деле характеристики делового партнера, но позволяет оценить важный момент – готовность устранять имеющийся объем задолженности, что и является целью формирования методики оценки оптовых покупателей. Чем быстрее снижается задолженность, тем важнее данный покупатель для предприятия.

- «Охват рынка строительной продукции» - (К4) – показатель, который позволяет оценить стратегическую перспективность оптового покупателя. В отличие от «Объема закупок продукции предприятия» последний показатель в большей степени должен оценивать не столько текущий объем закупок продукции, сколько перспективы долгосрочности взаимоотношений с данным партнером. Чем больше охват рынка, тем больше можно реализовать продукции предприятия в дальнейшем [6]. Ради подобных экономических перспектив

целесообразным является сохранение сотрудничества даже при наличии задолженности. С другой стороны, покупатель с почти монопольным охватом рынка может диктовать свои условия поставщикам строительной продукции.

Каждый критерий предлагается оценивать по пятибалльной системе. Для снижения погрешности оценки из-за влияния субъективности мнения эксперта, предлагается специальная шкала для каждого критерия, которая позволяет в большинстве случаев принять решение о присвоении баллов на основе документированной информации по оценке оптового покупателя [1].

Получившуюся систему оценки сведем в таблицу 2, которая показывает количественные критерии, по которым осуществляется присвоение баллов действующим и перспективным оптовым покупателям предприятия.

Таблица 2

Параметры присвоения балльной оценки

Оценка	1	2	3	4	5
Объемы закупок продукции предприятия, %	До 5	6-10	11-20	21-40	40-60
Объем уже имеющейся задолженности, тыс. руб.	40000-50000	25001-40000	10001-25000	1001-10000	До 1000
Темпы снижения задолженностей, % в мес.	До 5	6-10	11-5	21-30	31 и больше
Охват рынка строительной продукции, %	До 3	4-10	11-20	21-35	Более 36

Для определения общей оценки деятельности оптового покупателя, в связи со значительным различием важности критериев, целесообразно присвоить весовой коэффициент каждому из них. Веса формируются на основе экспертной оценки специалистов планово-экономического отдела. Дополнительным преимуществом использования весовых коэффициентов является возможность их изменения в зависимости от складывающейся экономической ситуации в регионе экономической активности предприятия.

Количество экспертов должно быть не менее 5, каждому из которых требуется предложить оценить значимость указанных критериев по 10-ти балльной системе. Полученные данные приведены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты экспертной оценки

Эксперты	Критерии в баллах			
	объемы закупок продукции предприятия	объем уже имеющейся задолженности	темпы снижения задолженностей	охват рынка строительной продукции
1	10	9	6	7

2	8	7	4	6
3	9	8	7	8
4	9	7	5	6
5	8	7	5	5
Среднее значение:	8,8	7,6	5,4	6,4

Обобщенные результаты экспертной оценки служат для расчета среднеарифметической величины, на которую умножаются полученные оптовыми покупателями продукции предприятия баллы.

Общая интегральная оценка их деятельности рассчитывается для каждого поставщика, как сумма произведений значений i -го критерия на его коэффициент весомости:

$$K = K1*8,8 + K2*7,6 + K3*5,4 + K4*6,4 \quad (1)$$

где:

$K1$ – объемы закупок продукции предприятия;

$K2$ – объем уже имеющейся задолженности;

$K3$ – темпы снижения задолженностей;

$K4$ – охват рынка строительной продукции.

При выборе окончательного варианта поставщика на основе проведенной оценки, необходимо ввести ограничение, что итоговый балльный показатель должен быть выше 1,5, т.е. поставщик должен являться приемлемым для осуществления экономических взаимоотношений. Это будет являться страховкой от недобросовестности сотрудников отдела сбыта отвечающих за обновление базы данных об оптовых покупателях. Иными словами, исключит заведомо заинтересованный состав предприятия в заключении договоров без серьезного предварительного анализа проблем с задолженностью перед предприятием. В случае если все они не проходят эту планку, необходимо осуществлять поиск и оценку новых покупателей, в случае если и это мероприятие не приведет к приемлемым результатам, тогда в реестр вносят поставщика набравшего наиболее близкое к 1,5 количество баллов, но не менее одного балла.

Считаем, что внедрение предложенных мероприятий будет служить предприятиям в качестве серьезного инструмента по уменьшению объемов дебиторской задолженности предприятий, улучшению экономического положения в стране.

Список использованных источников:

1. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Yu. Base Of Instruments For Managing Energy Resources In Monitoring Activity Of Industrial Enterprises // *Advances in Environmental Biology*. 2014. Т. 8. № 7. С. 2372-2376.
2. Анисимова В.Ю. Специфика механизма повышения эффективности деятельности промышленного предприятия // Развитие промышленных комплексов России в условиях вызовов XXI века: монография/Л.К.Агаева,

- В.Ю.Анисимова, Н.В.Безлепкина [и др.]; под общ.ред.Н.М.Тюкавкина.- Самара: Изд-во «Самарский государственный университет», 2015. – 230 с.
3. Барышева Е.Н., Сараев А.Л., Тюкавкин Н.М. Динамическая модель запаздывания эндогенных и экзогенных инвестиций в освоение капиталовложений в производственное предприятие // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 9-1 (131). С. 245-251.
 4. Кононова Е.Н., Тюкавкин И.Н. Повышение результатов хозяйствования региональных интегрированных промышленных структур на основе информатизации// Вестник Самарского государственного технического университета. 2013. №2. – С. 111-116.
 5. Курносова Е.А. Хасьянов И.И. Формирование финансовой стратегии предприятий малого бизнеса // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 5 (127). С. 65-68.
 6. Сараев А.Л. Влияние производственных издержек предприятия на динамику его прибыли // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 9-1 (131). С. 293-299.

СТРУКТУРА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ СРЕДЫ

Мокина Л.С.¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С.П. Королёва, г. Самара

Ключевые слова: инновация, инновационная среда, инновационный потенциал, промышленность, промышленные предприятия.

Высокие темпы развития промышленных предприятий обеспечены имеющимися положительными внешними и внутренними факторами, влияющими на деятельность данных предприятий. Ведущее место среди внешних факторов отводится наличию благоприятной среды, которая непосредственно положительно будет влиять на деятельность предприятий, находящихся внутри данной среды.

В современных условиях развития и становления инновационной экономики России особая роль отводится региональным инновационным системам. Вследствие имеющихся институциональных, экономических, отраслевых особенностей инновационное развитие регионов, формирование инфраструктурного обеспечения происходит различными темпами и зависит от состояния инновационной среды.

¹ Старший преподаватель кафедры Экономики инноваций Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королёва.