

УДК 336.663

Соляник Л. Г.

**КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ
ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Розкривається питання управління дебіторською заборгованістю підприємства через механізм кредитної політики та удосконалюється механізм здійснення кожного з напрямків кредитної політики. Пропонується концептуальна схема здійснення кредитної політики підприємства.

The problem of debt management of an enterprise through the mechanism of credit policy is considered. The mechanism of implementation of each direction of credit policy is improved. The conceptual scheme of credit policy realization on an enterprise is proposed.

Управління оборотними активами – найважливіший чинник підвищення рівня використання фінансових ресурсів, ефективності діяльності та можливостей інноваційного розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. У сучасній практиці фінансового менеджменту в Україні управління дебіторською заборгованістю є одним з найважливіших і, водночас, складних елементів управління оборотними активами підприємств.

За останнє десятиріччя відбулися суттєві порушення нормального циклічного процесу формування та інкасації дебіторської заборгованості. Так, за статистичними даними [5], частка дебіторської заборгованості у складі оборотних активів підприємств України протягом 1995р. - 2002р. збільшилась з 28,3% до 69,5% (табл. 1, рис. 1).

Таблиця 1

Структура оборотних активів в економіці України

	Структура оборотних активів	1995	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	Оборотні активи, всього	100	100	100	100	100	100	100
1	Товарно-матеріальні цінності	44,2	36,4	28,4	24,8	23,9	23,1	21,6
2	Товари відвантажені та надані послуги	17	11,6	4,2	2,3	-	-	-
3	Дебіторська заборгованість	28,3	47,5	62,1	67,1	65,9	68,5	69,5
4	Поточні фінансові інвестиції	-	-	-	-	-	1,5	1,7
5	Грошові кошти	5,9	1,8	2	2,2	3,5	3,4	3,9
6	Інші оборотні активи	4,6	2,7	3,3	3,6	6,7	3,5	3,3

В структурі дебіторської заборгованості (рис. 2) понад 50% складає заборгованість за товари і послуги.

Слід зауважити, що віднесення дебіторської заборгованості до найбільш ліквідних активів не гарантує надходження грошових коштів на підприємства з боку боржників.

Зростання дебіторської заборгованості темпами, що перевищують темпи випуску та реалізації продукції, призвело до неефективної структури оборотних активів і погіршення фінансового стану підприємств. Крім того, це може бути не тільки причиною виникнення проблем для підприємств (зниження рентабельності активів, втрата їх ліквідності), а й спричинити розвиток кризи неплатежів в економіці країни.

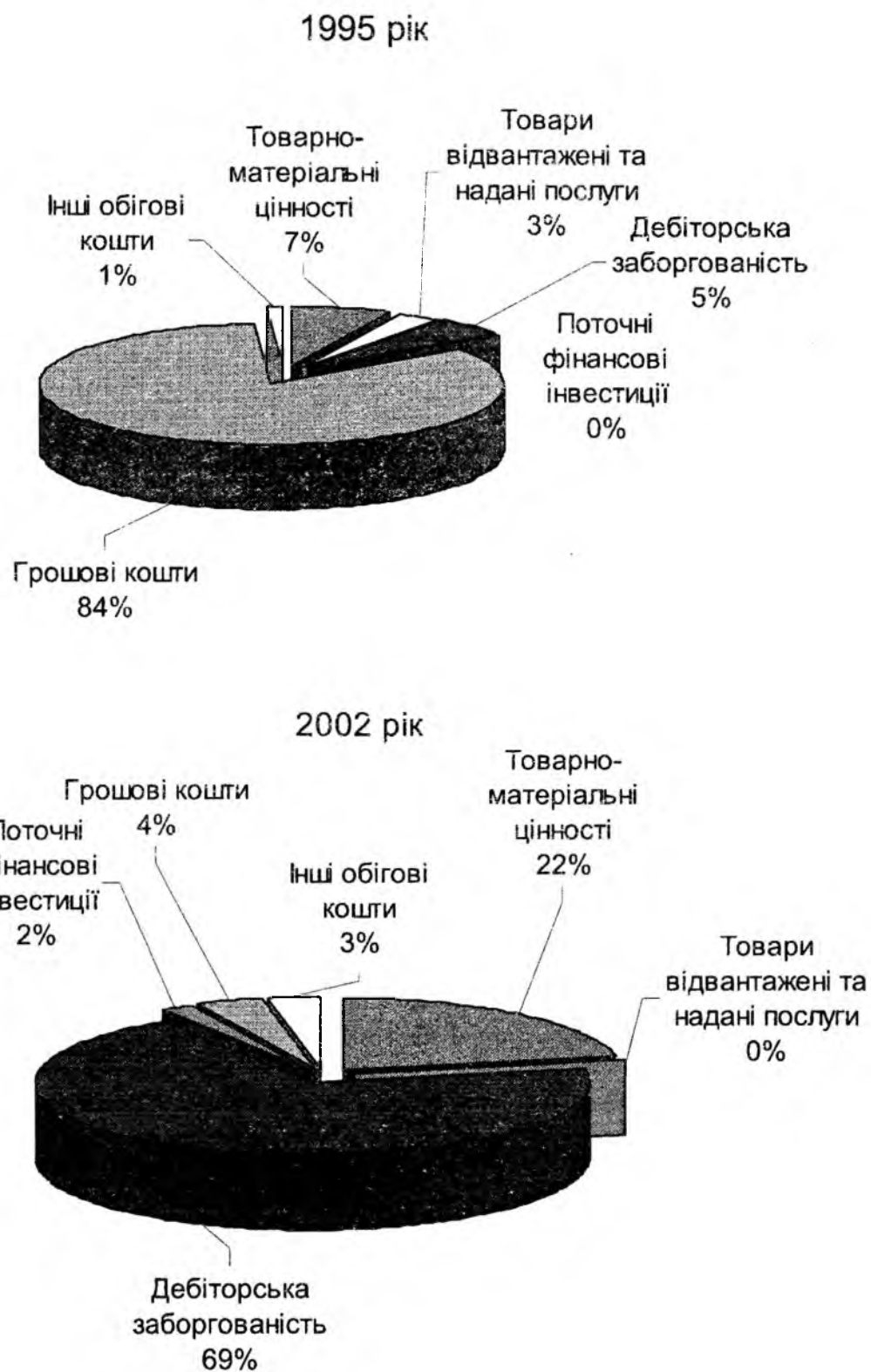


Рис. 1. Структура оборотних активів в економіці України

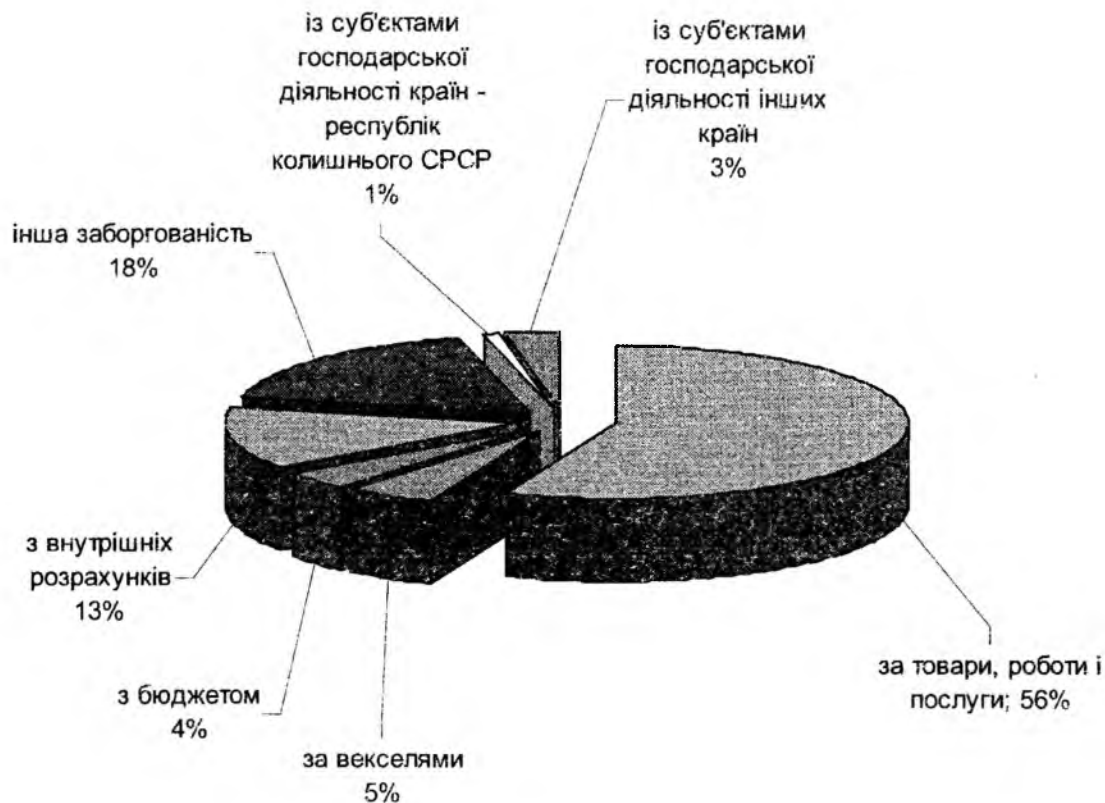


Рис. 2 . Структура дебіторської заборгованості

Збільшення дебіторської заборгованості свідчить про не відпрацьованість до цього часу системи взаєморозрахунків підприємств і характеризує наявність платіжної кризи. Однак треба мати на увазі, що, в умовах розвитку ринкових відносин, різке зменшення дебіторської заборгованості за рахунок підвищення жорсткості умов сплати рахунків може привести до скорочення кількості покупців з наступним зменшенням реалізації продукції і рентабельності активів. Отже, зростання дебіторської заборгованості не завжди треба оцінювати негативно: підприємство повинно прагнути до оптимізації її обсягів.

Більшість вітчизняних підприємств приймають рішення щодо формування та інкасації дебіторської заборгованості на інтуїтивній основі, в умовах відсутності більш-менш обґрунтованої і постійної політики управління цією частиною активів. Це призводить як до прямих фінансових втрат так і до недоотримання частини прибутку.

Однією із задач управління дебіторською заборгованістю в економічних умовах, що склалися в Україні, є розробка таких правил та стандартів роботи з дебіторами, які б дозволили забезпечити найбільш ефективну структуру та ефективність використання оборотних активів, зростання рентабельності капіталу та фінансової стабільності підприємства за рахунок активізації процесу продажу товарів та послуг.

Вирішення цієї проблеми вважають нагальним багато вчених та практиків, оскільки зростає потреба підприємств у кваліфікованому втручанні в процес управління дебіторською заборгованістю. Аналіз останніх публікацій та досліджень у сфері управління дебіторською заборгованістю свідчить, що питання управління дебіторською заборгованістю на стадії її існування висвітлено досить детально.

Так, І. О. Бланк [2], М. Білик [3] детально розкривають проблемні питання щодо сутності дебіторської заборгованості та дають її класифікацію; Т.Басюк [1] пропонує використання при інкасації дебіторської заборгованості таких інструментів як рефінансування, реструктуризація заборгованості; І.Бланк [2] розробив політику управління дебіторською заборгованістю; О. Лучков [4] запропонував модель оптимізації розміру дебіторської заборгованості.

Але рішення проблеми управління дебіторською заборгованістю у вітчизняній практиці господарювання за допомогою існуючих моделей та методик поки що малоефективне. Фінансово-кредитні інститути ще недостатньо розвинені, відсутні стандарти і механізми створення кредитної політики, обмежені інструменти управління дебіторською заборгованістю.

Зарубіжна теорія та практика управління дебіторською заборгованістю зорієнтована на сталий стан та розвиток підприємств [6] і не повною мірою враховує такі чинники, як мінливий характер факторів, що впливають на обсяги дебіторської заборгованості. Це не дає можливості використовувати існуючі у світовій теорії та практиці методи управління дебіторською заборгованістю вітчизняних підприємств і потребує розробки науково обґрунтованих методів управління нею.

Тому метою досліджень, результати яких викладені у даній публікації, є створення ефективної системи управління дебіторською заборгованістю підприємств через механізм кредитної політики як на стадії її формування, так і на стадії її інкасації.

Як відомо, дебіторська заборгованість – це сума богів, що належить підприємству і свідчить про вилучення коштів з його обігу дебіторами - юридичними чи фізичними особами, що мають відповідну фінансову заборгованість перед підприємством. Це – одна з форм існування оборотних активів.

Метою управління дебіторською заборгованістю, як і іншими оборотними активами, є оптимізація її розміру. Оптимальний розмір дебіторської заборгованості, з одного боку, може бути досягнутий шляхом своєчасності оплати цієї заборгованості, а з іншого – встановленням оптимальних як для підприємства, так і для боржника умов сплати боргів.

Розвиток ринкових відносин супроводжується посиленням конкуренції між товаровиробниками. Неможливо успішно розгорнути кампанію з просування товару на ринку та активізувати процес продажу без надання потенційним покупцям більш гнучких умов роботи, насамперед, комерційного і товарного кредиту. Водночас зростання обсягів продажу продукції в кредит призводить до зростання обсягу дебіторської заборгованості, її питомої ваги в структурі оборотних активів, що сприяє виникненню фінансових ризиків та втрат, погіршенню фінансового стану підприємства.

Необхідно об'єктивно оцінити всі переваги і втрати від наявності дебіторської заборгованості, обґрунтувати основні критерії та показники управління дебіторською заборгованістю, враховуючи позиції конкурентів.

Принципи, стандарти і механізми управління дебіторською заборгованістю доцільно об'єднати у єдину систему (кредитну політику), яка входить в загальну систему управління оборотними активами підприємства. Успіх реалізації кредитної політики залежить від економічного обґрунтування стратегії її здійснення (рис. 3).

Стратегічний аналіз ефективності кредитної політики є основою розробки стратегічних цілей та вибору базової стратегії реалізації кредитної політики. За результатами стратегічного аналізу визначають специфіку, звичаї та тенденції ділового обігу, що склалися на даному ринку, оцінюють досягнутий рівень рентабельності за умов дії визначених стандартів кредитоспроможності та якість дебіторської заборгованості, ступень фінансового ризику.

Важливим етапом в розробці кредитної політики підприємства є визначення її стратегічних цілей.

В умовах ринкової економіки діяльність підприємств повинна бути націлена на досягнення високих кінцевих результатів – зростання прибутковості реалізації продукції, прибутковості активів та власного капіталу, за умови забезпечення нормативів ліквідності.

Тому необхідно змінити пріоритети у виборі критеріїв оцінки ефективності кредитної політики підприємств: оптимальна кредитна політика підприємства повинна бути такою, щоб в результаті її проведення максимізувати прибуток за умови використання оптимальної комбінації нормативів кредитоспроможності, терміну кредиту, стратегії знижок, особливих умов і рівня витрат за інкасацією.

З урахуванням цих положень визначені основні цілі кредитної політики підприємства в умовах розвитку ринкових відносин в Україні:

- зростання конкурентної позиції підприємства на ринку за рахунок надання найбільш привабливих умов товарного кредитування;
- збільшення обсягів реалізації продукції, робіт, послуг та підвищення прибутковості активів за умови забезпечення фінансової стійкості і ліквідності.

При розробці кредитної політики необхідно враховувати не тільки звичай ділового обігу, що склалися на даному ринку, але й фінансовий стан самого підприємства, яке надає своїм контрагентам товарні і комерційні кредити, а також особливості покупців.

Стратегічні цілі кредитної політики є основою для вибору базової стратегії і її реалізації.

За змістом стратегія реалізації кредитної політики може бути:

- стратегією скорочення (мінімізації);
- стратегією росту;
- стратегією оптимізації.

Стратегія скорочення націлена на мінімізацію можливих ризиків, які виникають при продажу продукції на умовах комерційного кредиту. При цьому підприємство встановлює жорсткі стандарти кредитоспроможності з мінімальними обсягами і терміном товарного кредиту, за рахунок чого забезпечується висока ліквідність або відсутність взагалі дебіторської заборгованості. У підприємств, які обирають таку стратегію, в умовах ринку і посилення конкуренції між товаровиробниками неминуче виникнуть проблеми звуження кола потенційних покупців і, як наслідок, може спостерігатися падіння обсягів продажу та рентабельності активів підприємства. Використання такої стратегії доцільно за умови монопольного становища фірми та відсутності конкуренції на даному ринку.

Стратегія росту передбачає реалізацію ліберальної кредитної політики, націленої на підвищення попиту на продукцію, зростання обсягів її реалізації. При цьому підприємство не здійснює глибокий аналіз фінансового стану потенційних дебіторів або такий аналіз взагалі відсутній. Стандарти кредитоспроможності у разі дотримання стратегії росту значно послаблені, що сприяє підвищенню рівня фінансових ризиків, зниженню ліквідності фірми. Така стратегія корисна для розширення кола покупців, освоєння нових ринків збуту, зростання долі фірми на ринку даного товару та захоплення стратегічної зони господарювання.

Стратегія оптимізації характеризується зваженим підходом до формування стандартів кредитоспроможності підприємства: при її визначенні враховуються можливі фінансові ризики на основі результатів комплексного кредитного аналізу і водночас створюються умови для активізації продажу та залучення потенційних клієнтів. Стратегія такого типу є найбільш доцільною з економічної точки зору.

Кредитна політика компанії повинна реалізуватися на практиці через організаційно – економічний механізм, складові елементи якого представлені на рис. 4.

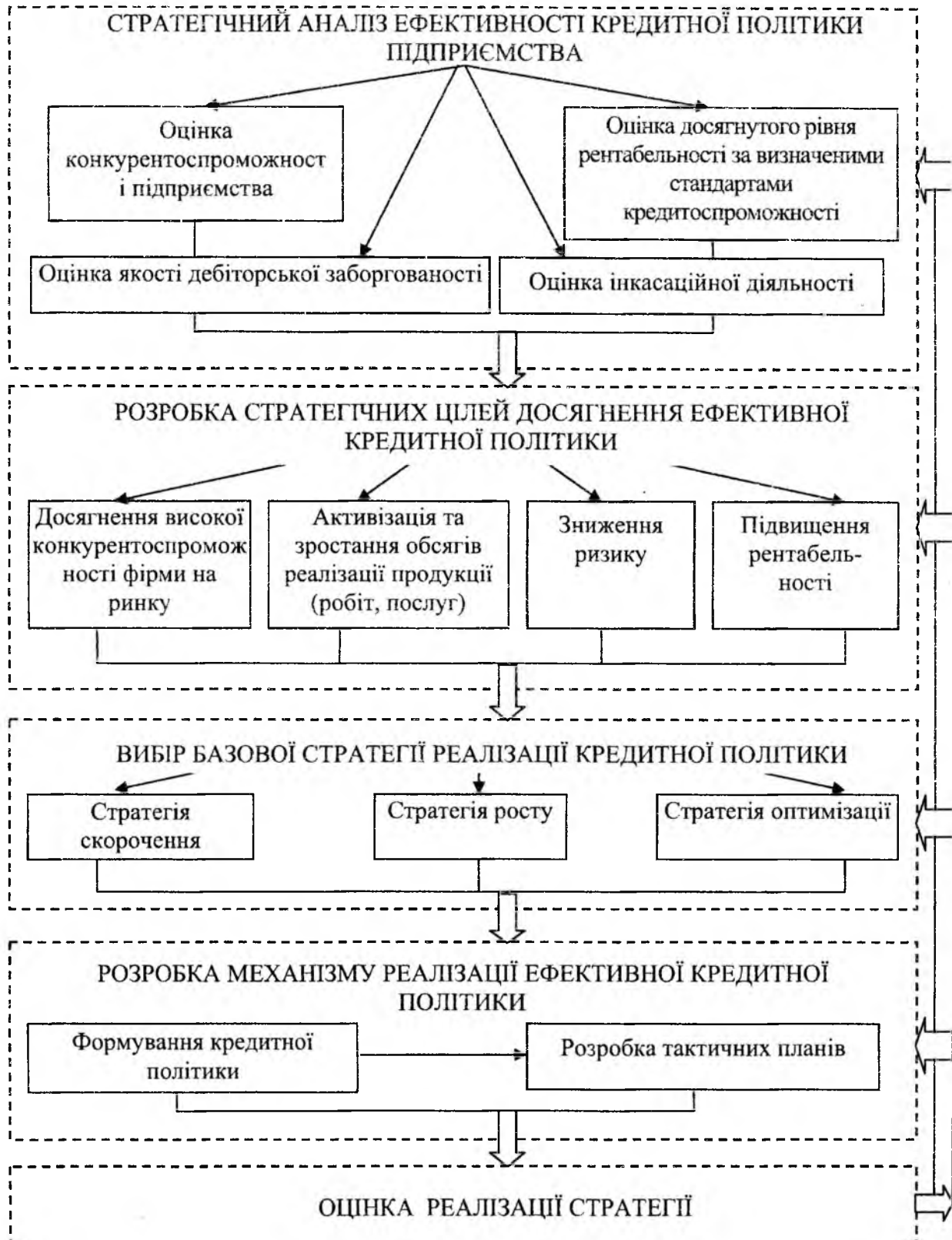


Рис.3. Стратегія здійснення ефективною кредитної політики на підприємстві

Використання науково – обґрунтованого організаційно-економічного механізму розробки та реалізації кредитної політики дає можливість раціонально та ефективно управляти одним із видів оборотних активів – дебіторською заборгованістю, планувати надходження грошових коштів від покупців, бачити реальну картину боргів контрагентів, аналізувати тенденції змін, які відбуваються на підприємстві.



Рис. 4. Елементи механізму кредитної політики підприємства

Розглянемо кожний елемент організаційно-економічного механізму розробки та реалізації кредитної політики більш детально.

Кредитна політика тісно пов'язана з маркетинговою політикою фірми. Головні стратегічні цілі кредитної і маркетингової політик співпадають і націлені на зростання обсягу продаж та рентабельності реалізації і активів підприємства. В ході формування і реалізації кредитної політики необхідно забезпечити плідну співпрацю маркетологів і фінансистів, а кредитну і маркетингову політику фірми слід розглядати, як невід'ємну частину продукції і послуг, які вона реалізує. Кредитна політика може суттєво впливати на обсяг продаж, а надання товарного кредиту є одним з важливих чинників впливу на рівень попиту на продукцію

підприємства. Саме маркетинговий аналіз повинен стати первісною базою розробки механізму кредитної політики, яка дозволить на подальших етапах обґрунтувати кредитні рішення щодо умов кредитування потенційних споживачів на основі прогнозу активізації процесу реалізації продукції. Прогнозні оцінки повинні ґрунтуватися на вивченні поведінки споживачів, конкурентного клімату, звичаїв ділового обороту у галузі та особливостей покупців (наприклад, домінування у складі покупців потужних сітєвих операторів, які працюють тільки на умовах відстрочки платежу). При наявності бази вихідних даних у ході маркетингового аналізу необхідно встановити залежність між умовами продажу продукції, робіт, послуг фірми з різними формами оплати та политом на продукцію і обсягами її реалізації. Для виявлення і оцінки такої залежності у кількісному вимірі доцільно використовувати економіко-математичні методи, зокрема, метод кореляційного (регресійного) аналізу.

На підставі результатів маркетингового аналізу визначають умови надання комерційного кредиту. При цьому обов'язково враховують фінансовий стан самого підприємства (ліквідність фірми, нестача/надлишок оборотного капіталу, можливість залучення додаткового фінансування і т.д.)

Умови надання комерційного кредиту передбачають встановлення терміну відстрочки платежу різним категоріям покупців за критеріями кредитоспроможності і системи знижок за своєчасну оплату продукції. Можливо одночасне визначення ціни для покупців при негайній оплаті та ставки відсотків за надання комерційного кредиту (відстрочки платежу). Для постійних клієнтів крупних партій, з метою скорочення процедури відправки товарів, доцільним є відкриття кредитних ліній – максимальної суми, на яку може бути надано кредит конкретному клієнту.

Умови продажу визначають розмір кредиту, але не визначають суті контракту, тобто інструментів комерційного кредиту, за допомогою яких підприємство мінімізує фінансові ризики. Мінімізація ризиків не повинна негативно вплинути на поведінку клієнта. Мінімізувати кредитні ризики можливо шляхом отримання від клієнта будь-якого забезпечення його платіжних зобов'язань за одержані товари. Таким забезпеченням може бути: банківська гарантія, поручництво будь-якої солідної компанії на основі укладеного договору, простий чи переводний вексель. Мінімізувати ризики може і договір страхування комерційного ризику, але в Україні така практика ще недостатньо відпрацьована і потребує подальшого розвитку.

Важливим елементом механізму прийняття кредитного рішення є кредитний аналіз. Кожне підприємство повинно розробити процедуру аналізу кредитоспроможності потенційних дебіторів з метою об'єктивної оцінки вірогідності фінансових втрат. Процедура такої оцінки повинна включати два взаємопов'язаних етапи:

- збір інформації про потенційного дебітора;
- аналітичне опрацювання одержаної інформації з метою визначення рівня кредитоспроможності.

Для збору інформації про потенційного дебітора та оцінки фінансового стану контрагента фінансисту підприємства доцільно використовувати як формальні, так і неформальні методи.

До формальних методів можна віднести: отримання всього пакету засновницьких документів потенційного покупця; перевірку повноважень особи, яка здійснює дану угоду; аналіз бухгалтерської та фінансової звітності контрагента (на основі даної звітності можна розрахувати певні фінансові коефіцієнти: платоспроможності, ліквідності, ділової активності, рентабельності і т.д.). Ефективним інструментом кількісного аналізу та прогнозування кредитного і ділового ризику дебітора є мультидискримінантний аналіз. Так, використання статистичних методів, зокрема, економіко-математичної моделі Альтмана, дозволить визначити загальний індекс кредитоспроможності підприємства.

Фінансовому менеджеру, який проводить оцінку фінансового стану контрагента, необхідно враховувати загальні процеси та тенденції, що спостерігаються в тій сфері, де працює контрагент, а потім проаналізувати досвід роботи з даним контрагентом (динаміку його розвитку, „історію продажу“, відсутність прострочень за раніше наданими комерційними кредитами і т.д.).

На основі всіх цих даних доцільно підготувати аналітичну записку, що комплексно характеризує фінансовий стан і кредитоспроможність потенційного боржника. Але необхідно враховувати і той факт, що дані бухгалтерського і фінансового обліку контрагента не дозволяють необхідним чином оцінити надійність партнера, а тому можна рекомендувати застосування методів неформальної оцінки фінансового стану.

До неформальних методів можна віднести отримання інформації про контрагента з інших джерел (його постачальників, банків, партнерів, покупців і т.д.), проведення експертної оцінки активів. Дуже часто подібна функція „неформальної оцінки контрагента“ покладається на службу безпеки підприємства. І лише після такого комплексного та всебічного аналізу можна прийняти рішення про віднесення дебітора до певної групи: надійних, середніх та ненадійних покупців та доцільність його кредитування.

На основі матеріалів маркетингового і кредитного аналізу, визначених умов продажу товарів фінансовий менеджер повинен прийняти кредитне рішення щодо надання комерційного кредиту кожному потенційному покупцю. Точність та вірність розрахунків строку і розміру максимально допустимої дебіторської заборгованості, тобто товарного кредиту безпосередньо впливає на економічну безпеку підприємства, а тому потребують економічного обґрунтування.

Вкладення грошових коштів в дебіторську заборгованість передбачає вибір між прибутковістю та ризиком. Критерієм визначення оптимального розміру інвестицій у дебіторську заборгованість повинен стати показник додаткового прибутку, який можна визначити шляхом порівняння прибутку, одержаного при визначеному рівні інвестицій в дебіторську заборгованість, з втратами за безнадійними боргами та витратами на підтримку визначеного рівня дебіторської заборгованості.

Прибуток від додаткової реалізації товарів при незмінних умовах виробництва і реалізації товарів та зміні умов надання комерційного кредиту ($\Pi_{\Delta p_n}$) розрахуємо за формулою:

$$\Pi_{\Delta p_n} = \Delta P\Pi_k \cdot k_{\text{мд}}$$

де $\Delta P\Pi_k$ – приріст реалізації товарів у вартісному виразі в результаті зміни умов надання комерційного кредиту;

$k_{\text{мд}}$ – коефіцієнт маржинального доходу, од.;

Витрати на обслуговування дебіторської заборгованості (ВОДЗ) включають:

- витрати на фінансування;
- витрати на управління;
- витрати і втрати у зв'язку з несвоєчасною оплатою рахунків клієнтами.

Витрати на управління дебіторською заборгованістю враховуються окремо у складі змінних витрат підприємства. Витрати на управління складаються з витрат на утримання додаткового персоналу, який займається веденням клієнтських рахунків та кредитним аналізом, необхідністю придбання додаткової оргтехніки, програмного забезпечення і т.д.

Витрати на фінансування виникають тому, що у випадку надання клієнтам комерційних кредитів, підприємство фінансує дані кредити або за рахунок власних коштів, які б могли бути реінвестовані в товари, виробництво чи фінансові активи, або за рахунок залучених (позикових) коштів.

Витрати і втрати у зв'язку з несвоєчасною оплатою рахунків клієнтами (РСБ) складаються з накладних витрат (заказні листи покупцям, які прострочили платіж; витрати на телефонні переговори і т.д.; фінансових витрат при продажу дебіторської заборгованості третій особі; витрат, безпосередньо пов'язаних з можливою судовою справою (оплати послуг адвокатів та юристів, судові мита тощо) та прямих фінансових витрат фірми від невиконання дебіторами своїх платіжних обов'язків у формі резерву сумнівних боргів.

Суму витрат на фінансування дебіторської заборгованості (ВФ) визначимо за формулою:

$$ВФ = \Delta ДЗ \cdot ПЗВ \cdot i, \text{ або}$$

$$ВФ = \Delta РП / k_{дз} \cdot ПЗВ \cdot i$$

де $k_{дз}$ – оборотність дебіторської заборгованості при визначених умовах продажу товарів в кредит, обороти;

$ПЗВ$ – питомі змінні витрати на виробництво і реалізацію товарів, од.;

i – середня доходність капіталу, од.;

На підставі встановленого критерія оптимальне кредитне рішення буде прийняте за умови:

– при виборі потенційного дебітора:

$$П_{\Delta рп} - ВОДЗ \geq 0$$

$$\Delta РП_k \cdot k_{мд} \geq \Delta РП_k / k_{дз} \cdot ПЗВ \cdot i + РСБ, \quad \text{або}$$

$$\Delta РП_k \cdot k_{мд} \geq \Delta ДЗ \cdot ПЗВ \cdot i,$$

де $ВОДЗ$ – витрати на обслуговування дебіторської заборгованості, грн.;

$РСБ$ – фінансові втрати (резерв сумнівних боргів), грн.

Таким чином, оптимальний обсяг зростання дебіторської заборгованості за встановленим критерієм буде коливатися у межах:

$$0 \leq \Delta ДЗ \leq \Delta РП_k \cdot k_{мд} / ПЗВ \cdot i,$$

звідки оптимальний обсяг зростання продажу товарів в кредит складе:

$$\Delta РП_k = \Delta ДЗ \cdot k_{мд}$$

– для підприємства в цілому, що надає комерційний кредит:

$$\sum П_{\Delta рп} - \sum ВОДЗ \rightarrow \max$$

Механізм реалізації кредитної політики на підприємстві передбачає розробку не тільки стандартів кредитоспроможності, а і стандартів інкасації дебіторської заборгованості, які передбачають наступні елементи: аналіз платіжної дисципліни, організацію системи документообігу.

Аналіз платіжної дисципліни включає аналіз якості дебіторської заборгованості і розробку механізму штрафних санкцій і роботи з простроченими платежами.

Для того, щоб вірно оцінити всі тенденції, які стосуються дебіторської заборгованості, кожен фінансовий менеджер повинен вміти аналізувати систему показників, пов'язану з дебіторською заборгованістю: коефіцієнт оборотності дебіторської

заборгованості, період її погашення, частку дебіторської заборгованості в загальному обсязі оборотних активів і розмір сумнівної дебіторської заборгованості в загальному її обсязі. Чим довшим є період погашення дебіторської заборгованості та більшою є частка сумнівної дебіторської заборгованості, тим вищим є ризик її непогашення.

Однією із складових фінансового аналізу дебіторської заборгованості є оцінка її реального стану. При проведенні такої оцінки розглядається не тільки сума дебіторської заборгованості, але й дата її виникнення: виділяється поточна (непрострочена) дебіторська заборгованість, прострочена (сумнівна) та безнадійна дебіторська заборгованість. Далі, на основі цього аналізу, складається реєстр рахунків дебіторів, в якому виділяються всі три групи дебіторів та приймаються рішення по кожній групі: активне нагадування дебітору про необхідність негайної оплати, списання безнадійного боргу і т.п. З урахуванням цього фактору і слід визначати вірогідність кредитного ризику і резерв сумнівних боргів.

Частота складання аналітичних звітів такого роду залежить від тривалості циклу проходження грошових коштів (середній строк відстрочки платежу). Якщо всі відстрочки надаються на досить довгий термін, наприклад 60 та більше днів, то даний звіт доцільно складати не частіше одного разу на квартал. Але необхідно пам'ятати, що можна втратити час для прийняття оперативних рішень.

Організація ефективної системи документообігу дозволяє забезпечити виконання всіх встановлених правил і процедур при відвантаженні товару, наданні послуг, в найбільш короткий час, з тим, щоб ніяким чином не бути фактором, що гальмує процес продажу. Найбільш раціональним є наступний комплекс дій: резервування товару, який буде відвантажено на умовах відстрочки платежу (товарного кредиту); передача відповідних документів (наприклад, заявки) фінансовому контролеру для прийняття рішення про можливість/неможливість відвантаження товару даному клієнту; у випадку, якщо фінансовий контролер приймає позитивне рішення з відвантаження, то завізований документ передається на склад для здійснення процесу фізичного відвантаження товару покупцю; у випадку, якщо прийнято негативне рішення щодо даного факту, то фінансовий контролер негайно повідомляє менеджера про причину своєї відмови; менеджер повинен довести повну інформацію до клієнта і спільно з ним обрати комплекс заходів щодо виходу з даної ситуації (наприклад, термінова оплата попереднього боргу, надання будь-якої застави і т.д.).

Щоб цей процес не був зайве бюрократизований та розтягнутий у часі, доцільно встановити норматив часу, який відводиться на виконання вищевказаних дій.

Угоди та контракти, які укладаються з покупцями, обов'язково повинні мати розділ про штрафні санкції, які будуть застосовані до покупця у випадку, якщо він допустить прострочку платежу. Як правило, розмір пені за прострочку платежу складає 0,1–0,7% від суми не оплаченої в строк заборгованості за кожен день прострочки. Оплата простроченої дебіторської заборгованості не звільняє покупця від зобов'язання сплатити нараховану пеню. При цьому пеня може бути перерахована як одночасно з оплатою основного боргу, так і окремим платежем.

В випадку якщо, не дивлячись на старанно проведений аналіз, контрагент все ж не виконує свої зобов'язання, необхідно визначити порядок роботи з простроченими платежами. Встановити певний термін, так званий „граничний термін запізнення в оплаті". На протязі цього періоду не варто розпочинати будь-які активні заходи щодо стягнення коштів, тому що дана відстрочка може бути викликана всього лише неухважністю контрагента або якимось іншими, але об'єктивними обставинами. Але якщо і цей термін минув, а грошові кошти так і не надійшли, необхідно застосовувати такі заходи, як: дзвінки та листи відповідальним співробітникам контрагента з нагадуванням про те, що строки оплати вже минули; підготовка рахунка-фактури з визначенням

нарахованих за прострочку пені та штрафних санкцій; вимога від контрагента графіку погашення заборгованості та нарахованих санкцій; тимчасове припинення відвантаження товару або надання послуг даному клієнту; пошук шляхів рефінансування боргу; підготовка необхідних документів для передачі позову про стягнення заборгованості до господарського суду.

Після винесення рішення суду, видається наказ, який є виконавчим документом. У випадку нездатності боржника сплатити борг, підприємство-кредитор може звернутися до суду з позовом про відкриття справи про банкрутство. Якщо суд визнає дебітора банкрутом, дебіторська заборгованість списується як безнадійна з відповідним відображенням на фінансових результатах.

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що створення адекватної та ефективної кредитної політики, звичайно, не вирішить всіх проблем, які виникають у підприємства, що реалізує свої товари та послуги на умовах відстрочки платежу, але допоможе впорядкувати цей процес та мінімізувати ризики, пов'язані з продажем товарів та послуг сумнівним контрагентам. Сприятиме створенню ефективної системи управління одним з найскладніших елементів оборотних активів підприємств - дебіторською заборгованістю – шляхом створення механізму її управління і прогнозування за критеріями ефективності ринкової економіки.

Література

1. Басюк Т.П. Реструктуризація дебіторської заборгованості підприємства // *Фінанси України*, - 2004. - № 12.-с.115
2. Бланк И.А. Управление активами. –К.: Ника - Центр, 2000.- с.348.
3. Білик М. Управління дебіторською заборгованістю підприємств // *Фінанси України*, - 2003. - № 12.- с.24.
4. Лучков О.І. Визначення оптимального розміру дебіторської заборгованості // *Актуальні проблеми економіки*. -2003. -№1.- с.22.
5. Статистичний щорічник України за 2004р. / Державний комітет статистики України – К.: Українська енциклопедія, 2005. – с.
6. Richard A. Brealey, Steward C. Mayers Principles of corporate finance.: 4-th ed. – McGraw – Hill, Inc. – 1991. – 993 p.

Рекомендовано до публікації
д.е.н., акад. Амошею О.І. 18.05.05

Надійшла до редакції
27.04.05