

УДК 336.64

DOI: 10.26140/anie-2019-0803-0025

**РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ
(НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ)**

© 2019

Володина Светлана Геннадьевна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономика, управление и финансы»*Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет
(690087, Россия, Владивосток, улица Луговая, 52б, e-mail: conferencii16@mail.ru)*

Аннотация. Актуальность темы состоит в том, что существующие направления по ускорению оборачиваемости дебиторской задолженности являются составными элементами разработанной в организации политики коммерческого кредитования покупателей и могут быть проанализированы только в контексте с ней. От грамотности кредитной политики применительно к разным группам контрагентов зависит возможность улучшения финансового состояния за счет управления дебиторской задолженностью и достижения ее рационального уровня. Для повышения денежного потока от основной деятельности за счет объемов продаж при минимальных рисках следует тщательно изучать условия заключения договоров с покупателями, формировать их с учетом рейтинга надежности контрагентов. Между тем, состояние политики коммерческого кредитования является одной из значимых экономических проблем, касающихся финансовых сторон деятельности предприятий рыбной промышленности. В этой связи, в статье на примере одной из рыбохозяйственных организаций проанализировано использование таких направлений кредитной политики как предоставление отсрочки платежа в сочетании с методом спонтанного финансирования с учетом рейтинга надежности покупателей по таким критериям как объем продаж и прибыль по данному дебитору, доля просроченной задолженности. Итогом работы является то, что применение предложенного рейтинга позволит не только дифференцировать условия предоставления коммерческого кредита покупателям, но и определить условия скидок, повысить срок погашения дебиторской задолженности.

Ключевые слова: политика кредитования покупателей, платежная дисциплина, рейтинг надежности покупателей, оценка критериев надежности клиента в баллах, объем продаж, прибыль, скидки, отсрочка платежа с учетом рейтинга надежности.

**DEVELOPMENT OF THE POLICY OF COMMERCIAL CREDITING OF BUYERS
(ON THE EXAMPLE OF FISH INDUSTRY ENTERPRISE)**

© 2019

Volodina Svetlana Gennadiyevna, candidate of economical science, associate professor
of the department of «Economics, management and finance»*Far Eastern State Technical Fisheries University
(690087, Russia, Vladivostok, street Lugovaya 52b, e-mail: conferencii16@mail.ru)*

Abstract. The relevance of the topic is that the existing directions for accelerating the receivables turnover are the constituent elements of the commercial credit lending policy developed by the organization and can be analyzed only in context with it. From literacy credit policy in relation to different groups of counterparties depends on the possibility of improving the financial condition by managing receivables and achieving its rational level. In order to increase the cash flow from the core business at the expense of sales volumes with minimal risks, it is necessary to carefully study the conditions for concluding contracts with customers, form them taking into account the reliability rating of counterparties. Meanwhile, the state of the commercial lending policy is one of the significant economic problems related to the financial aspects of the activities of the enterprises of the fishing industry. In this regard, the article on the example of one of the fisheries organizations analyzed the use of such areas of credit policy as granting a deferred payment combined with the method of spontaneous financing, taking into account the reliability rating of customers for such criteria as sales and profits for this debtor, the proportion of overdue debt. The result of the work is that the application of the proposed rating will allow not only to differentiate the terms of a commercial loan to customers, but also to determine the conditions of discounts and increase the maturity of receivables.

Keywords: customer crediting policy, payment discipline, customer reliability rating, evaluation of customer reliability criteria in points, sales, profits, discounts, deferred payment based on reliability rating.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.

Разработка политики коммерческого кредитования покупателей является одной из основных задач, которые ставит перед собой организация, так как от нее зависит решение проблемы улучшения платежной дисциплины контрагентов и обеспечения эффективности деятельности. В настоящее время для многих предприятий рыбной промышленности характерно недостаточное применение направлений коммерческого кредитования, что приводит к замедлению денежных потоков от основной деятельности. Данное обстоятельство снижает финансовую устойчивость и возможность достаточного самофинансирования рыбных организаций, которые и так функционируют в условиях ограниченной сырьевой базы, довольно значительной изношенности основного капитала и снижения финансового результата [1].

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.

Аспекты указанной проблемы рассматриваются в исследованиях и публикациях таких авторов, как Е. С. Стоянова [2], О.А. Овчинникова [3] и др. [4-8]. В этих ра-

ботах рассматриваются отдельные направления политики коммерческого кредитования покупателей, такие как форфейтинг, факторинг, спонтанное финансирование, контроль расчетов с контрагентами и др. В статье В.А. Волостной [9] рассматривается кредитный рейтинг покупателей в целях дифференциации условий коммерческого кредита. Некоторые экономисты направления политики коммерческого кредитования анализируют на примере организации определенной отрасли [10, 11]. В статье (Володина С.Г. Влияние платежной дисциплины на деловую активность (на примере ПАО «НБАМР») // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 2 (23). С. 97-100) дана оценка влияния платежной дисциплины на деловую активность предприятия рыбной промышленности. Между тем, применение направлений политики коммерческого кредитования в предприятиях рыбной промышленности в трудах экономистов не рассматриваются.

Формирование целей статьи (постановка задания).

Целью статьи является разработка политики коммерческого кредитования и ее влияние на показатели эффективности рыбопромышленного предприятия.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

На сегодняшний день одним из направлений политики коммерческого кредитования покупателей является оценка рейтинга надежности клиентов и спонтанное финансирование. Использование данных направлений проанализировано на примере предприятия рыбной промышленности, которое занимается закупкой рыбного сырья у промысловых предприятий, его переработкой, изготовлением и продажей готовой рыбной продукции. Применение отсрочки платежа в данной организации будет способствовать привлечению клиентов, так как она функционирует в условиях высокой конкуренции. Вместе с тем длительность коммерческого кредита следует установить с учетом воздействия на показатели эффективности деятельности.

Оценка надежности покупателя зависит от следующих критериев: объем продаж и удельный вес просроченной задолженности в общем объеме продаж данному контрагенту, длительность работы с покупателем. В экономических статьях имеется следующая оценка критериев надежности в баллах (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка критериев надежности клиента в баллах

Оценка в баллах	Критерии надежности		
	Объем продаж контрагенту за год, млн. руб.	Удельный вес просроченной задолженности в общем объеме продаж, %	Длительность работы с покупателем, мес.
1	До 1	50 - 100	До 6
2	1 - 5	20 - 50	От 6 до 12
3	5 - 10	0 - 20	От 12 до 24
4	Более 10	0	Более 24

Рейтинг покупателя определяется как произведение оценок трех критериев, что позволяет дать качественную оценку его надежности. Например, к «надежным» можно отнести покупателей с рейтингом 28 – 64 балла, к «средне надежным» – с рейтингом 12 – 27 баллов, к «требующим повышенного внимания» – с рейтингом 5 – 12 баллов, а к «ненадежным» – с рейтингом 1 – 4 балла.

В исследуемой организации оценка рейтинга надежности произведена на примере контрагента, который обеспечивал максимальную выручку среди покупателей рыбопродукции – 8350 тыс. руб. за 2018 г. Длительность работы с данным клиентом – более трех лет, просроченной задолженности у предприятия нет.

С учетом представленных выше оценок критериев надежности данного покупателя можно отнести к «надежным» клиентам с суммой баллов 48 (объем продаж – 3 балла; удельный вес просроченной задолженности – 4 балла, длительность работы с покупателем – 4 балла).

В соответствии с установленным рейтингом рассматриваемому клиенту вводится возможная длительность отсрочки платежа. В исследуемой организации критерием максимальной длительности являлась оборачиваемость дебиторской задолженности покупателей за отчетный год, которая составила 20,08 дней. Так, «надежным» клиентам вводится отсрочка платежа до 20 дней, «средне надежным» – до 15 дней, «требующим повышенного внимания» – до 10 дней, а «ненадежным» отсрочка не предоставляется. То есть отсрочка предоставляется только первым трем группам контрагентов.

Согласно рейтингу надежности, рассматриваемому покупателю, как «надежному» клиенту, может быть представлена отсрочка платежа до 20 дн.

В практической деятельности организаций текущий кредитный лимит, то есть стоимостной объем продаж с отсрочкой платежа, принято устанавливать с учетом максимально допустимого кредитного лимита, в качестве которого можно рассматривать квартальную выручку по данному покупателю. В связи с этим, клиенту исследуемой организации может быть введен максимальный кредитный лимит в размере 2087,5 тыс. руб. Кредит в размере месячной выручки для покупателя мал, в то время как свыше квартальной выручки – рискован для продавца.

Текущий кредитный лимит контрагента исследуемой организации составил 1565,6 тыс. руб. Он определен с

учетом рейтинга надежности данного клиента, то есть как произведение максимального кредитного лимита на балльную оценку, деленное на максимально возможный балл. Расчет кредитного рейтинга должен применяться с учетом наблюдений за продолжительное время.

Еще одним направлением кредитного рейтинга и распределения дебиторов по признаку надежности является оценка прибыли по контрагенту, по результатам которой каждому рангу устанавливаются те или иные кредитные условия. Показатель прибыли определяется вычитанием из выручки по дебитору себестоимости проданной ему продукции, соответствующей доли коммерческих и управленческих затрат. Из полученной суммы отнимаются расходы на содержание его дебиторской задолженности, которые рассчитывают исходя из среднегодового размера дебиторской задолженности, средней продолжительности ее обращения и стоимости источника ее финансирования.

Для оценки затрат исследуемой организации по содержанию дебиторской задолженности можно использовать процент по краткосрочному финансированию. Между тем в работах некоторых экономистов [12] в качестве цены оборотного капитала рассматривается ставка средневзвешенной стоимости капитала (WACC), которая определяется по формуле:

$$WACC = Ks \times Ws + Kd \times Wd \times (1 - T) \quad (1)$$

где Ks — стоимость собственного капитала;

Ws — доля собственного капитала (по балансу);

Kd — стоимость заемного капитала;

Wd — доля заемного капитала (по балансу);

T — ставка налога на прибыль.

Ставка средневзвешенной стоимости капитала для контрагента исследуемой организации рассчитывалась с учетом следующих условий:

- стоимость собственного капитала приравнена к требуемой доходности собственника - 20%;
- доля собственного капитала 67,8 %;
- заемных средств организация не имеет, следовательно, расчет второго слагаемого в формуле (1) не имеет смысла.

Согласно расчетам по формуле (1) среднегодовая ставка для определения стоимости оборотного капитала составила 13,7 %.

Расходы на финансирование дебиторской задолженности определены как произведение среднегодовой дебиторской задолженности с учетом срока ее обращения и средней стоимости капитала.

Расчет прибыли по рассматриваемому дебитору приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет прибыли по контрагенту исследуемой организации

Показатель	Значение
1. Годовая выручка по дебитору, тыс. руб.	8350
2. Отсрочка платежа с учетом рейтинга надежности, дн.	20
3. Средневзвешенная стоимость капитала, %	13,7
4. Расходы на финансирование дебиторской задолженности, тыс. руб.	63,5
(стр.1 × стр.2 / 360 дн. × стр.3)	
5. Годовая себестоимость продукции по контрагенту (по данным бухгалтерского учета оборот по Дт 90/2)	6429
6. Прибыль по контрагенту, тыс. руб. (стр.1 – стр.5 – стр.4)	1857,5

После расчета прибыли по каждому покупателю, устанавливается рейтинг надежности клиентов по критерию прибыли. При этом контрагенты распределяются на «высокорентабельных», «средне рентабельных», «низкорентабельных», «невыгодных». Пороговые значения прибыли (максимальные и минимальные) в каждой группе определяются предпринимателем самостоятельно, исходя из собственных оценок.

В таблице 3 составлен рейтинг надежности клиентов исследуемой организации по критерию прибыли, в рамках которого в качестве максимальной оценки прибыли введена средняя прибыль от продаж на одного покупателя, рассчитанная по данным Отчета о финансовых результатах (1039 тыс. руб.).

Таблица 3 – Рейтинг надежности клиентов исследуемой организации по критерию прибыли

Группы клиентов по критерию прибыли	Прибыль по контрагенту, тыс. руб.
Высокорентабельные	Более 1039
Средне рентабельные	500 - 1039
Низкорентабельные	100 - 500
Невыгодные	До 100

По данным таблицы по показателю прибыли (1857,5 тыс. руб.) рассматриваемого контрагента анализируемой организации можно отнести к группе «высокорентабельных».

Применение данного рейтинга на предприятии позволит не только дифференцировать условия коммерческого кредита, но и определить условия скидок. Применение скидок рассмотрено в рамках спонтанного финансирования, условия которого – размер скидки, отсрочка платежа без скидки и со скидкой – должны дифференцироваться в зависимости от рейтинга контрагента. Отсрочка платежа рассматриваемого контрагента анализируемой организации без скидки составляет 26,2 дн., а со скидкой, согласно рейтингу надежности, – 20 дн. (таблица 2). Для рейтинга данного клиента введена скидка за сокращение сроков расчетов – 3 %.

Цена отказа от скидки составит:

$$[3: (100 - 3)] \times [365: (26,2 - 20)] \times 100 = 182,1 \%$$

Расчет показывает, что дебитору выгодно воспользоваться скидкой и сократить длительность расчетов, так как процентная ставка, которую он заплатит за отказ от скидки и отсрочку платежа еще на 6,02 дн. – 182,1 % – существенно выше ставки кредита. В свою очередь, для исследуемой организации использование скидок с учетом рейтинга надежности контрагентов позволит улучшить платежную дисциплину со стороны покупателей и, как следствие, быстрее высвободить средства, вложенные в оборот, повысить оборачиваемость дебиторской задолженности по каждому покупателю и в целом по всем контрагентам.

Между тем как бы ни была эффективна система отбора покупателей, в ходе взаимодействия с ними не исключаются всевозможные отклонения от плана поступлений денежных средств от продажи, поэтому предприятия должны создавать систему контроля за исполнением покупателями платежной дисциплины и периодически пересматривать кредитные рейтинги своих клиентов.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления.

Применение рейтинга клиентов в сочетании с методом спонтанного финансирования в рамках политики коммерческого кредитования покупателей позволит:

- дифференцировать условия предоставления коммерческого кредита покупателям,
- определить влияние на потенциальную прибыль предприятия-продавца;
- определить условия скидок;
- повысить срок погашения дебиторской задолженности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рыбхозхозяйственный комплекс Приморского края (статистический сборник с аналитической запиской) // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. 2017. 92 с.
2. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: учебник. / Е.С. Стоянова. – М.: «Перспектива», 2010. – 656 с.
3. Овчинникова О.А., Ромадыкина М.Ю. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью: практика применения скидок и взаимозачетов // Auditorium/ 2015. № 2 (6). С. 39 – 43.
4. Иванова О.Е., Сидоркина М.Ю., Виноградова Ю.В. Управление уровнем дебиторской и кредиторской задолженности на основе расчетно-платежного баланса // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 3-1 (32). С. 50-54.
5. Якимов М.Д. Влияние дебиторской задолженности на оценку платежеспособности предприятия // Карельский научный журнал.

2018. Т. 7. № 2 (23). С. 138-140.

6. Управление дебиторской задолженностью // Электронный журнал «Финансовый директор». Режим доступа <https://fd.ru/rubricator/15-upravlenie-debitorskoy-zadoljennosti> (дата обращения 10.07.2019)

7. Михайлов Е.Е. Проблемы учетно-аналитического обеспечения дебиторской задолженности и возможные пути их решения // Актуальные проблемы экономики и права. 2014. № 1 (29). С. 173-180.

8. Бердникова Л.Ф., Одарич В.В. Источники информации для анализа дебиторской и кредиторской задолженности // Карельский научный журнал. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 64-66.

9. Волостнова В.А. Формирование кредитного рейтинга покупателей в целях дифференциации условий коммерческого кредита // Вестник Пермского университета. 2014. Вып. 3(22). С. 99 – 106.

10. Езанина И.А., Жилина В.И., Шахбазян Е.М., Давлетов Р.К. Управление дебиторской задолженностью предприятия электроэнергетической отрасли: региональные решения // Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 4-3. С. 160 – 165.

11. Мельникова А.О. Управление дебиторской и кредиторской задолженности нефтегазовых компаний как эффективный инструмент обеспечения финансовой устойчивости // Экономика и социум. 2016. № 12-3 (31). С. 642-649.

12. Заров К.Г. Оценка экономического эффекта от предоставления коммерческого кредита новому покупателю // Финансовый менеджмент. 2012. №2. С. 3-12.

Статья поступила в редакцию 11.07.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019