

**Соловьева Александра Валерьевна**

Магистрант

**Магистерская программа:** Экономика фирмы

### **Кредитная политика фирмы и оценка ее эффективности**

**Аннотация:** В статье определены место и содержание кредитной политики предприятия, описана необходимость товарного кредита, приведена характеристика классов риска клиентов.

**Ключевые слова:** кредитная политика, коммерческий кредит, кредитный риск.

В настоящее время многие предприятия сталкиваются с проблемой сбыта – снижается объем продаж.

Так, например, ООО «АЛМИДА» производит мужскую, женскую и детскую обувь, повседневную и домашнюю. Годовая выручка за период 2012–2014 годы снижалась (29,82%), а дебиторская задолженность росла (89,3%).

Одним из направлений исправления такой ситуации является пересмотр кредитной политики. Кредитная политика является частью финансовой политики организации заключается в определении подходов к управлению дебиторской задолженностью в части контрактных условий продажи продукции или услуг [2, с. 385]. Во взаимоотношениях между продавцом и покупателем кредит предоставляется в виде отсрочки платежа. В случае предварительной оплаты предприятием поставок требующихся ему ресурсов покупатель кредитует продавца. При этом поставщик получает деньги, а покупатель – долговое обязательство поставщика поставить продукцию в оговоренный договором срок. В результате потоки денег и ресурсов оказываются разведенными во времени [4, с. 14].

Содержание кредитной политики включает в себя такие понятия как, кредитный период, политика сбора платежей, скидки за раннюю оплату, стандарты кредитоспособности.

У ООО «АЛМИДА» в последнее время заключены и действуют договора на поставку продукции по заявленным ценам более чем со ста контрагентами.

До 2008 года, а затем, начиная с 2009 года до 2013 года ООО «АЛМИДА» использует условия оплаты товара: до поставки и на момент поставки. В этих случаях продажа товара происходит без отсрочки платежа и, значит, без предоставления коммерческого кредита. Оплата до поставки товара (полная предоплата) выгодна ООО «АЛМИДА», так как дебиторская задолженность погашается досрочно. Оплата до поставки товара помогает ООО «АЛМИДА» избежать риска необоснованных транспортных расходов. От оплаты до поставки товара (полной предоплаты) следует отличать поэтапную оплату на различных стадиях производства продукции, будущего товара, вплоть до даты поставки конечной продукции. Поэтапная оплата применяется при покупке дорогостоящих объектов, производство которых включает значительные промежуточные расходы денежных средств. Оплата на момент поставки товара тоже выгодна ООО «АЛМИДА», так как дебиторская задолженность погашается сразу. Однако, в случае поставки товара, ООО «АЛМИДА» и неожиданного отказа его купить предприятием-покупателем ООО «АЛМИДА» несет необоснованные транспортные расходы. Начиная, с 2013 года наблюдается снижение выручки. Выручка в 2014 году равнялась 283 239 тыс. руб., то есть, это на 120 330 тыс. руб., или на 29,82 % меньше, чем за 2012 год. наблюдалось в течение всего периода.

При падании уровня сбыта продукции предприятию приходится придерживаться политики предоставления коммерческих кредитов своим клиентам.

Основными потребителями продукции являются дистрибьюторы и дилеры. Данная категория потребителей имеет приоритет в приобретении товара: продукция до склада покупателя доставляется бесплатно, а также предоставляется отсрочка платежа. В свою очередь к ним предъявляются следующие требования: стабильность ежемесячных заказов; выборка запланированных объемов в месяц; представительство, то есть присутствие

Клиента в торговой сети, супер- и гипермаркетах, независимой рознице, в том числе в собственных магазинах.

Кредитный период – это срок, на который предоставляется кредит и в течение которого покупатель или клиент должен оплатить продукцию или услуги.

Средний кредитный период представляет собой период оборота дебиторской задолженности, а остаток дебиторской задолженности является общей суммой кредитов, выданных всем покупателям организации в виде отсрочки платежа.

С одной стороны, удлинение кредитного периода стимулирует рост продаж.

С другой стороны, дополнительная прибыль сокращается в связи с возникновением дополнительных затрат: на привлечение денежных ресурсов взамен тех, которыми пользуется покупатель в течение срока оплаты; на потери от безнадежной задолженности, поскольку, чем дольше период оплаты, тем выше риск неоплаты; на содержание служб, занимающихся управлением, контролем и взысканием дебиторской задолженностью.

Необходимо отметить, что величина товарного кредита, сроки его предоставления самым непосредственным образом отражаются на финансовом состоянии ООО «АЛМИДА». Отвлечение средств в дебиторскую задолженность негативным образом отражается на деловой активности ООО «АЛМИДА», а размер кредиторской задолженности поставщикам и подрядчикам (кредит коммерческий) отражается на структуре источников имущества.

© «Сторонами может быть заключен договор, предусматривающий обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками (договор товарного кредита)» [1, ст. 823].

Политика сбора платежей, или инкассации долга, заключается в методах, применяемых для взыскания задолженности. К ним относятся письменные напоминания об оплате, переговоры, обращение в суд, прекращение

партнерских отношений, продажа долга и т. д. Для разных клиентов могут применяться разные методы взыскания просроченных долгов. Скидки применяются для стимулирования клиентов производить оплату раньше, чем закончится срок оплаты по контракту. С помощью скидок привлекают тех клиентов, для которых важно сокращение суммы контракта. Для принятия решения о размере скидки сравниваются дополнительная прибыль от расширения продаж и сокращения периода оплаты с потерями от скидок. Стандарты кредитоспособности клиентов – это минимальные требования к финансовому состоянию клиентов для предоставления им отсрочки платежа.

Оптимальные стандарты кредитоспособности, которые применяются данной фирмой по отношению к своим покупателям, обеспечивают превышение прибылей от расширения продаж в связи с предоставлением отсрочки платежа над дополнительными затратами:

- от невыполнения обязательств клиентами более высокого уровня риска;
- на привлечение денежных ресурсов в связи с удлинением кредитного периода;
- на управление, контроль и взыскание дебиторской задолженности.

Кредитный риск клиентов оценивается следующими показателями: кредитная репутация; кредитоспособность, оцениваемая по финансовой отчетности, в том числе показатели капитала: отношение «долги/активы», покрытие процента (отношение «сумма процентов/ прибыль до уплаты процентов и налогов»), текущая платежеспособность и др.; обеспечение кредита; внешние условия кредита (налоговая политика правительства, перспективы развития конкретных отраслей и др.).

После определения кредитного риска клиентов, в том числе их кредитоспособности, их можно сгруппировать в классы риска [3, с. 35].

Таблица 1

#### Характеристика классов риска клиентов

Класс риска	Коэффициент потерь (в % от выручки)
1	нет

2	0–0,5
3	0,5–1,5
4	1–2
5	2–5
6	5–10
7	10–20
8	Свыше 20

Из таблицы видно, что 1 класс – предполагается отсутствие потерь от неоплаты счетов, 2 класс – потери могут составить до 0,5 % от выручки и т. д.

Общий коэффициент потерь должен быть меньше, чем рентабельность продаж. Тогда будет обеспечено превышение дополнительной прибыли от расширения продаж над дополнительными затратами (потерями) [3, с. 36].

Формировать кредитную политику организации целесообразно на основе существующего спроса на продаваемую продукцию. В этой связи полезно знать, какова эластичность спроса покупателей по тем или иным показателям.

Широко известен показатель эластичности спроса по цене, который показывает, на сколько процентов снизится спрос при росте цен на один процентный пункт. Применительно к дебиторской задолженности можно вывести аналогичный показатель – эластичность спроса по кредитной политике. Он будет давать ту же информацию, но в связи с изменениями в кредитной политике (так, рост спроса при увеличении отсрочки платежа на один день) [5, с. 137].

Для расчета показателя эластичности достаточно знать, каков был оборот клиента при различных величинах отсрочки.

### Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.06.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2015) [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

2. Колпакова Г. М. Финансы, денежное обращение и кредит: Учеб. пособие для бакалавров. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012.

3. Костерина Т.М. Кредитная политика и кредитные риски: Учебное пособие. М.: МПФА, 2015.

4. Тихомиров Е.Ф. Финансовый менеджмент. Управление финансами предприятия. М.: Академия, 2010.

5. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник / Под ред. А. А. Володина. 2-е изд. М.: Инфра-М, 2012.

© Бюллетень магистранта 2016 год № 1