

Давыдова Наталия Ивановна

Магистрант НАЧОУ ВПО СГА

Направление: Экономика

Магистерская программа: Экономика фирмы

Кредитная политика фирмы и оценка ее эффективности

Аннотации. В статье рассмотрена сущность кредитной политики предприятия, ее цели и функции. Определена система критериев, факторов и показателей, влияющих на эффективность кредитной политики, а также предложен порядок расчета эффективности вложения денежных средств в дебиторскую задолженность.

Ключевые слова: коммерческий кредит, кредитная политика, эффективность кредитной политики.

В современных условиях хозяйствования развитие кредитных отношений между фирмами вышло на новый уровень эволюционных преобразований. Для современных, посткризисных условий функционирования характерна экспансия кредитных отношений и их проникновение во все сферы экономической и социальной жизни. Наблюдается стабильное увеличение доли кредитных операций между фирмами в общей структуре движения ссудного капитала [1, с. 107]. Это свидетельствует о качественной перестройке экономических отношений, основанных на кредите.

Формирование эффективной кредитной политики фирмы влияет на ее конкурентоспособность, доходность и устойчивость. Для многих компаний предоставление коммерческого кредита по поставкам продукции является неотъемлемой условием деятельности и роста объемов продаж и прибыли. Таким образом, в современных условиях товарное (коммерческое) кредитование становится ключевым финансовым инструментом сбыта продукции. Однако, присущая товарному кредиту угроза нарушения цепной

платежной зависимости в процессе купли-продажи товара обуславливает поиск дополнительных инструментов внедрения эффективной кредитной политики фирм и управления процессами ее формирования, что обуславливает актуальность, теоретическую и практическую значимость проводимого исследования.

Значительный вклад в решение проблем теории и практики управления кредитной политикой фирмы и оценки ее эффективности внесли следующие известные отечественные и зарубежные ученые-экономисты: И.А. Бланк, М.Д. Билык, Ф.Ф. Ефимова, А.Д. Бутко, С.Ф. Голова, Л.В. Городянская, В.М. Костюченко, Г.А. Кравченко, С.А. Кузнецова, Л.А. Лигоненко, Г.В. Митрофанов, Е.В. Тайных, М.М. Нашкерская, Н.М. Новикова и др.

Несмотря на значительное количество работ, посвященных проблематике формирования эффективной кредитной политики фирмы, в настоящее время до сих пор не удовлетворена потребность методологического обеспечения внедрения теоретических разработок в практическую деятельность. Также дальнейшего исследования требуют вопросы оценки влияния кредитной политики на эффективность деятельности фирмы.

Таким образом, цель статьи заключается в исследовании сущности кредитной политики фирмы и изучении методов оценки ее эффективности.

В современной науке существуют различные подходы к определению сущности кредитной политики фирмы. Автор статьи солидарен с О. Семитуркиным, который считает, что кредитная политика фирмы представляет собой составляющую финансовой политики субъекта хозяйствования, характеризующуюся совокупностью методов, принципов, процедур взаимодействия с покупателями относительно реализации активов или услуг с отсрочкой платежа и системой инструментов управления дебиторской задолженностью под влиянием факторов макро- и микросреды [2, с. 73]. С учетом приведенного определения не вызывает сомнения тот факт, что кредитная политика фирмы должна рассматриваться в контексте управления ее дебиторской задолженностью. Исходя из этого, можно отметить, что кредитная

политика фирмы включает в свой состав систему правил по выстраиванию отношений с заказчиками, куда входит и процедура взыскания задолженности.

Целью кредитной политики является регулирование и согласование интересов фирмы и контрагентов, а также обеспечение финансовой устойчивости фирмы в долгосрочной перспективе. Кредитная политика фирмы должна соответствовать стратегии ее развития и предусматривать решение главных задач:

- каким клиентам можно предоставлять товарный кредит, а каким нежелательно;
- на какой срок и на каких условиях можно предоставить кредит;
- какой порядок изъятия дебиторской задолженности.

Кроме того, кредитная политика фирмы должна учитывать:

1) Стратегические цели фирмы – увеличение объема реализации, максимизацию прибыли от каждого договора при существующем объеме реализации, ускорение оборачиваемости активов.

2) Имеющуюся рыночную ситуацию – является ли предоставление отсрочки платежей по договору обычной практикой для фирм- конкурентов.

3) Конкурентное состояние фирмы на рынке – является ли фирма монополистом или находится в поиске новых эффективных средств в борьбе за клиентов.

4) Особенности каналов распределения товаров и услуг – или фирма ориентируется на осуществление преимущественно разовых сделок, или предпочитает работу с контрагентами, которые заключают долгосрочный контракт на большой объем поставки продукции или оказания услуг, или сотрудничает с ограниченным количеством постоянных клиентов, производит товары или оказывает услуги регулярно, но в небольших объемах [3, с. 48].

Можно выделить основные функции кредитной политики фирмы: функция обеспечения целостности и финансовой стабильности фирмы; управленческая и регулятивная функции; функция мобилизации и повышения эффективности общей деятельности фирмы; функция рационализации.

Стабилизация экономики и рост конкурентной борьбы между субъектами хозяйствования, производящими аналогичную продукцию, обуславливает необходимость перехода от интуитивной кредитной политики к четкой формализации ее принципов, механизмов и процедур. В процессе разработки кредитной политики фирмы следует руководствоваться следующими требованиями: недопустимо аккумулярование большой величины дебиторской задолженности, относительно собственного капитала; обязательным является прогнозирование последствий роста дебиторской задолженности с позиции ее влияния на финансовые результаты.

Анализ эффективности кредитной политики фирмы целесообразно проводить с использованием рейтинговой оценки по критериям, приведенным в таблице.

Таблица

**Система критериев, факторов и показателей, определяющих
эффективность кредитной политики**

| Критерии выбора оптимальной кредитной политики | Содержание критериев | Показатели |
|--|-------------------------|---|
| Критерий – «продукция» | Спрос на продукцию | 1. Темп роста реализации продукции, скорректированный на темп роста валовой продукции 2. Рейтинг популярности продаж 3. Наличие конкурентов, осуществляющих производство данного вида продукции |
| | Качество продукции | 1. Сорт продукции 2. Наличие сертификата качества 3. Вероятность брака |
| | Объем | Пределы изменения оптимального объема |

| | | |
|----------------------------|--|--|
| | реализации | |
| | Цена реализации | Пределы изменения оптимальной цены |
| | Рентабельность продукции | Рентабельность продукции, работ, услуг |
| Критерий – «покупатель» | Репутация покупателя | 1. Комплексный показатель репутации 2. Кредитная история |
| | Показатели платежеспособности | 1. Коэффициент абсолютной ликвидности 2. Коэффициент промежуточной ликвидности 3. Коэффициент текущей ликвидности |
| | Показатели структуры активов и пассивов | 1. Доля кредиторской задолженности в общем объеме источников формирования имущества 2. Доля оборотных активов в активах предприятия |
| | Показатели рентабельности | 1. Рентабельность активов 2. Рентабельность продаж 3. Рентабельность затрат |
| Критерий – «задолженность» | Структура и динамика дебиторской задолженности | 1. Доля дебиторской задолженности в активах предприятия 2. Темп роста дебиторской задолженности, скорректированный на темп роста реализации |
| | Скорость погашения дебиторской задолженности | Средний срок погашения дебиторской задолженности |
| | Наличие сомнительной дебиторской задолженности | Доля сомнительной дебиторской задолженности в ее объеме |
| | | |

Чтобы оценить эффективность кредитной политики предприятия в целом и рассчитать интегральный показатель, целесообразно анализировать динамику эффекта от инвестирования денежных средств в дебиторскую задолженность как в абсолютных, так и в относительных показателях. Сумма эффекта от инвестирования денежных средств в дебиторскую задолженность рассчитывается по формуле:

$$\text{Эдз} = \text{Пдз} - \text{ПВдз} - \text{ФВдз},$$

где, Эдз – сумма эффекта, полученного от вложения денежных средств в дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями;

Пдз – дополнительная прибыль фирмы, полученная от увеличения объемов реализации продукции за счет предоставленного кредита;

ТРдз – текущие расходы предприятия, связанные с организацией кредитования покупателей и инкассации долга;

ФРдз – сумма финансовых потерь от невозврата долга покупателями.

Таким образом, подводя итоги проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Необходимость существования кредитной политики фирмы связана с поиском компромиссного решения между риском и доходностью. Оптимальный объем предоставленных товарных кредитов, как результат применения определенного типа кредитной политики предприятия, определяется сравнением выигрышей, которые предприятие рассчитывает получить при определенном уровне инвестированных в дебиторскую задолженность средств, с расходами, которые оно будет нести для этого. Содержание кредитной политики каждой фирмы будет разным, поскольку каждый субъект предпринимательства должен ориентироваться на специфику своей деятельности, на рыночную ситуацию, стратегию своего поведения, доступность ресурсов. В условиях посткризисного восстановления экономических систем и хозяйственных отношений проблема разработки эффективной кредитной политики требует глубокого и комплексного подхода, который предполагает всесторонний анализ количественных и качественных показателей. Эффективность управленческих решений, касающихся управления

кредитной политикой фирмы призвана обеспечить баланс между: прибылью фирмы и ее ликвидностью; кредитной политикой фирмы и инкассацией дебиторской задолженности.

Литература

1. Семитуркин О. Влияние российского трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики на реальный сектор экономики // Предпринимательство. 2013. № 1.

2. Демченко С.К., Щербенко Е.В. Базовые категории предпринимательской деятельности: новый взгляд // Российское предпринимательство. 2012. № 22(220).

3. Агафонов И.С. Обязательство товарного кредита // Вестник Московского университета МВД России. 2012. № 5.

© Бюллетень магистранта 2014 год №3