

КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2012 М.В. Марченко

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва
E-mail: masha_marchenko@rambler.ru

Рассматриваются основные элементы кредитной политики: определение кредитного лимита и финансовой устойчивости контрагента, механизмы обеспечения кредитных обязательств. Дается характеристика подходов к оценке эффективности выбранной кредитной политики.

Ключевые слова: кредитная политика, дебиторская задолженность, финансовая устойчивость предприятия.

Насыщение рынка товарами и услугами привело к жесточайшей конкуренции в сфере торговли. Продавцы вынуждены вкладывать больше средств в повышение сервиса обслуживания покупателей и в рекламу, а также использовать различные методы продвижения своих товаров.

Очевидно, что кредитование покупателей способствует формированию устойчивых хозяйственных связей, повышает объем продаж, позволяет как удерживать, так и создавать новые рыночные ниши, привлекая покупателей удобством отсрочки платежа. Ужесточение кредитной политики будет способствовать ускорению оборачиваемости дебиторской задолженности, а либерализация приведет к увеличению объемов продаж - и то и другое повысит прибыль компании, гибкость инструмента кредитования очевидна. Но, с другой стороны, предоставление кредита повышает предпринимательские риски. Результатом увеличения размера дебиторской задолженности может оказаться снижение финансовой устойчивости фирмы. Таким образом, главная задача кредитной политики, на наш взгляд, - обеспечение равновесия между издержками по предоставляемым кредитам и величиной дополнительного дохода от увеличения объема продаж в кредит. Рассмотрим основные элементы кредитной политики, необходимые для решения поставленной задачи.

1. Условия кредитования.

На данном этапе необходимо определить цену кредита, кредитный лимит и срок предоставления кредита.

Цена кредита выражается процентной ставкой, фактически это разница между ценой товара с отсрочкой платежа и ценой товара с немедленной оплатой¹. Цена кредита является основой для

расчета скидок и льгот покупателям, которые досрочно оплачивают товар. Разработка системы скидок может происходить по следующей схеме:

- рассчитываем минимальный допустимый процент прибыли, при котором бизнес не приносит убытков, например, точку безубыточности;
- считаем разницу между текущим процентом прибыли и минимально допустимым процентом;
- разбиваем получившуюся разницу на сегменты и привязываем покупателей к сегментам, предоставляя самые высокие скидки за предоплату (так как в этом случае цена кредита минимальна) и за большой объем закупок.

Величина кредитного лимита определяется как объем финансовых средств, инвестированных в дебиторскую задолженность, и вычисляется по формуле²:

$$I_{оз} = \frac{OP_{к} \cdot K_{сц} \cdot (ППК + ПР)}{T},$$

где $I_{оз}$ - объем финансовых средств, инвестированных в дебиторскую задолженность, руб.;

$OP_{к}$ - объем реализации в кредит, руб.;

$K_{сц}$ - коэффициент соотношения себестоимости и цены;

$ППК$ - средний период предоставления кредита, дн.;

$ПР$ - средний период просрочки выплаты кредита, дн.;

T - период времени, дн.

Величина кредитного лимита, предоставляемого покупателям, также определяется центром финансовой ответственности при составлении бюджета торговой компании³. В этом случае В.В. Жуковой предлагается определять такие показатели, как максимальное ограничение по величине дебиторской задолженности и минималь-

ное ограничение по размеру поступлений денежных средств от клиентов.

В основе расчета оптимального срока предоставления кредита лежит сравнение доходов от роста продаж и затрат на финансирование дебиторской задолженности, возникших в результате предоставления кредита. Предельный срок предоставления кредита может быть рассчитан по формуле⁴:

$$T = \frac{(Pr - Z_{пер})}{r},$$

где T - предельный срок предоставления кредита, дн.;

Pr - прибыль от реализации, руб.;

$Z_{пер}$ - возможные переменные затраты, связанные с осуществлением сделки и контролем расчетов с клиентом, руб.;

r - стоимость привлеченного капитала в день, руб.

2. Стандарты кредитоспособности.

На данном этапе необходимо сформировать требования к финансовой устойчивости, которой должны обладать заемщики для получения кредита. Сразу отметим, что на указанные требования значительное влияние оказывает тип выбранной кредитной политики⁵:

- при консервативном типе кредитной политики требования к заемщикам самые жесткие, что приводит к минимизации и риска, и прибыли;
- умеренный тип кредитной политики нацелен на получение средней прибыли со средней степенью риска;

- при агрессивном типе кредитной политики практикуется продажа товара в кредит покупателям, у которых могут быть проблемы с финансовой устойчивостью, и в этом случае высоки как прибыль, так и риск невозврата кредита.

В целом, каждая компания разрабатывает для себя комплекс правил оценки контрагента с целью изучения возможности предоставления ему кредита, которые сводятся к следующим этапам: проверка контрагента, оценка финансового состояния контрагента и формирование кредитного рейтинга клиентов.

На этапе проверки контрагента выясняется время существования фирмы, анализируются отзывы других поставщиков, причастность фирмы или ее учредителей к судебным процессам. Убедившись в порядочности контрагента, продавец может застраховать себя от заключения договора с фирмой-однодневкой или неуполномоченным на заключение договора лицом.

Для оценки финансового состояния необходимо проанализировать доступную отчетность и понять, что основные показатели финансовой устойчивости в норме⁶:

1) Баланс предприятия ликвиден. В этом случае выполняются соотношения:

$$A1 \geq П1,$$

$$A2 \geq П2,$$

$$A3 \geq П3,$$

$$A4 \leq П4,$$

где $A1$ - наиболее ликвидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения);

$A2$ - быстро реализуемые активы (дебиторская задолженность и прочие активы);

$A3$ - медленно реализуемые активы ("Запасы", кроме строки "Расходы будущих периодов", а из разд. 1 баланса - строка "Долгосрочные финансовые вложения");

$A4$ - трудно реализуемые активы (статьи разд. 1 баланса, за исключением строки, включенной в группу "Медленно реализуемые активы");

$П1$ - наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

$П2$ - краткосрочные пассивы (краткосрочные кредиты и займы и расчеты по дивидендам);

$П3$ - долгосрочные пассивы (долгосрочные кредиты и займы);

$П4$ - постоянные пассивы (строки разд. 4 баланса плюс стр. 630-660 из разд. 4 минус "Расходы будущих периодов" разд. 2 актива баланса).

Сравнение первой и второй групп активов (наиболее ликвидных активов и быстро реализуемых активов) с первыми двумя группами пассивов (наиболее срочные обязательства и краткосрочные пассивы) показывает текущую ликвидность. Сравнение третьей группы активов и пассивов (медленно реализуемых активов с долгосрочными обязательствами) - перспективную ликвидность, т.е. прогноз платежеспособности предприятия⁷.

2) Значение коэффициента соотношения заемных и собственных средств (коэффициент долгосрочной платежеспособности) не более 1,0. Этот коэффициент дает наиболее общую оценку финансовой устойчивости. Рост показателя в динамике свидетельствует об усилении зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов, т.е. о снижении финансовой устойчивости.

$$K_{\phi} = \frac{ЗК}{СК},$$

где $ЗК$ - заемный капитал.

3) Значение коэффициента автономии (концентрации собственного капитала) не менее 0,5. Характеризует долю владельцев предприятия в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Чем выше значение этого коэффициента, тем больше финансово устойчиво, стабильно и независимо от внешних источников предприятие.

$$K_{ф.н} = \frac{СК}{ВБ},$$

где *ВБ* - валюта баланса;

СК - собственный капитал.

4) Значение коэффициента текущей ликвидности не менее 2,0. Коэффициент текущей ликвидности показывает платежные возможности организации при условии погашения краткосрочной дебиторской задолженности и реализации имеющихся запасов.

$$K_m = \frac{ТА}{ТП},$$

где *ТА* - текущие активы, т.е. сумма оборотных активов, за исключением расходов будущих периодов;

ТП - скорректированные текущие пассивы.

5) Коэффициент абсолютной ликвидности в пределах 0,2-0,7. Коэффициент отражает способность предприятия выполнять краткосрочные обязательства за счет свободных денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, быстро реализуемых в случае надобности.

$$K_{abc} = \frac{ДС + КФВ}{ТП},$$

где *ДС* - денежные средства;

КФВ - краткосрочные финансовые вложения;

ТП - скорректированные текущие пассивы, т.е. сумма краткосрочных кредитов и кредиторской задолженности.

6) Коэффициент срочной ликвидности не менее 1,0. Коэффициент срочной ликвидности показывает, какую часть текущей задолженности организация может покрыть в ближайшей перспективе при условии полного погашения дебиторской задолженности. Коэффициент быстрой ликвидности равен сумме денежных средств, расчетов и прочих активов, деленной на сумму текущих обязательств.

$$K_c = \frac{ДС + КФВ + ДЗ}{ТП},$$

где *ДЗ* - дебиторская задолженность.

В части оценки финансовой устойчивости предприятия также интересна работа В.В. Пирог⁸. В ней автором доказано, что финансовая устойчивость предприятия представляет собой комплексную характеристику, которая обобщает несколько взаимосвязанных элементов: финансовую, технологическую, маркетинговую и социальную устойчивость - и может быть достигнута только в условиях динамического равновесия системы на разных стадиях жизненного цикла предприятия. Автор вводит понятие результирующего вектора цели как комплекса функций всех элементов экономической устойчивости, которые определяют методический инструментарий оценки и методы управления каждым элементом и в совокупности направлены на достижение стратегических целей деятельности предприятия. В.В. Пирог определяет экономическую устойчивость как способность предприятия осуществлять поступательное движение по "вектору цели".

Другого мнения придерживается И.В. Пискунова⁹ и предлагает оценивать устойчивость по двум критериям: платежеспособности и обеспеченности собственными оборотными средствами и финансовой независимости от кредиторов. Ценность подхода В.В. Пирог в том, что он рассматривает финансовую устойчивость предприятия в динамике, в то время как критерии И.В. Пискуновой не учитывают перспектив развития предприятия.

При формировании кредитного рейтинга клиентов оцениваются следующие показатели:

- среднемесячный объем продаж, приходящийся на каждого покупателя;
- оборачиваемость дебиторской задолженности по покупателю;
- объемы просроченной дебиторской задолженности.

Основой для кредитного рейтинга может быть АВС-анализ, при котором все клиенты делятся на группы по получаемой от них прибыли и затратам на их кредитование.

3. Способы обеспечения кредитных обязательств.

Продавцу необходимо создать систему оперативного мониторинга просроченной задолженности и обеспечения возврата кредита, а также использования экономических и юридических санкций по отношению к должникам. Данный этап включает в себя работу с дебиторской задолжен-

ностью клиентов и, на наш взгляд, является основным при формировании кредитной политики торгового предприятия. К способам обеспечения кредитных обязательств можно отнести¹⁰:

- отслеживание правильности заполнения первичных документов, поскольку именно они являются доказательством при требовании возврата кредита в суде;

- документальное оформление условий предоставления кредита: прописывание в договоре всех условий предоставления кредита;

- начисление штрафов и пеней за просрочку платежей, что должно мотивировать клиентов на своевременную оплату товара;

- отслеживание финансового состояния контрагента, проведение переговоров о возврате средств - менеджеры компании должны постоянно отслеживать возникновение задолженности своих клиентов и принимать меры для ее истребования;

- мониторинг банкротства контрагентов предприятия, которому предоставлен кредит, в особенности его дебиторов. Г. Хайдаршина отмечает, что известны случаи, когда предприятие было признано банкротом после того, как его важнейшие дебиторы не смогли рассчитаться по своим обязательствам¹¹;

- применение юридических санкций к неплательщикам, вплоть до судебных разбирательств.

Очевидно, что для предприятия стоимость кредита, помимо средств, инвестированных в дебиторскую задолженность, включает затраты на обслуживание кредитных линий, предоставленных клиентам: крупные компании имеют штат юристов для взыскания задолженности в судебном порядке, а также менеджеров, в обязанности которых входит работа с неплательщиками. Однако стоимость кредита определяется не только затратами, связанными с его предоставлением, но и стратегическими целями компании и рыночными условиями. Минимальную стоимость коммерческого кредита можно определить как доход от альтернативного варианта безрискового размещения денежных средств. Существует и другой подход, согласно которому предприятие должно кредитовать покупателей по ставке, превышающей средневзвешенную стоимость капитала (*weighted average cost of capital, WACC*) этого предприятия. В противном случае рентабельность фирмы будет снижаться по мере роста коммерческого кредитования.

Для оценки эффективности выбранной кредитной политики существует несколько подходов. С точки зрения инвестиционного анализа вложения в дебиторскую задолженность аналогичны инвестициям в производственные мощности. Поэтому применительно к дебиторской задолженности можно рассчитать все основные показатели, используемые для оценки эффективности капиталовложений: чистый дисконтированный доход (*NPV*), внутреннюю норму доходности (*IRR*) и индекс рентабельности (*PI*). Например, компания решила увеличить долю рынка за счет предоставления клиентам возможности оплачивать продукцию с большей рассрочкой платежа. В результате возросла дебиторская задолженность, но при этом неясно, как новая схема влияет на ее рентабельность. Поскольку точно оценить дополнительные денежные потоки, которые будут сгенерированы в результате предоставления покупателям отсрочки платежа, достаточно сложно, постольку на практике для оценки эффективности используемой на предприятии кредитной политики определяют значение средневзвешенной маржинальной прибыли, под которой понимается торговая наценка за исключением переменных расходов¹². Показатель средневзвешенной маржинальной прибыли (*МПрдн*) рассчитывается по следующей формуле:

$$МПрдн = МПр : Подз,$$

где *МПр* - маржинальная прибыль, полученная за период оборачиваемости дебиторской задолженности;

Подз - период оборачиваемости дебиторской задолженности (в рабочих днях).

Наиболее эффективной будет такая кредитная политика, при которой значение показателя *МПрдн* максимально.

В заключение можно сказать, что кредитная политика любой компании призвана ответить на три вопроса: кому предоставлять кредит, в каком размере и на какое время. Важно отметить, что предоставление коммерческого кредита не имеет смысла без существования системы работы с дебиторской задолженностью. В этой связи интересно мнение Ю.А. Павловой, предлагающей разделить на предприятии функции контроллинга (в первую очередь за просроченной дебиторской задолженностью) и формирования кредитной политики в части обеспечения предприятия необходимыми оборотными средствами¹³.

¹ Казанская А. Финансы и кредит. Таганрог, 2007.

² Лисовская И. Основы финансового менеджмента. М., 2005.

³ Жукова В. Финансовая структура и модель бюджетирования в торговой компании // Экон. науки. 2011. № 11.

⁴ Сугак Д. Формирование кредитной политики торговой компании. URL: <http://www.systema-by.com/docs/bitam/dk-5v4b6d.html/>

⁵ Лисовская И. Указ. соч.

⁶ Кувшинов Н. Методы борьбы с дебиторской задолженностью // Управление сбытом. 2007. № 6.

⁷ Поляк Г. Финансовый менеджмент. М., 2007.

⁸ Пирог В. Оценка экономической устойчивости предприятий: дис. ... канд. экон. наук. М., 2010.

⁹ Пискунова И. В. Оценка финансовой устойчивости организаций как условие эффективного развития бизнеса // Вопр. экономики и права. 2011. № 1.

¹⁰ Кувшинов Н. Указ. соч.

¹¹ Хайдаршина Г. Методы оценки риска банкротства: дис. ... канд. экон. наук. М., 2009.

¹² Афанасьев А. Рекомендации по управлению дебиторской задолженностью // Финансовый директор. 2004. № 1.

¹³ Павлова Ю. А. Экономические аспекты развития системы управления оборотными средствами предприятия // Экон. науки. 2011. № 8.

Поступила в редакцию 04.02.2012 г.