

позикового капіталу.

6. Переговори з виробниками і постачальниками, оформлення договорів купівлі-продажу, при потребі реєстрацію майна проводить лізингодавець, що скорочує матеріальні витрати та економію часу лізингоодержувача. [2, с.34]

На вартість фінансування впливає термін, на який воно залучається, купівельна спроможність підприємства та ліквідність об'єкта купівлі, який цікавить клієнта, на вторинному ринку. Окрім того, приймається до уваги профільність активу, ціль його використання, ринкова позиція самого позичальника та перспективи розвитку сектору, в якому він працює. Але, оскільки діяльність лізингових компаній не регулюється НБУ, вони мають можливість запропонувати більш гнучкі умови порівняно із банківським кредитуванням. Це проявляється в готовності лізингових компаній працювати з набагато більшими видами забезпечення, ніж банки.[2,с 35]

Отже, лізинг безумовно потрібен і розвивається. Користуючись податковими пільгами і можливістю використання прискореної амортизації об'єкта - лізинг забезпечує підприємству дуже вигідний спосіб реалізації інвестиційного проекту.

Проте не варто забувати, що існує низка проблем, які стримують розвиток лізингу в Україні. В Україні ще не прийнято закону, який регулював би відносини у сфері лізингу. Експерти на 100% переконані, що найближчим часом лізинг, як вид послуг витіснить банківське кредитування із сфери корпоративного обслуговування та фінансування придбання техніки.

Література:

1. Ляхов А.В. Лізинг/ А.В. Ляхов// *Економіка України*. – 2010. - №8.- С. №12-15
2. Майданченко І.В. Інвестиційна діяльність страхових компаній – шлях до економічного зростання/ І.В Майданченко // *Економіка України*. – 2006. - №3.- С.№ 35-37
3. *Фінанси підприємств : Підручник / А.М. Поддєрогін, М.Д.Білик та ін.; Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрогін. – 6-те вид., перероб та допов. – К.: КНЕУ, 2006.- 552 с.*

Болюбаш Н.С.,
студ. гр. ЕОАм-11,
Національний університет «Львівська політехніка».
Науковий керівник – Нашкерська М.М.,
к.е.н., доцент кафедри обліку та аналізу

ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Під терміном «дебіторська заборгованість», згідно з П(С)БО 10, розуміється сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1].

Формування ринкових відносин в Україні характеризується кризою платежів, що зумовлена зростанням дебіторської заборгованості. У зв'язку з цим важливою задачею менеджменту підприємства є ефективне управління дебіторською заборгованістю, спрямованою на оптимізацію її розміру.

Оскільки, на думку фахівців, близько 80% загальної суми дебіторської заборгованості припадає на розрахунки з покупцями, особливу увагу варто приділяти управлінню дебіторською заборгованістю за товари, роботи і послуги [2, с. 207].

Першим кроком на шляху формування системи управління дебіторською заборгованістю підприємства є призначення відповідальної особи, яка здійснюватиме безпосередню роботу. У світовій практиці цей сегмент належить до обов'язків фінансового менеджера.

Для налагодження ефективної роботи управління дебіторською заборгованістю необхідно постійно здійснювати її аналіз, тобто проводити моніторинг. В аналіз необхідно включати: дослідження динаміки обсягів та структури заборгованості та розрахунок низки показників, що характеризують оборотність дебіторської заборгованості (коефіцієнт відволікання коштів у дебіторську заборгованість, коефіцієнт оборотності, період погашення дебіторської заборгованості, коефіцієнт простроченої заборгованості).

Крім цього, необхідно також порівнювати рівень дебіторської та кредиторської заборгованості на підприємстві. Перевищення дебіторської заборгованості зумовлює зниження фінансової стійкості підприємства та вимагає залучення додаткових джерел фінансування. У випадку перевищення кредиторської заборгованості створюється загроза неплатоспроможності підприємства. На основі отриманих результатів аналізу дебіторської заборгованості можуть бути виявлені проблемні місця, які потребують негайного вирішення.

Наступний етап роботи – розроблення принципів кредитної політики. Під час формування кредитних умов необхідним є проведення диференціації покупців. З цією метою необхідно розробити індивідуальну систему якісних та кількісних ознак дебіторів.

До якісних ознак можна віднести:

- історію покупця (постійний клієнт чи одноразове замовлення);
- дотримання платіжної дисципліни;
- ефективність менеджменту дебітора;
- наявність гарантії, поручительства чи застави.

До кількісних ознак необхідно включати показники, що характеризують фінансовий стан дебітора: показники ліквідності та платоспроможності, показники рентабельності, фінансової стійкості. Надалі кожній ознаці дається бал. В кінці проставляється загальна сума балів, на основі чого присвоюється визначена категорія надійності, наприклад:

- високий ступінь надійності покупця, ризик непогашення дебіторської заборгованості незначний або взагалі відсутній;
- ризик непогашення дебіторської заборгованості знаходиться в допустимих межах;
- існує ризик несвоєчасної сплати дебіторської заборгованості;
- високий ризик непогашення [3, с. 297-298].

Залежно від присвоєної категорії надійності покупця до нього необхідно застосовувати різні кредитні умови, які є такими:

- термін надання кредиту (кредитний період) – це максимальний період відтермінування платежу за реалізовану продукцію;
- величина наданого кредиту (кредитний ліміт) – це максимальна величина заборгованості дебітора за кредитом;
- розроблення системи цінових;
- складання системи штрафних санкцій за протермінування сплати [2, с. 216].

Важливим етапом є визначення суми фінансових коштів, що інвестують в дебіторську заборгованість. Для цього потрібно використовувати дані про запланований обсяг реалізації продукції в кредит, коефіцієнт співвідношення собівартості та ціни продукції, середній період надання кредиту та період

протермінування платежів за наданим кредитом.

Завершальним етапом управління формуванням дебіторської заборгованості є її планування на наступний період. Планування проводиться з метою оптимізації величини та структури дебіторської заборгованості, скорочення термінів погашення дебіторської заборгованості, а також розроблення заходів щодо мінімізації впливу інфляційних факторів. На цьому етапі роботи необхідно використовувати прогнозний обсяг реалізації продукції [3, с. 300].

Розвиток ринкових відносин та інфраструктури фінансового ринку дозволяє використовувати в практиці фінансового менеджменту ряд нових форм управління дебіторською заборгованістю, тобто її рефінансування або прискорений метод переводу дебіторської заборгованості в більш ліквідні оборотні активи, грошові кошти, короткострокові цінні папери. Основними формами рефінансування дебіторської заборгованості є: факторинг, облік векселів, які видані покупцям продукції, форфейтинг. Факторинг являє собою фінансову операцію, при якій підприємство-продавець передає право отримання грошей по платіжним документам за відвантаженою продукцією банку [3, с. 306].

Облік векселів, які надаються покупцями продукції, являють собою фінансову операцію по продажу їх банку або іншому фінансовому інституту, чи суб'єкту господарювання по визначеній (дисконтній) ціні, яка встановлюється в залежності від їх номіналу, строку погашень та облікової вексельної ставки.

Форфейтинг являє собою фінансову оперативність по експертному товарному кредиту шляхом передачі переказного векселя на користь банку зі сплатою банку комісійної винагороди. В результаті форфейтування заборгованість покупця по товарному кредиту трансформується в заборгованість фінансову (на користь банку). По суті форфейтинг об'єднує елементи факторинга і обліку векселів [2, с. 223].

Виникнення дебіторської заборгованості в умовах ринку є неминучим. І хоча збитки від дебіторської заборгованості також неминучі, проте правильна організація фінансового менеджменту дасть змогу звести до мінімуму ризики втрат платоспроможності і фінансової стійкості підприємства. Використання запропонованого алгоритму на практиці надасть змогу підвищити ефективність управління дебіторською заборгованістю на підприємстві.

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» затверджено наказом МФУ від 8.10.1999 р., № 237.
2. Хома І.Б. Фінансовий аналіз : навч. посібн. / І.Б. Хома, Н.І. Андрушко, К.М. Слюсарчик. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2009. – 344 с.
3. Білик М.Д. Фінансовий аналіз : навч. посібн / М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. – К. : Вид-во КНЕУ, 2010. – 592 с.