

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 3, 2014 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 336.7

Н. Л. Шишкова,

к. е. н., доц. кафедри обліку та аудиту, ДВНЗ «Національний гірничий університет»

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗРАХУНКАМИ З КОНТРАГЕНТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

N. L. Shishkova,

PhD Candidate in Economics, Ass. Prof., SHEI "National Mining University"

ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT MANAGEMENT OF PAYMENTS WITH COMPANY'S PARTNERS

В статті запропоновано побудову інформаційної моделі конфліктних інтересів під час проведення розрахунків підприємств з дебіторами та кредитором з огляду на існуючі проблеми в роботі бухгалтерської та управлінської служб підприємств.

The article reviews information model of a conflict of interests during settlement enterprise with debtors and creditors because there are some problems in accounting and management departments.

В статье предложена информационная модель конфликта интересов при проведении расчетов предприятия с дебиторами и кредитором с учетом существующих проблем в работе бухгалтерской и управленческой служб предприятий.

Ключові слова: розрахунки, контрагент, заборгованість, оцінка, термін погашення.

Key words: payments, partner, indebtedness, level of importance, appraisal, time to run, details.

Ключевые слова: расчеты, контрагент, задолженность, оценка, срок погашения.

Постановка проблеми. Необхідною умовою діяльності будь-якого підприємства є встановлення партнерських відносин з постачальниками, покупцями організаціями та іншими особами. Такі зв'язки повинні забезпечувати безперервне постачання матеріальних ресурсів, ритмічність відвантаження (реалізації) продукції покупцям. Розвиток теорії і практики обліку та аналізу в умовах глобалізації економічних процесів вимагає перегляду традиційних поглядів на перспективні орієнтири розвитку теорії управління розрахунками підприємства. Мотивів для зриву угоди між контрагентами настільки ж багато, як і підстав для їхньої появи (особисті інтереси недостатньо обгрунтовані цілі угоди, недостатній досвід керівництва проекту, завдання політичного характеру на рівні корпорації або уряду, підводні камені, виявлені при ретельній перевірці). Тому необхідно створити інформаційно-аналітичне середовище узгодження (чи принаймні наближення) інтересів всіх сторін розрахунку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна кількість учених приділяє велику увагу пошуку напрямків і способів підвищення ефективності управління розрахунками як в Україні, так і за кордоном: Бріггем С., Ван Хорн Дж. К., Дембінський Н. В., Дробозіна Л. А., Пилипенко І. І., Редько О. Ю. та інші. Проблемам теорії практики бухгалтерського обліку дебіторської та кредиторської заборгованості, присвячені роботи таких вітчизняних вчених як: Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Гололо В.М. Костюченко, В.О. Шевчук, М.Д.Білик, Т.М. Браславська, Т.В. Момут та ін.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Проте на разі низка нерозв'язаних обліково-аналітичних проблем залишається, а саме: низький рівень керованості окремими етапами розрахунків, відсутність внутрішнього контролю розрахунків, відсутність внутрішніх форм звітності необхідних для управління невизначеність обліку безнадійної заборгованості.

Мета статті. Завдання дослідження полягає у наближенні інтересів контрагентів підприємства за допомогою поточного обліку та моніторингу стану розрахунку для нівелювання негативного впливу на розрахункову дисципліну, для створення дієвої системи управління кредиторською та дебіторською заборгованістю підприємства.

Виклад основного матеріалу. Процес придбання матеріалів включає ряд логічно взаємозв'язаних видів робіт. Виділяються наступні стадії процесу придбання матеріалів: складання заявок; аналіз заявок; вибір постачальників; розміщення замовлень; контроль за виконанням замовлень; завершення процесу придбання.

Процес обговорення та узгодження умов може тривати нескінченно, але для контролю над угодою зазвичай виділяються ключові параметри, які звичайно відповідають цілям основних розділів договорів і угод між учасниками та їхніми консультантами, щоб при виникненні спірної ситуації повернутися до пошуку альтернативного рішення на їхній основі. А якщо ні, то проект може потонути в додаткових умовах, а його зміст загрузне в надрах юридичних формулювань. Тут необхідно звернути увагу на наступні моменти. По-перше, слід проаналізувати клієнтську базу консультанта на предмет наявності можливих покупок/продажів. По-друге, потрібно оцінити досвід команди та професіоналізм людей, яких готовий надати консультант. По-третє, необхідно вивчити географію роботи консультанта та його можливості з надання необхідних послуг у цільовому регіоні. По-четверте, бажано з'ясувати вартість послуг: розмір фіксованої винагороди, суму відшкодування витрат, відсоток за успішне здійснення угоди та умови розрахунків. По-п'яте, можна визначити ризик конфлікту інтересів як у самого консультанта, так і в клієнтів, якими він працює.

Конфлікт може виникнути також через розбіжності цілей, які відображають не лише суперечні інтереси різних сторін, але й різнобічні інтереси (цілі) однієї й тієї ж особи. Наприклад, розробник економічної політики передбачає різноманітні цілі, намагаючись узгодити суперечливі вимоги, що диктуються ситуацією (збільшення обсягів виробництва, підвищення доходів, зниження собівартості та екологічного навантаження тощо). В економіці постійним стимулом генерування нової інформації конкуренція, котра автоматично відкриває шляхи науково-технічним винаходам, технічному прогресу, і навпаки, науково-технічний прогрес — його динамізм стимулює конкуренцію.

Конкуренти, у вузькому розумінні, — це фірми, котрі змагаються за споживача товарів чи послуг іншої (певної) фірми. Кожне підприємство (компанія, фірма) стикається із безліччю різноманітних конкурентів. Щодо предмета конкуренції (задоволення потреб) розрізняють: бажання-конкуренти, тобто бажання, котрі споживач може заохочує задовольнити; товарно-родові конкуренти, тобто інші (ніж пропонує певна фірма) основні способи задоволення якогось бажання; товарно-видові конкуренти, тобто інші різновиди певного товару, здатні задовольнити бажання споживача; марки-конкуренти, тобто різні марки одного й того ж товару, здатні

задовільнити бажання споживача. Оскільки постійна конкурентна боротьба, пов'язана з постійними змінами, що відбуваються на ринку, не може не позначити безпосередньо на характері управління підприємством (фірмою), то необхідно звернути увагу на таке: з'являється потреба у наявності якомога вичерпного і достовірного інформаційного матеріалу для аналізу та прийняття рішення; виникає необхідність проводити маркетингові дослідження ринку і зіставлення існуючої маркетингової стратегії менеджменту з потребами ринку; виникає потреба ширшого використання методів сценарного аналізу в разі планування функціонування підприємства (фірми) максимальним урахуванням при цьому всіх можливих видів невизначеності та конфліктності.

Отже, договір поставки характеризується такими рисами:

- спеціальний суб'єктний склад: сторонами договору можуть бути лише суб'єкти підприємницької діяльності, зареєстровані як такі у встановленому законом порядку, один з яких зобов'язаний поставляти товар, а інший – приймати й оплачувати його;
- договором поставки опосередкована підприємницька діяльність обох сторін: поставка товару та його придбання здійснюються в межах господарської діяльності не тільки постачальника, а й покупця, для якого закон встановлює вимогу щодо спеціальної мети використання предмета поставки;
- поставка здійснюється у встановлені сторонами строки, тобто для неї є типовим плановий характер, найчастіше не притаманний купівлі-продажу.

Крім істотних умов договору поставки, визначених як такі чинним законодавством, доцільно передбачити в договорі інші умови, які допоможуть уникнути майбутньому можливих непорозумінь між сторонами. Зокрема, такими є умови здійснення розрахунків, які встановлюють вид оплати товару (попередня оплата чи продаж товару в кредит з відстроченням або з розстроченням платежу) та форму розрахунків (готівкова або безготівкова), умови прийому-передачі товару [1].

Хоча багато керівників можуть бути на 100% впевнені у своїх підлеглих, проте нерідко в основних співробітників виявляється «паралельний бізнес» на стороні. Це може бути компанія-постачальник, покупець або інша компанія, через яку проходять грошові потоки. Конфлікт інтересів зустрічається практично на кожному підприємстві.

Він може бути явний і прихований. У випадку явного конфлікту інформація про засновників, що є доступною у державних реєстрах, підтверджує той факт, що співробітник одночасно є або генеральним директором, або засновником іншої компанії. Однак нерідко компанії реєструються на номінальних акціонерів або заявляють номінальних директорів. У цьому випадку має місце прихований конфлікт інтересів, який є більш складним для виявлення, і необхідна більш ретельна робота, що може включати виявлення взаємозв'язків через соціальні мережі, блоги, а також через експертні джерела.

Служби власної безпеки не проводять комплексної перевірки своїх клієнтів, а займаються оцінкою конкретної компанії, з якою у подальшому можуть бути укладені угоди. Перевірити причетність групи компаній або ж власних співробітників до схем нелегального виведення грошей та укладання свідомо невігідних контрактів можна лише із застосуванням комплексних методів аналізу та шляхом поглибленого вивчення непрямих зв'язків усього обсягу клієнтської інформації.

Спеціальні техніко-аналітичні методи дозволяють у короткий термін, обробивши великі обсяги корпоративної інформації, виявляти наявність ризиків сумнівних схем за участю компаній, уявити своєрідний зріз існуючих бізнес-ризиків. Пізніше по кожному з них можна буде здійснити більш детальне розслідування. Для початку перевірки необхідний мінімальний набір даних: про клієнтів компанії, списки співробітників (як поточних, так і колишніх). Для більш детального аналізу запитується додаткова інформація. Потім проводиться звірення отриманої інформації із записами з різних корпоративних реєстрів та інформаційних баз даних. Інформація з різних джерел консолідується в одній базі даних, здатній оперативно налаштуватися на різні типи і формати даних.

Такі дані завжди перебувають у режимі аналізу в різних зрізах (наприклад, аналізуються корпоративні відносини, контактна інформація, банківські реквізити фінансова інформація, напрямки руху коштів).

Плюс такого підходу в тому, що перевірка може бути виконана в дуже короткий термін. Яким же чином відбувається виведення грошей з компанії? Тут схем нерідко обмежуються тільки уявою співробітників, проте всі способи можна класифікувати [2].

Загальна схема інтересів учасників розрахунків підприємства представлена на рис.1. До неї включено і об'єктивну основу проведення діяльності підприємств (стан економіки, законодавство, технологія, культура, екологія), так і параметри, які підлягають узгодженню для всебічного досягнення інтересів учасників розрахунку (ціна, умови та термін поставки, порядок розрахунків, страхування, контроль і т.д.).

Але для того, щоб реалізувати аналітичну складову обчислення стратегій учасників розрахунків (в т.ч. для наближення інтересів та нівелювання протидії) необхідно застосувати відповідні методи і моделі. Так, використовуючи теорію ігор маємо наступну постановку задачі узгодження інтересів учасників розрахунків: нехай розглядається парна гра зі стратегіями A_1, A_2, \dots, A_m для постачальника та стратегіями B_1, B_2, \dots, B_n для покупця і платіжною матрицею

$$(a_{ij}) \quad (i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n})$$

Необхідно знайти оптимальні змішані стратегії $X^* = (x_1^*, x_2^*, \dots, x_m^*)$; $Y^* = (y_1^*, y_2^*, \dots, y_n^*)$, де $\sum_{i=1}^m x_i^* = 1$, $\sum_{j=1}^n y_j^* = 1$.

Знайдемо спочатку оптимальну стратегію постачальника. За основною теоремою теорії ігор така стратегія має забезпечити гравцеві вигравш, не менший за цін гри (поки що невідому величину) D , за будь-якої поведінки покупця.

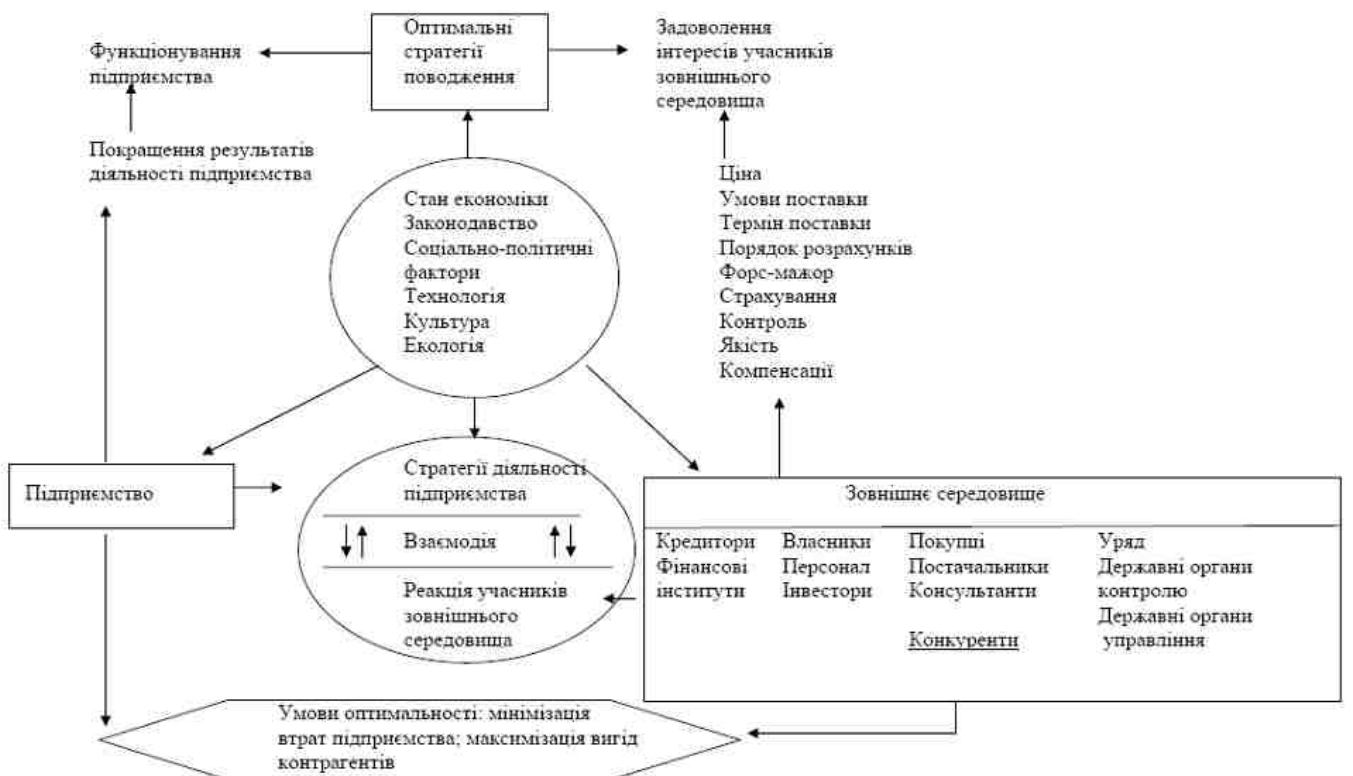


Рис. 1. Схема конфлікту підприємства та контрагентів

Припустимо, що постачальник застосовує свою оптимальну стратегію, а покупець - свою «чисту» j -ту стратегію B_j , тоді середній вигреш постачальник дорівнюватиме:

$$a_{1j}x_1^* + a_{2j}x_2^* + \dots + a_{mj}x_m^* \tag{1}$$

За цих обставин вигреш має бути не меншим, ніж ціна гри. Отже, для будь-якого значення $j (j = \overline{1, n})$ величина виду (1) має бути не меншою, ніж v :

$$\begin{cases} a_{11}x_1^* + a_{21}x_2^* + \dots + a_{m1}x_m^* \geq v; \\ a_{12}x_1^* + a_{22}x_2^* + \dots + a_{m2}x_m^* \geq v; \\ \dots \dots \dots \\ a_{1n}x_1^* + a_{2n}x_2^* + \dots + a_{mn}x_m^* \geq v. \end{cases}$$

Розділивши всі обмеження на v , отримаємо:

$$\begin{cases} a_{11} \frac{x_1^*}{v} + a_{21} \frac{x_2^*}{v} + \dots + a_{m1} \frac{x_m^*}{v} \geq 1; \\ a_{12} \frac{x_1^*}{v} + a_{22} \frac{x_2^*}{v} + \dots + a_{m2} \frac{x_m^*}{v} \geq 1; \\ \dots \dots \dots \\ a_{1n} \frac{x_1^*}{v} + a_{2n} \frac{x_2^*}{v} + \dots + a_{mn} \frac{x_m^*}{v} \geq 1. \end{cases}$$

$$\frac{x_i^*}{v} = t$$

Позначивши v , маємо:

$$\begin{cases} a_{11}t_1 + a_{21}t_2 + \dots + a_{m1}t_m \geq 1; \\ a_{12}t_1 + a_{22}t_2 + \dots + a_{m2}t_m \geq 1; \\ \dots \dots \dots \\ a_{1n}t_1 + a_{2n}t_2 + \dots + a_{mn}t_m \geq 1, \quad t_i \geq 0 \quad (i = \overline{1, m}). \end{cases}$$

Враховуючи умову, що $x_1^* + x_2^* + \dots + x_m^* = 1$ отримуємо $t_1 + t_2 + \dots + t_m = \frac{1}{v}$.

$$t_1 + t_2 + \dots + t_m = \frac{1}{v}$$

Необхідно зробити вигреш максимальним. Цього можна досягти, коли вираз звичайну задачу лінійного програмування.

$$\max v = \min \frac{1}{v} = \min \sum_{i=1}^m t_i \quad \text{за умов}$$

Цільова функція:

$$\begin{cases} a_{11}t_1 + a_{21}t_2 + \dots + a_{m1}t_m \geq 1; \\ a_{12}t_1 + a_{22}t_2 + \dots + a_{m2}t_m \geq 1; \\ \dots \dots \dots \\ a_{1n}t_1 + a_{2n}t_2 + \dots + a_{mn}t_m \geq 1, \quad t_i \geq 0 \quad (i = \overline{1, m}). \end{cases}$$

Розв'язуючи цю задачу симплексним методом, знаходимо значення $t_i (i = \overline{1, m})$, а також величину $\frac{1}{v}$ і значення $x_i^* = v t_i$, що є оптимальним розв'язком початкової задачі. Отже, визначено змішану оптимальну стратегію $X^* = (x_1^*, x_2^*, \dots, x_m^*)$ для постачальника.

$$\frac{y_j^*}{v} = u_j \quad (j = \overline{1, n})$$

За аналогією можна записати задачу лінійного програмування для визначення оптимальної стратегії покупця. З цією метою позначимо:

$$\max F = \sum_{j=1}^n u_j \quad \text{за умов}$$

Маємо таку лінійну модель задачі:

$$\begin{cases} a_{11}u_1 + a_{12}u_2 + \dots + a_{1n}u_n \geq 1; \\ a_{21}u_1 + a_{22}u_2 + \dots + a_{2n}u_n \geq 1; \\ \dots \dots \dots \\ a_{m1}u_1 + a_{m2}u_2 + \dots + a_{mn}u_n \geq 1, \quad u_j \geq 0 \quad (j = \overline{1, n}). \end{cases}$$

Очевидно, що задача лінійного програмування для покупця є двоїстою до задачі постачальника, а тому оптимальний розв'язок однієї з них визначає також оптимальний розв'язок спряженої.

Задачі теорії ігор належать до задач прийняття рішень за умов невизначеності та ризику. Невизначеність результатів гри зумовлена кількома чинниками. По-перше, як правило, кількість можливих варіантів розвитку подій дуже велика, тому передбачити результат гри неможливо. По-друге, значний вплив на хід гри мають випадкові чинники, дію яких передбачити неможливо, наприклад, в результаті зміни акцізних ставок. По-третє, джерелом невизначеності є бра інформації щодо дій противника. Крім того, невизначеність певною мірою може стосуватися також і мети, якої прагне досягти суб'єкт. Не завжди таку мету можна виразити однозначно, а тим більше одним показником.

Зрозуміло, що коли початкові умови задачі містять значну кількість невизначених параметрів, то математичне дослідження не може дати чіткого обґрунтування раціонального розв'язку, однак і за відсутності повної визначеності кількісний аналіз дає наукову основу для прийняття рішень.

При цьому основними пріоритетними напрямками управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства слід визнати:

1. Організацію повного та достовірного обліку дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства і перенесення облікових даних до його звітності.
2. Аналіз структури та динаміки заборгованості підприємства в попередніх періодах (оборотність дебіторської заборгованості, оборотність кредиторської заборгованості, середній строк обороту дебіторської заборгованості та зобов'язань, коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості, питома вага дебіторської заборгованості в загальному обсязі оборотних активів підприємства, частка кредиторської заборгованості в загальному обсязі зобов'язань, відношення середньої величини дебіторської заборгованості до виручки від реалізації продукції (надання послуг), частка сумнівної дебіторської заборгованості в її загальному обсязі співвідношення суми усіх зобов'язань підприємства і суми активів).
3. Оптимізацію структури дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства.
4. Визначення кола потенційних контрагентів та суворе планування дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства на майбутні періоди.
5. Постійний моніторинг дебіторської та кредиторської заборгованості.
6. Визначення можливості застосування кредитної політики щодо окремих покупців продукції та формування її принципів і умов.
7. Прискорення процесу погашення дебіторської та кредиторської заборгованості за допомогою сучасних форм її рефінансування.
8. Здійснення ефективного контролю за формуванням та погашенням дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства та розрахунок розміру резерву сумнівних боргів.

Алгоритм управління заборгованістю буде мати наступний вигляд (рис.2):



Рис. 2. Алгоритм управління дебіторською та кредиторською заборгованістю

Реалізація низки заходів, що запропоновані цим алгоритмом, дозволить вирішити наступні завдання:

- сприятиме зростанню обсягу продаж шляхом надання комерційного кредиту і тим самим зростанню економічних вигід;
- підвищить конкурентоздатність підприємства за допомогою відстрочки платежів;
- дозволить з більшою вірогідністю визначати рівень ризику неплатоспроможності покупців;
- дозволить встановлювати плановий розмір резерву сумнівних боргів, забезпечувати превентивні заходи щодо фактично або потенційно неплатоспроможних покупців.

Висновки і перспективи подальших розробок. Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю безпосередньо впливає на прибутковість підприємства і визначає дисконтну і кредитну політику для покупців, шляхи прискорення повернення боргів і зменшення безнадійної заборгованості, а також вибір умов продажу, що забезпечують гарантоване надходження коштів і є однією з проблем підприємства.

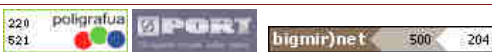
Список використаної літератури.

1. Глоба О. Укладення договору поставки: теорія і практика // <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2030>
2. Гречаник Л. Фінансове шахрайство та протидія йому у компаніях // http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/062.htm
3. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц./ В. В. Вітлінський П. І. Верченко. — К.: КНЕУ, 2000. — 292 с.
4. Економіко-математичне моделювання в маркетингу [Електронний ресурс] : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / І. Ф. Шатарська; [голова редкол. О. Д. Шарапов] ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». — К. : КНЕУ, 2009. — 120 с.

References.

1. Globa, O. *Ukladennya dogovoru postavki: teoriya i praktika* [The conclusion of the contract of supply: theory and practice], available at: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2030>
2. Grechanik, L. *Finansove shakhraystvo ta protidiya yomu u kompaniyakh* [Financial fraud and opposition to him in company], available at: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/062.htm
3. Vitlinskiy, V. V. and Verchenko, P. I. (2000), *Analiz, modelyuvannya ta upravlinnya yekonomichnimi rizikami* [Analysis, modeling and management of economic risk], KNEU Kyiv, Ukraine, p. 292.
4. Shatarska, I. F. (2009), *Yekonomiko-matematichne modelyuvannya v marketingu* [Economic modeling in marketing], KNEU, Kyiv, Ukraine, p. 120.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2014 р



ТОВ "ДКС Центр"