

**Секция 3. ФИНАНСОВАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
ТОРГОВЫХ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.
АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ТОРГОВЛЕ И СФЕРЕ УСЛУГ**

<http://edoc.bseu.by>

*М.П. Адамчук
БГЭУ (Минск)*

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Получение платежей от дебиторов на предприятиях оптовой торговли в полном объеме и в срок, предусмотренных договором о предоставлении товарного кредита, является важным фактором успешной и эффективной работы предприятия. Для решения этого вопроса необходима организация учета долга каждого дебитора и своевременности поступления платежей от них. Учет должен вестись по суммам и датам отпуска товара каждому из дебиторов и по суммам и датам оплаты дебиторами полученного товара. Учет и контроль выдачи товарного кредита и его оплаты должен вестись постоянно, для чего создается специальная компьютерная система файлов и программных блоков. Наличие системы позволяет проводить постоянный анализ складывающейся ситуации с выдачей и оплатой полученного товарного кредита. Анализ предполагает деление всех дебиторов на группы, что дает возможность вырабатывать более детальную кредитную политику и учитывать индивидуальные особенности каждого дебитора. При этом выделяется так называемая группа риска, в которую включаются дебиторы, имеющие проблемы со своевременной оплатой кредита. На дебиторов этой группы следует обратить особое внимание и усилить работу по своевременному возврату долгов.

Всех дебиторов предприятий оптовой торговли, имеющих товарный кредит, целесообразно разделить на три группы. В первую из них включаются те потребители-дебиторы, которые работают с предприятием достаточно продолжительный период времени и при этом зарекомендовали себя с лучшей стороны по оплате полученного товарного кредита. Сюда же могут быть включены дебиторы, имеющие гарантию банка.

Вторая группа потребителей-дебиторов является промежуточной. Это не имеющие длительной задолженности, но и не относящиеся к первой группе дебиторы.

Третья группа формируется из потребителей-дебиторов, имеющих проблемы с оплатой полученных товарных кредитов. Сюда относятся дебиторы, систематически превышающие сроки оплаты более чем на 30 дней. По некоторым товарам, имеющим сезонный спрос, этот срок может быть увеличен и до 90 дней.

Состав групп корректируется ежемесячно. Представители первой группы могут получить некоторые льготы. Они могут допустить небольшое превышение суммы и срока долга, при сокращении общих объемов товарного кредитования они лишаются своих кредиторов в последнюю очередь, а при расширении общих объемов кредитования им дается возможность увеличить кредит в первую очередь.

Дебиторы второй группы должны работать строго по условиям заключенных договоров. Третья группа — это группа риска. Ее представители делятся на две подгруппы. В первую из подгрупп включаются дебиторы, у

которых еще сохраняется шанс вернуться во вторую группу. Они не отказываются от своих долгов и от выплат штрафных санкций. Выдача новых товарных кредитов таким дебиторам приостанавливается до полной выплаты долгов и штрафов, затем может быть продолжена.

Вторая подгруппа — это дебиторы, зарекомендовавшие себя самым худшим образом. Выдача новых товарных кредитов представителям этой подгруппы нецелесообразна.

*А. Н. Алейников
БГЭУ (Минск)*

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА

Успешная деятельность торгового предприятия зависит от трех основных элементов: понимания состояния дел в данный момент, представления того уровня, который собираются достичь, и планирования перехода от одного состояния в другое. Все это эффективно решается в рамках системы внутрифирменного планирования, центральное место в которой принадлежит финансовому планированию. Только наметив на перспективу основные финансовые показатели и определив финансовые возможности предприятия, можно с большей степенью надежности рассчитать и обосновать изменения всех других показателей и установить их оптимальное соотношение и динамику.

Финансовое планирование, оказывая на бизнес существенное дисциплинирующее воздействие, позволяет не только определить финансовые расходы в конкретных количественных показателях и установить лимиты расходов по каждой статье, но и оперативно выбрать наиболее эффективные направления бизнеса, что в конечном итоге помогает предприятию найти свое место в системе конкуренции и обеспечить устойчивый рост доходности.

Не менее важная задача финансового планирования состоит в поиске и обосновании приемлемой ценовой стратегии предприятия. Финансовый план является основным источником информации для расчета и обоснования базовых торговых надбавок, обеспечивающих торговому предприятию достижение запланированных результатов, а также для определения возможных скидок, льгот и преимуществ, которые могут быть предложены покупателям с целью стимулирования продаж и обеспечения перевыполнения плановых показателей товарооборота.

Кроме того, финансовый план является основой и для организации эффективной системы управления и контроля за бизнесом и позволяет руководителям постоянно накапливать и углублять менеджерский опыт. Большинство управленческих решений принимаются на основе информации, содержащейся в финансовом плане. Сравнение реальных и запланированных финансовых показателей дает возможность своевременно и оперативно принимать ответственные управленческие решения.

Поскольку финансовое планирование имеет исключительно важное значение для экономической деятельности торгового предприятия, размещение и использование финансовых ресурсов должно постоянно контролироваться его руководителем. Для этого он должен достаточно хорошо раз-