

Разработка кредитной политики компаний в сфере телевизионного бизнеса

Development of Credit Policy of Companies in the Field of Television Business

А. КАЛИНИН, А. РУДЕНКО

Калинин Александр Ростиславович, д-р экон. наук, канд. тех. наук, профессор кафедры оценочной деятельности и корпоративных финансов Московского финансово-промышленного университета «Синергия»

Руденко Андрей Евгеньевич, аспирант Московского финансово-промышленного университета «Синергия». E-mail: rudenko1924@yandex.ru

Актуальность работы обусловлена тем, что от эффективности разработки кредитной политики компании зависят результаты управления дебиторской задолженностью и обеспечение финансовой устойчивости бизнеса компании (в данном случае, телевизионной компании). Целью статьи является определение основных направлений совершенствования процедуры разработки кредитной политики компаний в сфере телевизионного бизнеса. В процессе решения поставленных задач применялся метод систематизации в анализе литературы, посвященной разработке кредитной политики организации. В работе сформулированы основные рекомендации, направленные на повышение эффективности процедуры разработки кредитной политики телевизионных компаний. Определено, что разработка кредитной политики имеет высокую степень взаимозависимости с эффективностью управления дебиторской задолженностью.

Ключевые слова: кредитная политика, дебиторская задолженность, разработка кредитной политики, управление дебиторской задолженностью, финансовая устойчивость, телевизионный бизнес.

The relevance of the work is due to the fact that the results of managing receivables and ensuring the financial stability of the business of a television company depend on the effectiveness of the development of the credit policy of the company. The purpose of the article is to determine the main directions for improving the procedure for developing the credit policy of companies in the field of television business. In the process of solving the set tasks of scientific work, the systematization method was used in the analysis of literature, the results of which are devoted to the development of the organization's credit policy. The paper develops the main recommendations aimed at improving the efficiency of the procedure for developing the credit policy of companies operating in the television sector of the Russian economy. It has been determined that the development of a credit policy has a high degree of dependence on the effectiveness of receivables management.

Key words: credit policy, accounts receivable, credit policy development, accounts receivable management, financial stability, television business.

Введение

Актуальность научного исследования по выбранной проблематике обусловлена тем, что от эффективности разработки кредитной политики зависят результаты управления дебиторской задолженностью и обеспечение финансовой устойчивости бизнеса телевизионной компании. Поэтому целью работы является определение основных направлений совершенствования процедуры разработки кредитной политики компаний в сфере телевизионного бизнеса.

Для этого необходимо решение следующих задач:

- рассмотрение теоретических аспектов понятия «кредитная политика» для компании;
- определение роли разработки кредитной политики при обеспечении финансовой устойчивости бизнеса;
- перечисление факторов внутренней и внешней среды, влияющих на эффективность кредитной политики компании;

- анализ проблемы управления кредитной политикой и дебиторской задолженностью в современном телевизионном бизнесе;
- определение инструментов, механизмов и способов эффективного управления дебиторской задолженностью в рамках разработки кредитной политики компании.

Методы

В процессе решения поставленных задач научной работы применялся метод систематизации в анализе литературы, посвященной разработке кредитной политики организации. Для анализа предмета исследования использовались субъектно-объектный, структурно-функциональный подходы и методы системного анализа.

Результаты

Под понятием «кредитная политика» подразумевается система мероприятий, направленных на реализацию контроля за использованием кредитных средств. К кредитной политике организации относится деятельность по управлению взаимоотношениями с клиентами и заказчиками, в том числе работа по взысканию задолженности.

Дебиторская задолженность имеется практически у каждой коммерческой организации. Она формируется в процессе реализации продукции (товаров и услуг). Предоставляемый продукт заказчиком пока что не оплачивается, а задолженность по оплате записывается в дебиторскую задолженность. В дальнейшем необходим возврат денежных средств, чтобы компания могла продолжить финансировать свою операционную деятельность. Именно работа с дебиторской задолженностью, предоставляемой дебиторам (заказчикам), относится к реализации кредитной политики организации.

Исходя из этого, можно дать другое определение понятию «кредитная политика» – система управления дебиторской задолженностью, где формирование дебиторской задолженности связано с реализацией продукции и оплатой за нее после истечения определенных сроков, которые, в первую очередь, связаны с необходимостью передачи товара или работы/услуги дебитором конечному потребителю [6].

Разработка кредитной политики компании имеет влияние на обеспечение финансовой устойчивости бизнеса в том числе и в телевизионной сфере России. Это обусловлено следующими причинно-следственными связями [7]:

1. Формируется размер и структура оборотных средств предприятия;
2. Обеспечивается скорость оборачиваемости оборотных средств предприятия;
3. Повышается рентабельность оборотных средств предприятия;
4. Нормализуется длительность финансового цикла компании;
5. Обеспечивается высокий уровень ликвидности и платежеспособности компании.

Для эффективного управления кредитной политикой компании необходимо учитывать современные факторы внутренней и внешней среды, влияние которых обеспечивает результаты в инкассации дебиторской задолженности, стабилизации финансовой устойчивости бизнеса. Телевизионная сфера российской экономики в периоде 2022-2023 гг., как и многие другие отрасли сферы услуг, ощущает негативное воздействие факторов внешней среды, обусловленных появлением новых угроз и рисков.

Так, к основным внешним факторами, влияющим на разработку кредитной политики телевизионной компании, относятся:

- макроэкономическая конъюнктура телевизионного рынка экономики страны;
- вектор денежно-кредитной и монетарной политики Банка России при финансовом регулировании банковской системы и финансовых рынков;
- динамика уровня инфляции и цен на потребительских рынках;
- насыщенность, емкость и конкурентоспособность на рынке телевизионных услуг;
- отраслевая специфика и тенденции современного телевизионного бизнеса в России.

К основным внутренним факторам, влияющим на разработку кредитной политики телевизионной компании, относятся [10; 11]:

- организация управления взаимоотношениями компании с ее контрагентами;
- деловые качества и профессиональные навыки менеджмента организации;
- организация системы управления и контроля за дебиторской задолженностью организации;
- эффективность и результативность финансовой политики компании в обеспечении основной экономической деятельности оборотными средствами.

В рамках организации системы управления дебиторской задолженностью компании при разработке кредитной политики стоит включать следующие элементы [5]:

- организация аналитических процедур при оценке надежности и платежеспособности всех поставщиков и покупателей, состояние которых влияет на просроченные выплаты;
- организация бухгалтерского и управленческого учета дебиторской задолженности;
- организация аналитических процедур при оценке финансовых потерь компании от просроченных выплат дебиторской задолженности и влияния на финансовую устойчивость бизнеса;
- разработка управленческих решений и стратегии совершенствования системы управления дебиторской задолженностью компании.

Благодаря эффективному управлению дебиторской задолженностью предприятия обеспечивает скорость оборачиваемости оборотных средств, что влияет на платежеспособность, финансовую устойчивость и экономическую безопасность бизнеса. При управлении дебиторской задолженностью в особенности стоит обращать внимание на ранжирование финансового состояния покупателей, поставщиков и торговых дистрибьюторов [9].

Одной из проблем управления дебиторской задолженностью в компаниях в сфере телевизионного бизнеса является ее несвоевременное списание. Под несвоевременным списанием подразумевается просроченная дебиторская задолженность, которая возникает на 30-й день по окончании срока обязательного платежа согласно заключенным договорам или в случае, если дата платежа не определена после выписки счета на оплату. Тем самым формируется дебиторская задолженность, срок исковой давности которой истек [4].

Среди проблем несвоевременного списания дебиторской задолженности в системе бухгалтерского и налогового учета можно выделить [8]:

1. Отсутствует оценка кредитоспособности организаций и экономических субъектов, выступающих дебиторами;
2. Не разработан регламент по работе с просроченной дебиторской задолженностью;
3. Отсутствует достоверная информация о сроках погашения дебиторами своих обязательств;
4. Не сформирована целостная система по управлению дебиторской задолженностью, где функция инкассации и анализа дебиторской задолженности была бы распределена между разными подразделениями компании;
5. Отсутствуют оценка и анализ данных о финансовых затратах, связанных с увеличением объема дебиторской задолженности.

Также стоит учесть последствия, которые возникают из-за наличия просроченной дебиторской задолженности при обеспечении финансовой устойчивости компании [1]:

- снижается скорость оборачиваемости оборотных средств организации;
- появляются финансовые трудности при выплате заработной платы сотрудникам;
- появляются финансовые трудности и задержки в обеспечении своих обязательств перед финансовыми контрагентами и поставщиками;
- возникают трудности в осуществлении новых закупок товарно-материальных ценностей, пополнения запасов и формирования ресурсов для операционной деятельности компании.

Подтверждением важности проблемы управления дебиторской задолженностью для российских компаний является график на рисунке 1, где изображена динамика объема дебиторской задолженности и просроченной задолженности.

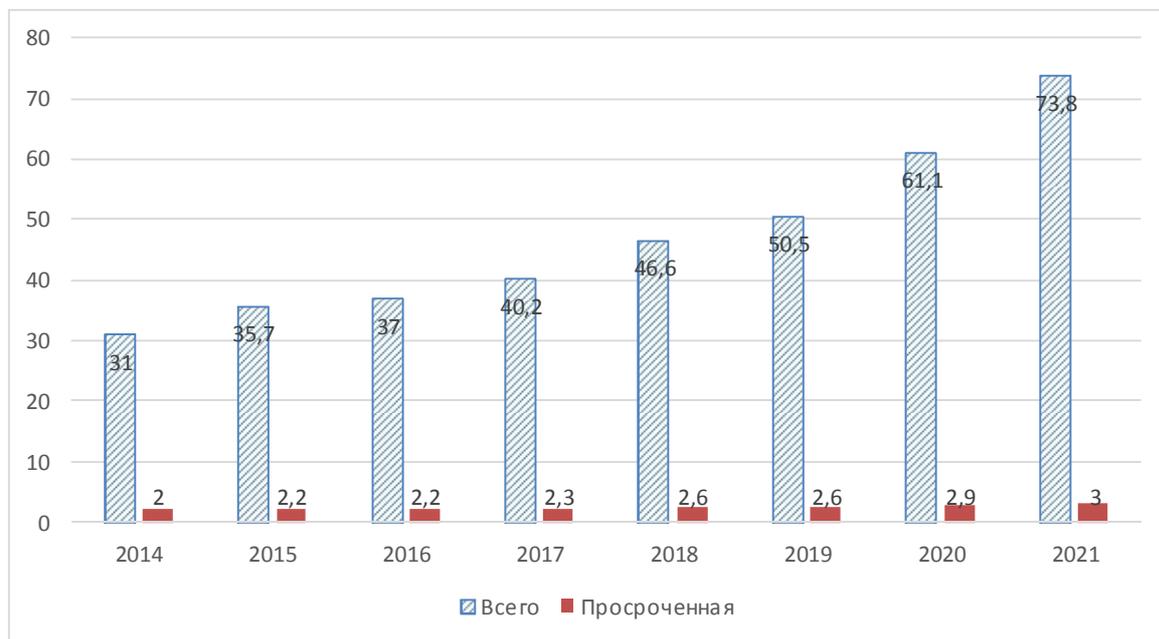


Рис. 1. Динамика общей и просроченной дебиторской задолженности в организациях (без субъектов малого предпринимательства), в трлн руб. [12]

Таким образом, объем просроченной дебиторской задолженности российских компаний в период с 2014 по 2021 гг. увеличился с 2 до 3 триллионов рублей.

Обсуждение

Для повышения эффективности управления дебиторской задолженностью предприятия при разработке кредитной политики необходимо применение следующего алгоритма, изображенного на рисунке 2.

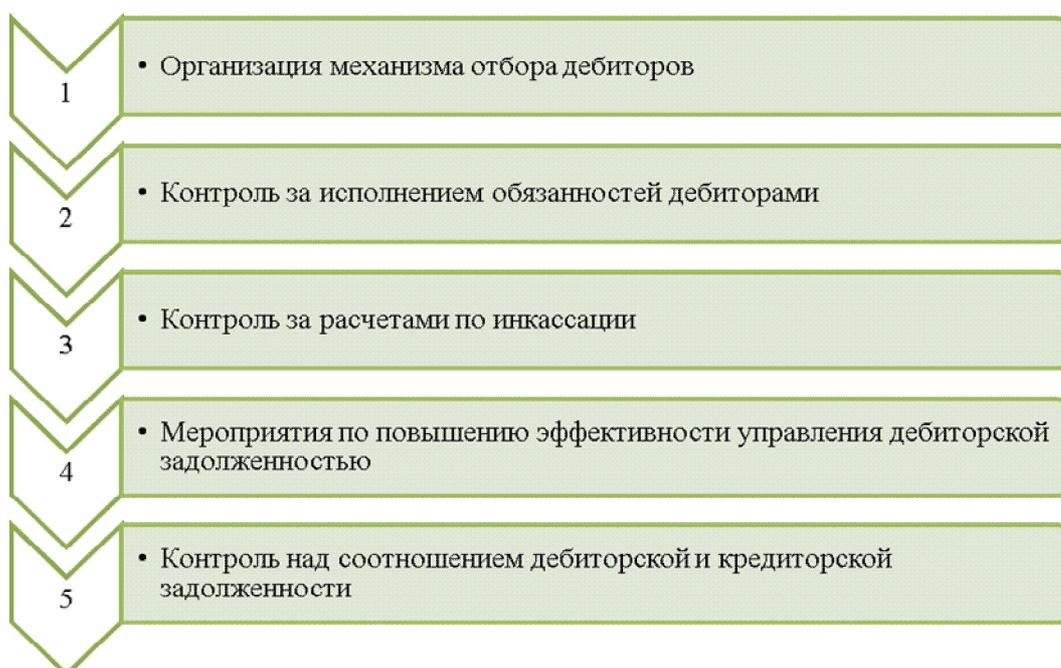


Рис. 2. Алгоритм совершенствования управления дебиторской задолженностью в организации

Также в процессе разработки кредитной политики в нее должны быть включены следующие инструменты управления дебиторской задолженностью:

- контроль состояние дебиторской задолженности, ее динамики и причин возникновения;
- постоянный мониторинг и оценка соблюдения кредитной политики компании, проведение при необходимости ее корректировки с целью оптимизации;
- ранжирование покупателей и заказчиков (дебиторов) по показателю их кредитного риска;
- определение размера и случаев предоставления скидок для дебиторов, проведение предварительной оценки их экономической эффективности для финансового состояния компании;
- формирование по сомнительным дебиторским задолженностям организации резервного капитала и фонда;
- применение в практике современных форм рефинансирования дебиторской задолженности и страхования по ней кредитных рисков.

При применении современных форм рефинансирования дебиторской задолженности все чаще используется метод факторинга. Его характеристикой выступает то, что происходит частичная оплата дебиторской задолженности покупателями, а оставшаяся часть оплачивается финансовым контрагентом, которым выступает банк. Преимуществом применения метода факторинга при управлении кредитной политикой компании в сфере телевизионного бизнеса выступает увеличение скорости оборачиваемости оборотных средств, что повышает ликвидность баланса, активов, а также платежеспособность организации.

Среди традиционных методов управления дебиторской задолженностью, которые эффективны в обеспечении финансовой устойчивости компании телевизионного бизнеса, можно отметить установку определенных условий кредитования дебиторов. Примером таких условий может быть, например, получение покупателем скидки в случае оплаты взноса по договору в течение 10 дней с момента получения услуги.

Управление дебиторской задолженностью компании предполагает постоянный анализ оборачиваемости средств на счетах. При возникновении отрицательной динамики можно говорить о снижении финансовой устойчивости бизнеса, поскольку от этого зависит формирование необходимых значений коэффициентов ликвидности телевизионной компании [2].

Заключение

Таким образом, принятие грамотных мер по повышению качества управления расчетами с дебиторами и кредиторами позволяет эффективно и оперативно управлять производством, положительно влияет на финансовое состояние компании. В процессе проведенного научного исследования нами разработаны основные рекомендации, направленные на повышение эффективности процедуры разработки кредитной политики компаний, функционирующих в телевизионной сфере экономики России.

Кредитная политика компании в значительной степени зависит от эффективности управления дебиторской задолженностью, результаты которой влияют на обеспечение финансовой устойчивости бизнеса. Поэтому путь к совершенствованию кредитной политики организации лежит через применение инструментов в повышении эффективности управления дебиторской задолженностью.

Литература

1. Алехина Т.С. Кредитная политика как источник финансовой устойчивости компании // Вектор экономики. 2019. № 6 (36). С. 154.
2. Алехина Т.С. Кредитная политика как инструмент эффективной стратегии компании // Вектор экономики. 2019. № 2 (32). С. 62.

3. Данилушкина И.Д., Калмыкова М.А. Кредитная политика и ее влияние на финансовое состояние компании // Сб. трудов конф. «Право, экономика и управление: теория и практика». Чебоксары, 12 мая 2022 г. Чебоксары: ИД «Среда», 2022. С. 207–214.

4. Катайкина Н.Н. Использование кредитной политики в управлении дебиторской задолженностью организации // Материалы науч.-практич. конф. «Актуальные проблемы социально-экономического развития общества». Саранск, 21 ноября 2018 г. Саранск: «Партнер», 2019. С. 242–246.

5. Лазарева О.С., Советов И.Н. Управление дебиторской задолженностью предприятий // Век качества. 2020. № 4. С. 84–94.

6. Маркелов Е.А. Разработка кредитной политики компании в современных условиях // Бенефициар. 2019. № 41. С. 17–18.

7. Мусостова Д.Ш., Мусостов З.Р., Адизов А.С. Кредитная политика и ее влияние на состояние компании // Сб. ст. науч.-практич. конф. «Право, экономика и управление: состояние, проблемы и перспективы». Чебоксары, 2022. С. 107–114.

8. Новичкова О.В. Инструменты управления кредитной политикой компании // Сб. ст. конф. «Актуальные проблемы финансирования и налогообложения АПК в условиях глобализации экономики». 2020. С. 84–87.

9. Самарская Т.В. Управление дебиторской задолженностью в системе финансового менеджмента предприятия // StudNet. 2020. Т. 3. № 11. С. 87.

10. Федотова М.Ю. Повышение эффективности кредитной политики организации // Сб. ст. науч.-практич. конф. «Бухгалтерский учет, анализ, аудит и налогообложение: проблемы и перспективы». Пенза, 2022. С. 174–179.

11. Филатова О.А., Чугунов В.А. Управление кредитной политикой коммерческой организации // Материалы Междунар. науч.-практич. конф. «Современные проблемы экономического развития предприятий, отраслей, комплексов, территорий». Хабаровск, 2019. С. 432–436.

12. Финансы организаций / Росстат [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/finance>