



УДК 338

**Почекаева Ольга Вадимовна**<sup>1</sup>, к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и финансов,

e-mail: pochekaeva.ov@vsuwt.ru

**Озина Альбина Михайловна**<sup>1</sup>, д.э.н., профессор, научный сотрудник,

e-mail: al.ozina@mail.ru

<sup>1</sup>Волжский государственный университет водного транспорта, г. Нижний Новгород, Россия.

### **Проблемы управления дебиторской задолженностью транспортных компаний**

*Аннотация:* В статье рассматриваются существующие проблемы управления дебиторской задолженностью транспортных компаний. Рассмотрены существующие методы управления задолженностью, возможность их использования транспортными компаниями, вопросы разработки регламента управления дебиторской задолженностью.

*Ключевые слова:* дебиторская задолженность, управление, транспортная компания, перевозки

Важной составляющей успеха современной транспортной компании является ее успешное управление дебиторской задолженностью. Дебиторская задолженность – это долги компаний и физических лиц, которые приносят пользу этому бизнесу [1]. Торговая дебиторская задолженность у транспортных компаний возникает в момент выставления расчетно-платежных документов заказчику, датой возникновения задолженности является дата подписания акта приема-сдачи выполненных работ (оказанных услуг).

Основной вид деятельности транспортных компаний – перевозка грузов и пассажиров. Именно объект перевозки определяет политику расчетных отношений в транспортной компании. Если компания осуществляет перевозку пассажиров, то чаще всего используется предоплата транспортных услуг, вследствие чего дебиторская задолженность возникает по окончании процесса перевозки и сразу же погашается ранее полученной предоплатой. Если компания осуществляет перевозку грузов, то используется как предоплата – полная или частичная – так и постоплата. Дебиторская задолженность также возникает в результате перечисления предоплаты поставщикам. Таким образом, специфика работы транспортных компаний определяет особенности управления дебиторской задолженностью.

Управление дебиторской задолженностью в современной компании предполагает некую часть единого управления оборотными активами и рекламную политику компании, направленную на увеличение продаж. Как правило, под управлением дебиторской задолженностью понимают:

— анализ и классификация покупателей в зависимости от суммы заключенного договора, вида приобретаемых услуг (продуктов) условий оплаты, предоставления преференций;



- контроль расчетов с должниками по отложенной или просроченной задолженности;
- установление условий реализации, обеспечивающих гарантированный денежный поток;
- определение условий для сокращения времени погашения долгов и уменьшения величины невозвратного долга;
- прогноз на основе инкассового фактора поступления денежных средств от должника.

В современной экономике управление дебиторской задолженностью давно выходит за рамки отдельных экономических функций управления. Перечислим существующие методы управления дебиторской задолженностью [2]:

1. Упорядочивание дебиторской задолженности по срокам ее возникновения (в хронологическом порядке) и погашения с целью выявления покупателей, нарушающих сроки платежа, а также понимания существования оправданной задолженности.
2. Сравнительный анализ показателей текущего периода с аналогичным периодом прошлого года и выявление безнадежных долгов.
3. Периодический пересмотр предельной суммы отпуска товаров или процента от общего объема продаж с учетом финансового положения дебитора.
4. Экспресс-анализ финансового состояния потенциального покупателя при предоставлении отсрочки/рассрочки/скидки. По возможности, оптимально учитывать прошлый опыт работы с данным клиентом (соблюдение сроков оплаты, своевременность оформления расчетно-платежных документов и др). Если же это новый клиент, необходимо учитывать при принятии решения о сотрудничестве период существования организации-покупателя.

На практике управление дебиторской задолженностью осуществляется следующими методами [3]:

1. Разработка плана – подразумевает предварительное решение финансовых вопросов. Важно правильно ставить долгосрочные цели.
2. Управление организацией – предполагает четкую координацию бизнеса, делегирование полномочий экспертам и распределение обязанностей.
3. Мотивация – предполагает психологический подход к управлению человеческим фактором.
4. Надзор (контроль) – это наличие определенных критериев, по которым оценивается текущая рабочая деятельность.

Управление дебиторской задолженностью невозможно без ее предварительного анализа. Анализ дебиторской задолженности может проводиться в следующем порядке:

- анализ состояния дебиторской задолженности по установленным условиям;
- анализ абсолютных и относительных характеристик состояния, структуры и движения дебиторской задолженности.
- расчет коэффициента оборачиваемости, удельного веса дебиторской задолженности в общем объеме оборотных средств, сравнение темпов роста дебиторской задолженности с продажами;
- анализ соотношения дебиторской и кредиторской задолженности.

Проблема 1. Анализ проводится постфактум, на основании прошлых данных, формируемых в системе бухгалтерского учета. Но в силах менеджмента компании сделать процесс анализа, принятия решения по результатам анализа и контроля выполнения принятых решений непрерывным процессом. Экономический анализ необходимо рассматривать как функцию управления, обеспечивающую эффективность принимаемых управленческих решений.



Система управления дебиторской задолженностью должна быть частью общей «политики управления оборотными средствами и маркетинговой политики» [3] транспортной компании, которая направлена на увеличение объемов реализации услуг, оптимизацию величины дебиторской задолженности, обеспечение получения денежных средств или других активов.

Проблема 2. Взыскание денежных средств в погашение дебиторской задолженности. Проблема получения денежных средств от покупателя (инкассации) не стоит у компаний, которые используют авансовый метод расчетов. Компании, применяющие постоплату, сталкиваются с проблемой своевременной оплаты гораздо чаще. Поэтому, в целях снижения риска возникновения непоплаченной в срок дебиторской задолженности, разрабатывая политику кредитования для существующих и потенциальных покупателей, транспортная компания в первую очередь должна определиться по следующим ключевым вопросам [4]:

- срок предоставления кредита (имеется ввиду срок, установленный в договоре для оплаты – необходимо изменять сроки оплаты, указанные в типовых договорах относительно каждого клиента);
- установленные стандарты кредитоспособности (в компании должны быть разработаны критерии оценки финансового состояния потенциального клиента-заказчика и возможные варианты оплаты);
- система создания резервов по сомнительным долгам (принцип осторожности никто не отменял, создание резервов в бухгалтерском учете является обязательным условием формирования учетной политики, но для этого необходимы данные оперативного учета о работе с потенциальным клиентом);
- система сбора платежей (установленные в компании действия менеджмента по взысканию задолженности – работа с покупателями, нарушившими сроки оплаты, оценка существенности задолженности для компании, система штрафных санкций);
- система предоставления скидок (для случаев оплаты задолженности в краткосрочном периоде).

В компании должен быть разработан регламент управления дебиторской задолженностью, в котором освещены вышеперечисленные вопросы. Проблема в том, что работы необходимо вести по каждому клиенту, индивидуально подходить к расчету скидки, например, в случае принятия решения о погашении задолженности в меньшем размере. Но зачастую менеджмент компании не обладает определенными знаниями в этой области. Снижение уровня расчетно-платежной дисциплины приводит к росту задолженности, что делает необходимым контроль над суммой дебиторской задолженности и ее перемещением (возникновением и погашением).

Проблема 3. Оценка надежности контрагента. Одним из методов управления дебиторской задолженностью является анализ надежности потребителей. В рамках договорной деятельности важно оценить безопасность потребителей с точки зрения возможности оплаты современных услуг. Эту проблему помогают решить современные рейтинги компаний, исследования экономических отчетов потенциальных потребителей и выявление рисков, а также сервисы проверки контрагента – например, СПАРК [4] или Rusprofile [5]. Данные отчеты и системы предоставляют необходимую информацию, но интерпретация этой информации ложится на плечи менеджмента компании, и опять встает вопрос профессиональной компетентности принимающего решения сотрудника.

Обобщая вышесказанное, мы видим еще одну возможную проблему – уровень подготовки и знаний сотрудников, подготавливающих, анализирующих и интерпретирующих информацию о состоянии дебиторской задолженности.



Таким образом, существующие проблемы управления дебиторской задолженностью вполне решаемы на уровне руководства транспортных компаний, в зону ответственности которого входит организация системы бухгалтерского учета, организация работы с клиентами, контроль выполнения принятых ранее решений.

### Список литературы:

1. Тычина, Н.А. Учетно-аналитическое обеспечение управления дебиторской и кредиторской задолженностью как фактор устойчивого развития организации / Н. А. Тычина // Теория и практика современной науки. – 2019. - № 4. – С. 80 – 90.

2. Трухина, Т.Г. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью хозяйствующего субъекта / Т. Г. Трухина, Е. А. Гурлева, А. М. Волченко, А. В. Ильина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 5 (139). — С. 247-250. — URL: <https://moluch.ru/archive/139/39253/> (дата обращения: 18.02.2021).

3 Дружиловская, Э.С. Совершенствование правил оценки дебиторской и кредиторской задолженности в бухгалтерском учете / Э.С. Дружиловская // Бухгалтер и закон. 2017. № 4 (184). С. 2-9.

4. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 511 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-6711-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/389577> (дата обращения: 24.05.2021).

4. Международная информационная группа СПАРК. Проверка контрагента. [сайт]. Режим доступа: <https://www.spark-interfax.ru/> (дата обращения 20.05.2021).

5. Rusprofile: быстрая и удобная проверка контрагентов. [сайт]. Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/> (дата обращения 20.05.2021).

## PROBLEMS OF MANAGING THE ACCOUNTS RECEIVABLE OF TRANSPORT COMPANIES

Olga V. Pochekaeva, Albina M. Ozina

*Abstract:* The article examines the existing problems of managing the accounts receivable of transport companies. Existing methods of debt management, the possibility of their use by transport companies, issues of developing a procedure for managing accounts receivable are considered.

*Keywords:* accounts receivable, management, transport company, transportation

