

**СЕКЦІЯ № 1. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ, РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ,
ПОДАТКОВА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Бабенко В.
магістр, БЕМ-420а.е,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

Клепікова С. В.
к.е.н., ст. викл. кафедри
міжнародного бізнесу та фінансів,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ
ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Управління дебіторською заборгованістю завжди відігравало важливу роль в функціонуванні підприємства. Якщо воно не є ефективним, то це призводить до збільшення періоду оплати, що спричиняє зменшення кількості оборотного капіталу. При цьому слід пам'ятати, що політика управління дебіторською заборгованістю є одночасно складовою не лише фінансової, а й маркетингової стратегії підприємства. Адже шляхом пом'якшення умов розрахунків з покупцями продукції можна розширити обсяги її реалізації і тим самим збільшити доходи і прибутки від основної діяльності.

Ціллю роботи є систематизація та розкриття інформації про теоретичні аспекти управління дебіторською заборгованістю.

Дебіторська заборгованість – це сума боргів, які винні підприємству юридичні або фізичні особи та які виникли у результаті господарських взаємовідносин з ними [1].

У сучасній господарській практиці дебіторська заборгованість класифікується за такими видами:

- 1) заборгованість за товари, роботи, послуги, строк оплати яких не настав;
- 2) заборгованість за товари, роботи, послуги, не оплачені в строк;
- 3) заборгованість за векселями одержаними;
- 4) заборгованість за розрахунками з бюджетом;
- 5) заборгованість за розрахунками з персоналом;
- 6) інші види дебіторської заборгованості [2].

Серед перерахованих видів найбільший обсяг дебіторської заборгованості підприємств припадає на заборгованість за товарними операціями (перші три види дебіторської заборгованості). Тому управління дебіторською заборгованістю пов'язано в першу чергу з оптимізацією розміру і забезпеченням інкасації заборгованості покупців за реалізовану продукцію [3].

Значний розмір дебіторської заборгованості свідчить про “замороження” оборотних коштів і зменшення оборотності капіталу, а відтак – про нестійкий фінансовий стан підприємства. Однак, великий розмір дебіторської заборгованості не завжди необхідно оцінювати негативно. Досліджуючи даний вид заборгованості необхідно розрізняти нормальну, сумнівну і безнадійну заборгованість. Наявність двох останніх дійсно говорить про те, що у підприємства можуть виникнути певні фінансові труднощі у недостатку фінансових ресурсів, існує великий ризик непогашення боргів, а відповідно і зменшення прибутків. Тому кожне підприємство повинно бути зацікавлено у зменшенні строків погашення належних йому до сплати платежів.

Ефективне управління дебіторською заборгованістю сприяє підвищенню прибутку. Для вирішення цієї проблеми керівники корпорації розробляють кредитну політику. Її основні принципи полягають у визначенні:

- 1) стандартів кредитоспроможності покупця (credit standards);
- 2) умов торгівлі (terms of trade);
- 3) політики інкасації (collection policy) [4].

На підприємстві повинен бути присутній контроль за станом дебіторської заборгованості та управління ним. Якщо боржники виявляються несовісними і “забувають” перераховувати кошти за відвантаженим їм товар, або надані послуги, виконані роботи, то підприємству доцільно здійснювати їм “нагадування” [5].

Необхідно встановлювати для дебіторів граничну норму відпуску продукції в кредит. При укладанні договору купівлі-продажу обов’язково необхідно обумовлювати строки та форму оплати продукції. Якщо підприємство (боржник) не здійснює оплату у зазначені терміни, то відповідно повинна нараховуватись пеня.

Для збільшення оборотів підприємства і сприянню зменшення дебіторської заборгованості, суб’єкт підприємницької діяльності може встановлювати можливі знижки за оплату продукції у більш ранні терміни. Такий спосіб особливо популярним є в міжнародній практиці - метод надання знижок за дострокову оплату [6].

Для здійснення контролю за станом дебіторської заборгованості по часу виникнення підприємство може вести аналітичну відомість. Постійне ведення таких відомостей дасть можливість аналізувати дебіторську заборгованість і своєчасно вживати різних заходів по усуненню простроченої заборгованості.

Отже роль управління дебіторською заборгованістю на підприємстві завжди є великою. Адже якщо воно ефективне, то платежі здійснюються своєчасно, що призводить до зменшення безнадійних боргів, збільшується оборотний капітал, що призводить до зростання ефективності діяльності підприємства. Також ефективне управління дебіторською заборгованістю сприяє підвищенню прибутку.

Список використаних джерел:

1 Стоун Д. Бухгалтерский учет и финансовый анализ. пер. с англ. Ю.А. Огибин, Г.А. Огибин. М.: Сирин. 1998. 302 с.

2 Гудзь Н.В., Денчук Р.В., Романів Р.В. Бухгалтерський облік. 2-у вид, Навч. посіб. «Центр учбової літератури». 2016. 424с.

3 Шохін Е.І. Короткий курс лекцій з дисципліни «Фінансовий менеджмент». URL: https://studme.com.ua/1854051611434/finansy/investitsionnaya_strategiya_predpriyatiya.htm#85 (дата звернення: 06.11.2020)

4 Суторміна В.М. Фінанси зарубіжних корпорацій. Підручник. К.: КНЕУ. 2004. 566 с.

5 Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі. Житомир ПП «Рута» 2002.

6 Голов С. Ф., Костюченко В. М. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарі. К.: Лібра. 2001.

Балдіна Н.В.

магістрант кафедри

міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

Ширяєва Н.В.

кандидат технічних наук, доцент кафедри

міжнародного бізнесу та фінансів

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

ВИБІР СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ВИХОДУ ЗА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Зовнішньоекономічні зв'язки стають все більш помітною частиною господарської діяльності підприємств. Зростає зацікавленість у співробітництві з партнерами із зарубіжних країн. У цих умовах все більше керівників організацій та підприємств потребують інформації про міжнародний ринок, його структуру та шляхи виходу за межі власної країни.

На міжнародному ринку панує наймовірно жорстка конкуренція. Саме тому вихід підприємства можливий лише за умови використання сучасних методів управління.

Міжнародний ринок висуває додаткові вимоги до керівництва, а експортно-імпортна політика потребує більш специфічного підходу до підтримання конкурентоспроможності продукції та фірми безпосередньо; більш старанного дотримання принципів і методів маркетингу.

В умовах глобалізації зовнішньоекономічна діяльність виступає основним компонентом еволюційного розвитку підприємства. Довгий час в економічній літературі поширювалась думка про те, що глобалізація і є одна зі стратегій підприємств, яка має на меті завоювання зовнішніх ринків.