

Антипова Алина Михайловна

студентка

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

Ахматалиева Айзада Айтибековна

студентка

Торгово-экономический институт

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

Полякова Ирина Александровна

доцент, преподаватель

Торгово-экономический институт

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

***Аннотация:** в данной работе раскрыта сущность дебиторской и кредиторской задолженности. Авторами предложены мероприятия по оптимизации данных статей баланса.*

***Ключевые слова:** дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, учет, поставщик, покупатель.*

В настоящее время экономика России испытывает трудности из-за перестройки всего мирового порядка, что проявляется, прежде всего, в возникновении инфляционных процессов, которые ведут к росту задолженности на предприятиях практически во всех отраслях хозяйства. Смягчить данные последствия каждый субъект хозяйствования может путем разработки и осуществления грамотной политики в сфере бухгалтерского учета, а также анализа расчетов.

Расчетные отношения ведут к образованию дебиторской задолженности, которую Н.П. Кондраков определяет как «задолженность других организаций, работников и физических лиц данной организации». Кредиторская задолженность-

«это задолженность данной организации другим организациям, которые называются кредиторами» [1].

Данный вопрос активно рассматривался многими экономистами. Так, В.Б. Ивашкевич, исследуя динамику задолженности на предприятиях, пришел к выводу, что главными факторами, которые влияют на общий объем задолженности, являются: объем продаж в кредит и средняя длительность срока между получением товара и оформлением документов об его оплате. Данную проблему он предлагал решать в разрезе совершенствования учетной информации. Менеджерам предприятия, проводя анализ задолженности, необходимо определять уровень приемлемого риска продажи в долг, который зависит от финансового положения контрагента, его конкурентоспособности, структуры капитала и прочих условий. Ивашкевич, для решения данной проблемы, предлагает создание бухгалтерией рейтинга платежеспособности контрагентов. Это позволит не только систематизировать весь объем учетной информации, но и разработать индивидуальную товарную политику в отношении каждого контрагента [2].

Л.Т. Гиляровская утверждает, что рациональное управление задолженностью требует проведение горизонтального и вертикального анализа баланса. Гиляровская в качестве рекомендаций по управлению задолженностью предлагает использовать на предприятии систему факторинга. Факторинг – процесс продажи дебиторской задолженности специальному агенту – фактору.

Это поможет предприятиям ускорить оборачиваемость задолженности, что обеспечит высвобождение новых средств для последующих торговых операций.

Мы считаем, что регулирование и совершенствования только одного направления по данному вопросу не может решить всех возникающих проблем, ведь для должного усовершенствования учета задолженности на предприятии требуется постоянная работа как в сфере учета, так в сфере анализа и контроля товарных операций. Это подтверждает необходимость создания общего механизма взаимодействия данных отраслей в единой системе управления задолженностью.

Для оптимального управления задолженностью можно предложить следующее:

– разработка специального регистра учета расчетов с контрагентами. Его составление необходимо осуществлять с учетом особенностей деятельности предприятия: насколько часто осуществляются закупки, и на каких условиях. Форма регистра может быть свободной, но обязательными реквизитами будут следующие: наименование контрагента, с которым заключен договор, наименование и номер договора, дату заключения договора, сумму, предъявляемую к оплате, срок оплаты, согласно договору и отметку о фактической оплате. Частота его составления должна зависеть от того, насколько часто предприятие осуществляет товарные операции. Всю информацию, которая будет содержаться в нём, бухгалтерия будет получать на основе договорных документов с контрагентами;

– проведение менеджерами предприятия анализа рынка. Это возможно посредством применения системы ретроспективного анализа.

Он базируется на бухгалтерской и статистической отчетности и позволяет оценить работу объединений, предприятий и их подразделений за месяц, квартал, год нарастающим итогом. Это позволит предприятию отобрать для себя более привлекательных поставщиков и покупателей.

Список литературы

1. Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: Учебник. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Проспект, 2013.
2. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр; Инфра-М, 2011. – 576 с.