

вание данной услуги банк не взимает. Данные опроса показали, что только 14% опрошенных слышали о таком экзотическом виде ДБО, как ТВ-банкинг. И 0% опрошенных используют ТВ-банкинг. Лишь один банк оказывает услуги ТВ-банкинга на данный момент времени – это Белинвестбанк. Данная ситуация выглядит весьма странно, учитывая тот факт, что уже через 3 года вся РБ будет переведена на интерактивное цифровое телевидение. И в отличие от того же И-банкинга и М-банкинга потенциальный круг возможных пользователей данного типа ДБО составит всё население РБ, к тому же людей старших возрастов куда проще будет завлечь ТВ-банкингом, чем куда более сложными для них И-банкингом и М-банкингом. В этой связи является большим упущением для крупных и малых банков их отсутствие в этой нише, с помощью которой в данный момент есть возможность захватить большую долю этого рынка услуг.

Рассмотрев инструменты и технологии осуществления безналичных расчётов, можно сделать следующие выводы:

1) о насыщенности рынка пластиковых карт (их количество превышает количество населения), а также о высоком качественном развитии данного сегмента;

2) о соответствии РБ международным стандартам нагрузки на оборудование по приёму карточек (этот показатель по платёжным терминалам лучше принятых стандартов, по нагрузке на инфокиоски и банкоматы наблюдается небольшое отставание);

3) о высокой степени технической развитости белорусской системы единого расчётного и информационного пространства.

В связи с вышеизложенным, считаю, что основными направлениями развития безналичного расчёта по розничным платежам должны быть: современные виды ДБО (мобильный-банкинг, ТВ-банкинг и т.д.), а также развитие таких инструментов платежа, как электронные деньги и интернет-эквайринг.

Необходимые меры для развития безналичного расчёта:

- крупные банки должны более активно развивать современные виды оплаты за услуги и товары;

- необходимость более активной работы банков в нише интернет-эквайринга и электронных денег, а также ДБО;

- усовершенствование и доработка законодательной базы;

- повышение финансовой грамотности и информированности населения о доступности, безопасности и надёжности современных электронных платёжных инструментов, средств платежа и технологий ДБО;

- реализация мер по популяризации безналичных форм расчёта среди населения (социальные акции, рекламные акции банков, бонусные программы, кампании через СМИ и др.);

- создание банками и организациями более привлекательных условий для расчётов в безналичной форме по сравнению с расчётами наличными денежными средствами.

УДК 657.432

Божук А.Г.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т.В.

СИСТЕМА КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

На сегодняшний день ни одна организация, осуществляющая хоть какую-нибудь коммерческую деятельность, не может обойтись без возникновения дебиторской задолженности. Как только отгружен товар, оказаны услуги или выполнены определенные работы

покупателю, а денежные средства еще не поступили поставщику, автоматически возникает дебиторская задолженность. Но в современных рыночных условиях существует тенденция увеличения неоплаченных покупателями выставленных поставщиками счетов или же их оплаты не в указанный в договоре срок. Это может привести к увеличению дебиторской задолженности, что в свою очередь приведет к нарастанию дефицита оборотных средств, а это уже грозит платежеспособности самой компании в целом. Поэтому, на наш взгляд, актуальным сегодня является развитие мировыми компаниями, и в особенности белорусскими, системы комплексного управления дебиторской задолженностью.

Естественно, главной целью данной темы является повышение оборачиваемости и снижение дебиторской задолженности за счет уменьшения средних сроков ее погашения на основании различных способов, применяемых в комплексном управлении дебиторской задолженности.

Для достижения данной цели предлагается сформировать определенную более или менее универсальную методику комплексного управления дебиторской задолженностью. Изложение данной методики необходимо начать по следующим причинам:

- 1) дебиторская задолженность носит массовый и распространенный характер;
- 2) дебиторская задолженность принадлежит к числу достаточно подвижных и быстро реализуемых активов предприятия;
- 3) подвижность ДЗ и распространенность операций по ней делают этот участок хозяйственной деятельности предприятия наиболее уязвимым с точки зрения различных нарушений и злоупотреблений;
- 4) с помощью ДЗ предприятие наращивает объем производства, входит в новый рынок, привлекает покупателя, создает и повышает имидж компании;
- 5) правильно построенная система управления ДЗ влияет на финансовый цикл предприятия, кругооборот доходов и расходов, который олицетворяет всю экономику.

Комплексное управление дебиторской задолженностью, на наш взгляд, может быть представлено определенными блоками задач, решение которых в конечном итоге сможет привести к достижению поставленной цели. Итак, методика управления ДЗ должна включать (рисунок 1):

0. Так называемый нулевой этап – анализ существующих данных на предприятии о состоянии ДЗ и оборотных активов в целом. Этот этап является базисным, и с него необходимо начинать построение методики управления всеми предприятиями, которые осуществляют свою деятельность некоторый период времени. Если же организация только начинает свою деятельность, то можно начать с первого этапа.

1. Постановку стратегических целей и решение тактических задач. На этом этапе предлагается разработать блок сбалансированной системы показателей (ССП, англ. – Balanced Scorecard (BSC)) – это механизм взаимосвязи стратегических замыслов и решений с ежедневными задачами, способ направить деятельность всей компании на достижение этих задач. Блок СПП должен исходить из ключевых показателей эффективности (англ. – Key Performance Indicator (KPI)) – те цели, под которые надо работать. К примеру, стратегией относительно управления дебиторской задолженностью может быть ускорение ее оборачиваемости. Блок СПП применительно к управлению дебиторской задолженностью может включать следующие основные компоненты:

а) Клиенты. Главная цель здесь – поддержание и повышение имиджа организации как постоянно обновляющейся системы, тем самым привлекая клиентов и увеличивая объем отгрузок. KPI в данном случае – удельный вес новых товаров и услуг в продажах (контрольным показателем можно поставить, к примеру, долю товаров моложе одного года на уровне 30%).

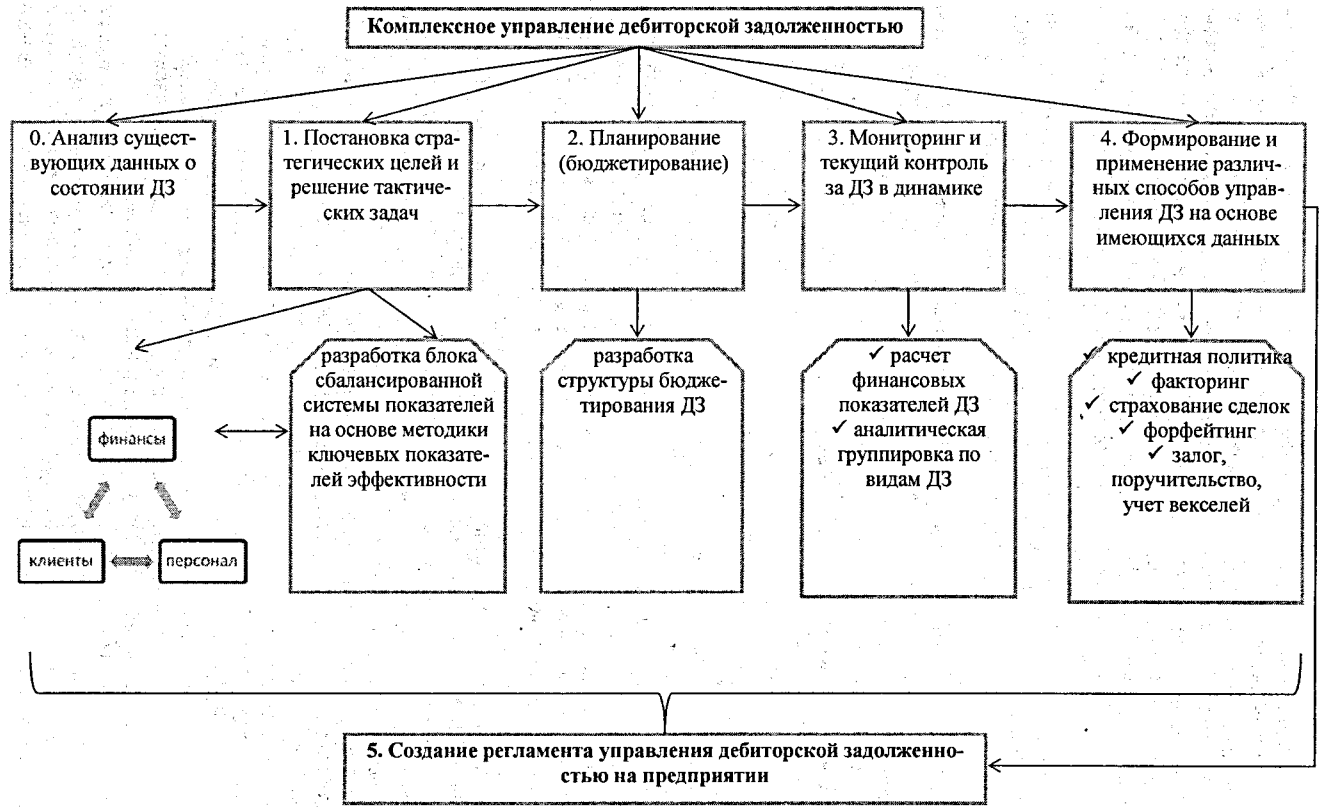


Рисунок 1 – Схема комплексного управления дебиторской задолженностью на предприятии
Источник: собственная разработка

b) Финансы. Цель – достижение определенной нормы прибыли на капитал, к примеру, выше средней по отрасли, которая будет достигаться сокращением периода оборачиваемости дебиторской задолженности. Ключевым показателем здесь будет рентабельность капитала, а контрольное значение можно установить, например, на уровне 25%.

с) Персонал (менеджеры по продажам и маркетинговый отдел). В общем-то цель любой компании по отношению к этому компоненту ССП – повышение удовлетворенности сотрудников. KPI может быть индекс удовлетворенности сотрудников.

Эти взаимосвязанные компоненты оказывают двустороннее влияние на величину дебиторской задолженности, они должны находить определенный баланс в достижении своих целей (менеджеры по продажам желают заключить максимальное количество договоров с клиентами, а финансовый компонент, наоборот, желает снизить дебиторскую задолженность).

Это лишь примерные компоненты ССП, которые могут рассматриваться в комплексном управлении дебиторской задолженности. Каждая организация в зависимости от сферы деятельности, отрасли, наличия ресурсов должна будет сама дополнять данные компоненты.

Управление дебиторской задолженностью должно быть согласовано со всеми целями и задачами каждого компонента сбалансированной системы показателей. Стратегия снижения периода ее оборачиваемости превращается в тактические цели, которые описаны ключевыми показателями эффективности.

2. Блок задач касательно планирования. Планирование дебиторской задолженности может реализоваться через ее бюджетирование, т.е. составление определенных денежных потоков, которые будут осуществляться в определенном планируемом периоде. Этот этап очень важен, потому что именно здесь закладывается планируемая сумма дебиторской задолженности, на основании которой будут осуществляться инвестиции.

3. Мониторинг и текущий контроль в динамике. На этом этапе предприятие должно рассчитывать конкретные финансовые показатели состояния дебиторской задолженности по сравнению с предыдущими периодами. Рекомендуется также группировать данные показатели в разрезе аналитических групп:

- по срокам – до 10, до 20, 30 дней и т.д. Если существует определенная скидка покупателю, к примеру, 3/10 netto 30, то целесообразно делать разбивку до 10 дней, 10-30 дней, более 30 и т.д.;

- по видам продукции;
- по субъектам (юридические, физические лица, государство);
- по способу расчета (наличные, безналичные, векселя, аккредитив);
- по регионам и т.д.

4. Формирование и применение способов управления дебиторской задолженностью. На сегодняшний день существует достаточное количество различных способов, применяемых в управлении дебиторской задолженностью:

- кредитная политика организации, включающая в себя широкий спектр различных механизмов и условий, таких как процентные скидки за ранние сроки погашения задолженности (т.н. спонтанное финансирование), стандарты оценки покупателей на основе их кредитной истории (т.н. статусы покупателей);

- факторинг – деятельность специализированного учреждения (факторинговой компании или факторингового отдела банка) по взысканию денежных средств с должников своего клиента (промышленной или торговой компании) и управлению его долговыми требованиями;

- страхование сделок;

- форфейтинг;
- залог, поручительство, учет векселей и др.

Но наиболее интересным и перспективным способом достижения поставленной цели (ускорения оборачиваемости ДЗ), на наш взгляд, является «спонтанное финансирование». Данный способ позволяет, во-первых, увеличить объем продаж уже за счет предоставления отсрочки покупателям; во-вторых, предоставляет выход на новые рынки продаж; в-третьих, позволяет уменьшить срок погашения ДЗ на взаимовыгодных условиях и, как следствие, повысить прибыль предприятия.

5. Заключительным блоком задач в системе управления ДЗ предполагается создание (написание) в организации документа, который бы прописывал все данные механизмы комплексного управления дебиторской задолженностью, так называемый «Регламент управления ДЗ».

В данной работе был использован принцип «от общего к частному», т.е. была произведена попытка создать общий каркас системы комплексного управления ДЗ на предприятии, каждый элемент которого требует отдельного анализа и изучения.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. www.sgqconsulting.ru
2. www.modernlib.ru
3. www.cfin.ru
4. www.center-yf.ru
5. Ивашкевич, В.Б. Учет и анализ дебиторской и кредиторской задолженности / В.Б. Ивашкевич, И.М. Семенова – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2008. – 192 с.

УДК 06.81.30

Боярчук А.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г.

ВЛИЯНИЕ АРЕНДНОЙ СТАВКИ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

Введение

В Республике Беларусь, как и во всем мире, проблемы есть у всех. Они разные, жизненно важные и сиюминутные, финансовые и этические... не обходят трудности и малый бизнес в РБ. Собственно, малому бизнесу в РБ достается довольно много проблем – такая уж это сфера. Небольшое предприятие не так защищено от финансовых невзгод, как крупная корпорация, не так легко сворачивается, как, например, бизнес индивидуального предпринимателя, и всегда находится меж двух огней: государству выгодно и налоги большие получить, и развитие бизнеса как-то поддержать.

О проблемах малого бизнеса в Беларуси говорят достаточно много, некоторые из них решаются, например, мероприятиями Государственной программы поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь [1]. Однако снова и снова мы видим серьезные затруднения, мешающие развитию малого бизнеса в Беларуси, среди которых недостаточный уровень поддержки бизнеса со стороны государства, нехватка денег (инвестиций и кредитов), недостаточная правовая база. Среди названных проблем с апреля 2013 г. выявлена еще одна – это арендная стоимость.

Цель исследования заключается в определении оптимальной арендной ставки для субъектов малого бизнеса.

Основная часть

Западные экономисты определяют предпринимательство как процесс поиска новых возможностей, внедрение новых способов производства, открытость к новым перспекти-