

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

А.С. Кюрджиев, Є.Є. Іонін

Анотація. У статі проаналізовано вітчизняну та зарубіжну практику ведення обліку дебіторської заборгованості, досліджено її класифікацію, види знижок. Особливу увагу приділено питанням управління дебіторської заборгованості.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, чиста вартість, безнадійний борг, оцінка, знижки.

Постановка проблеми. Дебіторська заборгованість виступає важливою складовою діяльності будь-якого підприємства. Між підприємствами виникають різні умови купівлі товарів, надання послуг. Протягом виробничого циклу підприємство прагне якнайшвидше реалізувати свою продукцію, однак у контрагентів в цей час може не бути вільних коштів в обороті. Таким чином, виникає дебіторська заборгованість. Значний вплив дебіторської заборгованості на діяльність та фінансові результати підприємства вимагає постійного дослідження та прийняття оптимальних рішень.

Досліджуючи особливості обліку дебіторської заборгованості у зарубіжних країнах поняття обліку дебіторської заборгованості за кордоном трактується неоднаково, але сутність залишається незмінною. Зокрема, зобов'язання покупців чи інших контрагентів бізнесу перед компанією визнається дебіторською заборгованістю як в Україні, так і в зарубіжних країнах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідження методології обліку дебіторської заборгованості в зарубіжних країнах суттєвий вклад зробили відомі вітчизняні вчені: Бенько І. Д., Бондаренко О. С., Бутинець Ф. Ф., Губачова О. М., Єфіменко В. І., Лук'яненко Л. І., Лучко М. Р., Новицький В. Є. та інші [3].

Мета дослідження. Метою дослідження є висвітлення теоретичних підходів до управління дебіторською заборгованістю в системі національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», національні стандарти бухгалтерського обліку не повинні суперечити міжнародним. Але, на відміну від українських П(С)БО, МСФЗ не передбачають єдиного стандарту, що регулює облік дебіторської заборгованості. Питання щодо обліку дебіторської заборгованості регулюється міжнародними стандартами, серед яких: МСФЗ 1 «Подання фінансових звітів», МСФЗ 32 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка». Таким чином, в обліку інформація щодо дебіторської заборгованості та розкриття її у фінансовій звітності підприємства в Україні формується згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість».

Відповідно до П(С)БО 10, дебіторська заборгованість – це сума заборгованості, пов'язана з необхідністю функціонування підприємств, встановленням ними господарських відносин з постачальниками, покупцями та іншими організаціями. Такі зв'язки забезпечують безперервне постачання виробництва, ритмічність відвантаження і реалізації продукції покупця [2].

В міжнародному обліку, дебіторська заборгованість поділяється на поточну заборгованість та не поточну (довгострокову).

Останню в окремих країнах, наприклад, ОАЕ, поділяють на середньострокову та довгострокову.

Дебіторська заборгованість в балансі зарубіжної компанії, зокрема в країнах англо-американської системи обліку класифікується:

– рахунки до отримання – вид дебіторської заборгованості, яка існує в результаті надання короткострокового кредиту, так званого «відкритого рахунку» продавцем покупцю. За нормальних умов, кошти по рахунку повинні бути отримані протягом 30-60 днів;

- векселі до отримання;
- дебіторська заборгованість, не пов'язана з реалізацією.

В естонському балансі дебіторська заборгованість відображається таким чином:

- дебіторська заборгованість дочірніх та материнських підприємств;
- дебіторська заборгованість пов'язаних підприємств;
- розрахунки з акціонерами;
- інша короткострокова дебіторська заборгованість [5].

В зарубіжній системі обліку дебіторська заборгованість по рахунках оцінюється та відображається в звітності за чистою вартістю реалізації. Чиста вартість в США обчислюється шляхом сумування всієї дебіторської заборгованості за вирахуванням знижки та безнадійної дебіторської заборгованості.

Проблема визнання дебіторської заборгованості за рахунками обумовлена існуванням знижок, які розділені на дві групи, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1– Види знижок у зарубіжному обліку

| № п/п | Назва | Характеристика |
|-------|----------------------------|--|
| 1. | Торгівельні знижки | процентні знижки від базисної ціни. При розпродажі, для постійних клієнтів, які не викликають облікових проблем |
| 2. | Знижки за сплату в терміни | процентні знижки, що надаються в залежності від строку сплати. Проблемність обліку в тому, що не ясно отримає покупець знижку чи ні, до того моменту, поки він не сплатить за товар. Такого типу знижки надаються з метою змусити покупця сплатити рахунок до закінчення встановленого в договорі терміну. |

В зарубіжній літературі безнадійною вважається дебіторська заборгованість, яка, ймовірно, ніколи не буде сплачена.

Знижка за оплату в термін створює проблему визнання дебіторської заборгованості. В зарубіжній практиці, переважно в системі загальних принципів бухгалтерського обліку Сполучених Штатів Америки, існують два методи відображення таких знижок в бухгалтерському обліку:

1) *Валовий метод*. Найбільш широко використовується на практиці. Суть цього методу полягає в тому, що сума продаж та дебіторська заборгованість записується на загальну валову, без знижки, суму виставленого рахунку. Знижки відображаються лише тоді, коли здійснюється оплата протягом періоду дії знижки. Для їх запису використовується контррахунок до рахунку «Продаж», який в кінці року відображається в «Звіті про прибутки та збитки» як коригувальна стаття до загальної величини виручки від продаж. Іншою коригувальною статтею є рахунок «Повернення товарів та знижки», який також має дебетове сальдо та відображає інформацію про суму повернених товарів або інших наданих знижок.

2) *Чистий метод*. При використанні цього методу знижка, не отримана покупцем, трактується як «штраф», який він повинен сплатити за придбання товару в кредит, а не за готівковий розрахунок, пізніше періоду дії знижки [4].

В Італії дозволено щорічно відносити на резерв сумнівних боргів 0,5 % загального обсягу дебіторської заборгованості, а коли обсяг резерву дорівнює 5 %, подальше його збільшення забороняється.

В Естонії сума сумнівного боргу списується на витрати незалежно від того, застосовані до неї заходи по стягненню чи ні. Відмінністю естонського обліку від українського є те, що безнадійна дебіторська заборгованість, яка раніше була чи не була переведена у витрати, списується з балансу без відображення суми безнадійного боргу на

позабалансовому рахунку. Крім дебіторської заборгованості покупців в балансі відображається інша заборгованість (рис. 1.).

За даними рис. 1 в балансі підприємств Естонії передбачається відображення дебіторської заборгованості дочірніх та материнських підприємств, дебіторської заборгованості пов'язаних підприємств, а також розрахунки з акціонерами та інша дебіторська заборгованість. Наведена деталізація складових дебіторської заборгованості підвищує інформаційне наповнення даних фінансової звітності для прийняття управлінських рішень.

В Україні дебіторська заборгованість поділяється на такі види:

- довгострокова – та, яка не виникає у ході нормального операційного циклу і буде погашена після 12 місяців з дати балансу;
- поточна – визнається та, яка виникає у ході нормального операційного циклу, або буде погашена протягом 12 місяців з дати балансу.



Рис. 1. Класифікація дебіторської заборгованості за балансом в Естонії

З метою складання фінансової звітності, дебіторська заборгованість підприємства класифікують за такими ознаками:

1. За зв'язком з нормальним операційним циклом.
2. За термінами погашення.
3. За своєчасністю погашення дебіторської заборгованості [2].

Відповідно до П(С)БО 10, дебіторська заборгованість визнається активом у разі, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигід і її сума може бути достовірно визначена.

В США компанії при списанні дебіторської заборгованості по рахунках можуть передавати свою дебіторську заборгованість третій особі, «ліквідувавши» її таким чином та отримавши певну суму грошей. Так, якщо здійснюється передача дебіторської заборгованості по рахунках під заставу, то власник дебіторської заборгованості позичає гроші кредитора, виписуючи звичайний вексель та передаючи під заставу дебіторську заборгованість в якості забезпечення. Якщо він не зможе оплатити вексель до зазначеної дати, то до кредитора переходить право конвертації відданої під заставу дебіторської заборгованості в гроші.

У випадку, якщо здійснюється продаж дебіторської заборгованості по рахунках, компанія може продавати право на отримання грошей по дебіторській заборгованості

факторинговій фірмі. Як правило, факторингові фірми за свої послуги беруть комісійні 1% та більше від суми дебіторської заборгованості, що придбається.

Наявність безнадійного боргу призводить до втрати виручки від продажу або до збитку, і вимагає відповідного зниження величини дебіторської заборгованості по рахунках та зменшення прибутку.

Існування певного обсягу дебіторської заборгованості в українських підприємствах в ринковій економіці вважається об'єктивним явищем в господарському процесі, якщо контрагенти підприємства-кредитора виконують свої фінансові зобов'язання згідно з умовами, визначеними договірними відносинами. Але, якщо з боку дебіторів починається уникання виконання своїх фінансових зобов'язань в повному обсязі та у встановлені терміни, це призводить до порушення розрахунково-платіжної дисципліни, сприяє уповільненню кругообігу грошових коштів, погіршенню фінансового стану підприємства-кредитора та неспроможності останнього відповідати за своїми фінансовими зобов'язаннями.

Механізм управління дебіторською заборгованістю в Україні спирається на використання різноманітних методів щодо зменшення простроченої або сумнівної дебіторської заборгованості, зокрема [5]:

- психологічні – нагадування по телефону, факсу, пошті, використання ЗМІ чи поширення інформації серед суміжних постачальників, що загрожує боржнику втратою іміджу;
- економічні – фінансові санкції (штраф, пеня, неустойка), передача в заставу майна і майнових прав, призупинення постачання;
- юридичні – претензійна робота, досудове переписування, подача позову в Господарський суд;
- альтернативні інструменти – взаємозалік, реструктуризація, погашення дебіторської заборгованості шляхом врахування платежів до бюджету.

Особливими є інструменти, що можуть використовуватись в управлінні заборгованістю: процес клірингу, факторинг, форфейтинг, облік векселя, застава, аутсорсинг, надання замовникам знижок, реструктуризація заборгованості.

На наш погляд, важливою складовою механізму є контроль та коригувальні дії з внесення змін до управління дебіторською заборгованістю. Контроль, моніторинг та внесення коректив не лише останній, а й важливий елемент, який впливає на стан фінансової стабільності підприємства за рахунок внесення необхідних коректив.

Важливу увагу в процесі ефективного управління дебіторською заборгованістю слід приділяти попереджувальним діям, що спрямовані на недопущення виникнення невинуватої заборгованості, яка загрозувала б фінансовому стану суб'єкта господарювання, і має здійснюватися цим суб'єктом власними силами. Зокрема, до таких дій належать:

1. Ефективно розроблена кредитна політика підприємства.
2. Попередній аналіз платоспроможності потенційних контрагентів.
3. Своєчасний контроль за виникненням дебіторської заборгованості.

Для забезпечення належного контролю за погашенням дебіторської заборгованості зарубіжних країн ведуться окремі рахунки для кожного покупця товарів або послуг у кредит, а також застосовуються спеціальні журнали:

- ✓ журнал обліку продажу з відстрочкою платежу;
- ✓ журнал обліку придбань з відстрочкою платежу;
- ✓ журнал обліку грошових надходжень;
- ✓ журнал обліку грошових виплат [3].

Цікавим є те, що у зарубіжних країнах спеціальні журнали не стандартизовані. Вони пристосовуються для задоволення потреб кожного конкретного підприємства. Деякі компанії замість журналів обліку грошових виплат і надходжень для контролю за

грошовими операціями використовують систему ордерів, яка більше пристосована до комп'ютеризації обліку, ніж журнальна система [3].

Досить важливим є і розкриття інформації щодо відображення дебіторської заборгованості у фінансовій звітності.

Так, за національними стандартами бухгалтерського обліку (П(С)БО 10 дебіторська заборгованість відображається у формі 1 «Баланс» та формі 5 «Примітки до річної фінансової звітності». У Балансі дебіторська заборгованість відображається за чистою реалізаційною вартістю.

У Примітках до фінансової звітності наводиться:

- перелік дебіторів і суми довгострокової дебіторської заборгованості;
- перелік дебіторів і суми дебіторської заборгованості пов'язаних сторін, з виділенням внутрішньогрупового сальдо дебіторської заборгованості;
- склад і суми статті балансу «Інша дебіторська заборгованість»;
- метод визначення величини резерву сумнівних боргів;
- сума поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги в розрізі класифікації заборгованості за строками непогашення;
- залишок резерву сумнівних боргів за кожною статтею поточної дебіторської заборгованості, його утворення та використання в звітному періоді.

Міжнародні стандарти прямо не вимагають відображення дебіторської заборгованості в балансі, за винятком резерву сумнівної заборгованості. Але для визначення величини дебіторської заборгованості, яка відображається в балансі, необхідно:

- ✓ протестувати дебіторську заборгованість на предмет знецінення, тобто списати однозначно безнадійну заборгованість;
- ✓ для дебіторської заборгованості, яка залишилася, нараховується резерв сумнівної заборгованості, який відображає можливу ймовірність несплати рахунків, і вирахувати даний резерв із величини дебіторської заборгованості [6].

Критерії аналізу дебіторської заборгованості за МСФЗ дещо відрізняються від національних стандартів за МСФЗ 1 «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності». Аналіз дебіторської заборгованості має такі складові: *покупці, інші члени групи, пов'язані сторони, авансовані платежі, інші суми*.

Висновки. Облік дебіторської заборгованості на підприємстві потребує особливої уваги, поступового вирішення проблем та розробки індивідуального підходу до дебіторів підприємства. Важливим є заздалегідь передбачити та не допустити надмірного зростання дебіторської заборгованості тому, що саме ефективне управління дебіторською заборгованістю відноситься до необхідних умов успішної діяльності підприємства, оскільки воно створює передумови для швидкого зростання бізнесу і збільшення фінансових можливостей підприємства.

Досліджуючи особливості обліку дебіторської заборгованості у зарубіжних країнах поняття обліку дебіторської заборгованості за кордоном трактується неоднаково, але сутність залишається незмінною. Зокрема, зобов'язання покупців чи інших контрагентів бізнесу перед компанією визнається дебіторською заборгованістю як в Україні, так і в зарубіжних країнах. Відмінність полягає у врахуванні наданих знижок та розмежуванні дебіторської заборгованості з фінансовими активами, що у вітчизняній практиці передбачає розгляд окремими активами.

В зарубіжній практиці питання облікового відображення дебіторської заборгованості регулюються МСФЗ 1, МСФЗ 32, МСФЗ 39. Облік дебіторської заборгованості в Україні регулюється чітко визначеним нормативом – П(С)БО 10, положення якого в певній мірі відрізняються від запропонованих у міжнародних стандартах.

Вітчизняна практика запозичення зарубіжного досвіду надання знижки вимагає адаптації вітчизняної методики відображення знижок з відмовою від використання субрахунку 285 «Торгова націнка» та розробки або окремого субрахунку, або субрахунку

наступних порядків у складі дебіторської заборгованості. Наведені пропозиції дозволять збільшити інформаційне забезпечення даних бухгалтерського обліку щодо обсягів та очікуваного зменшення дебіторської заборгованості для цілей управління.

Аннотация. В статье проанализированы отечественная и зарубежная практики ведения учета дебиторской задолженности, исследована ее классификация, виды скидок. Особенное внимание уделено вопросам управления дебиторской задолженностью.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, чистая стоимость, безнадежный долг, оценка, скидки.

Abstract. The domestic and foreign practices of receivables` accounting are analyzed in the article. The receivables` classification and types of discounts are investigated.

Particular attention is paid to the management of receivables.

Key words: receivables, net value, bad debt, valuation, discounts.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. №996-XIV.
2. П(С)БО № 10 «Дебіторська заборгованість» затверджене наказом Міністерства Фінансів України від 8 жовтня 1999 р. № 237.
3. Белокоз О. Відмінності між вітчизняними та міжнародними підходами до оцінки дебіторської заборгованості торговельних підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2016. № 3. С. 197–201.
4. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Киев: Ника-Центр Ельга, 2004. 656 с.
5. Бондаренко О.С. Сучасні підходи до обліку дебіторської заборгованості у вітчизняній та зарубіжній практиці. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 18. С. 36–39.
6. Скорба О.А. Облік дебіторської заборгованості в Україні та за кордоном. Матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. «Honoris High School – 2009». 2009. Т.2. С. 22–25.
7. Соловей Н.В., Маліношевська К.І. Проблеми обліку дебіторської заборгованості. *Ефективна економіка*. 2016. № 17.

УДК 658.8

ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

С. В. Пытайло, А. В. Таранич

Аннотация. В работе рассмотрены теоретические аспекты латерального маркетинга как инновационной технологии, сферы его применения и основные методы.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, технологии, латеральный маркетинг.

Рассматривая технологии и инструменты маркетинга, можно говорить о том, что на сегодняшний день все они направлены на успешную рыночную деятельность фирмы. От правильно выбранного метода и способа, как правило, зависит не только занимаемая доля на рынке, но и деятельность в целом.

В настоящее время, вследствие того что традиционные инструменты маркетинга уже не так эффективно работают как раньше, компании вынуждены разрабатывать инновационные технологии воздействия на рынок. Кто-то инвестирует средства в рекламные и PR-кампании, рассчитывая на то, что их помощью максимально выделить товар (предприятие) на фоне других конкурентов, например, за счет нетрадиционных способов воздействия на потребителей (нейромаркетинг, «незавершенный гештальт», партизанский маркетинг) [1]. Иные компании разрабатывают новые маркетинговые инструменты и технологии, что позволяет им повысить конкурентоспособность, в том числе за счет стратегических альянсов с конкурентами, партнерский маркетинг, развитие государственно-частного партнерства [2].

Поэтому при планировании маркетинговой деятельности, в том числе при разработке нового товара, следует разнообразными способами выходить за рамки стандартного