

## ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ

(Представлено к.е.н, доц. Савченко Н.М.)

*У статті розглянуто обліково-інформаційне забезпечення управління розрахунками з покупцями і замовниками. Важливим є розгляд методу факторингу, як засобу рефінансування заборгованості за розрахунками з покупцями і замовника. Наведено критерії рейтингової оцінки покупців та замовників, досліджено етапи рейтингової оцінки.*

**Ключові слова:** *покупці та замовники, рефінансування, факторинг, рейтингова оцінка, дебіторська заборгованість*

**Постановка проблеми.** Ефективна система управління розрахунками з покупцями і замовниками необхідна для зміцнення фінансового стану, що, в свою чергу, має сприяти зростанню обсягу продажів, прибутку і підвищення конкурентоспроможності підприємства. Реалізація цих завдань можлива тільки при наявності повної, достовірної та своєчасної інформації про стан розрахунків з покупцями і замовниками.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Формування обліково-інформаційного забезпечення управління розрахунками із покупцями та замовниками розглядали такі вчені як О.І. Власова, Г.О. Куденко, Н.М. Новікова, К.С. Сурніна, В.В. Храпкіна, Л.В. Черненко, В.Ф. Палій, М.В. Кужельний, В.Г. Лінник, Я.В. Соколова та ін. Однак, деякі питання щодо формування обліково-інформаційного забезпечення управління розрахунками із покупцями та замовниками є дискусійними. Одним із таких питань є рейтингова оцінка за розрахунками з покупцями зі замовниками.

**Метою статті** є дослідження теоретичних аспектів формування обліково-аналітичної інформації забезпечення управління розрахунками з покупцями та замовниками.

**Викладення основного матеріалу.** У процесі своєї діяльності підприємство може реалізувати матеріальні цінності, і надавати послуги. На цій стадії виникають розрахункові відносини з покупцями та замовниками. Однак, покупці не завжди вчасно розраховуються і тоді на підприємстві можуть вдатися до методів рефінансування такої заборгованості. Одним із таких методів є факторинг, який являє собою продаж права грошової вимоги.

У ст. 1077 Цивільного кодексу України сказано, що за договором факторингу одна сторона передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другій стороні за плату (у будь-який передбачений договором спосіб), а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи.

У факторинговій операції беруть участь 3 особи (рис. 1): 1) фактор (факторингова компанія або банк) – організація, що купує рахунки-фактури у своїх

клієнтів; 2) клієнт (постачальник) – підприємство, що отримує факторингові послуги; 3) боржник – підприємство, що купує товар на умовах комерційного кредиту [3, с. 321].

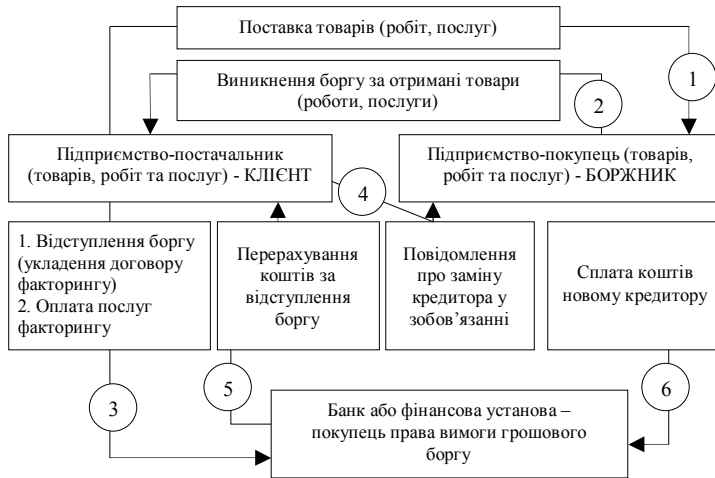


Рис. 1. Схема факторингової операції

За час існування факторингу в Україні було виділено ряд переваг та можливостей, які він надає поряд з іншими інструментами рефінансування [2, с. 59]: гарантована відсутність іммобілізації оборотних коштів у дебіторську заборгованість; відсутність застави; прискорення оборотності коштів; розширення клієнтської бази та встановлення стабільних відносин з покупцями, які матимуть можливість закупати товар з відстрочкою оплати.

Для правильного відображення факторингових операцій в бухгалтерському обліку необхідно враховувати який саме це вид факторингу: з правом регресу чи з відсутністю права регресу.

Факторинг з правом регресу – це факторинг, при якому постачальник бере на себе кредитний ризик по відношенню до дебіторської заборгованості, переуступленої фактору, тобто в разі відсутності оплати з боку покупця (дебітора) постачальник зобов'язується викупити у фактора дебіторську заборгованість. У свою чергу, факторинг без права регресу – це факторинг, при якому фактор бере на себе ризик щодо одержання грошових коштів від покупців. Таким чином, при здійсненні факторингу без права регресу клієнт передає своє право одержання боргу від боржника фактору. Фактор стає власником неоплачених боргових вимог і бере на себе ризик їх несплати [5, с. 165].

Отже, коли договір факторингу укладається з правом регресу, то клієнт виступає поручителем перед фактором за виконання дебіторами своїх зобов'язань. В протилежному випадку при здійсненні факторингу без права регресу фактор бере на себе ризик щодо одержання грошових коштів від покупців.

Для того, щоб прийняти рішення про продаж грошової вимоги, на нашу

думку, необхідно здійснити рейтингову оцінку клієнта, адже краще вдатися до рефінансування, аніж втратити покупця, який може перейти до конкурента, особливо коли це іноземні покупці. Крім того, експортери, отримавши на себе ліміт по факторингу, мають можливість істотно поліпшити діючі умови поставок від імпортерів. В цілому факторинг сприяє зростанню міжнародної торгівлі, робить відносини між контрагентами більш відкритими і довірчими, дозволяє компаніям виходити на ринки інших країн і розвивати торгівлю з новими партнерами в цих країнах.

Основними критеріями рейтингової оцінки покупців і замовників при прийнятті управлінського рішення щодо здійснення операцій з продажу грошових вимог та укладенні договору факторингу мають бути (рис. 2) [4, с. 199]:

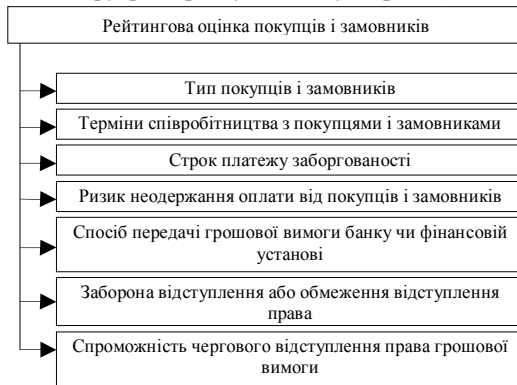


Рис. 2. Критерії рейтингової оцінки покупців і замовників

При проведенні рейтингової оцінки покупців і замовників необхідно дотримуватись певних етапів. На першому етапі проводиться збір та обробка вихідної інформації за певний період. Для збору та аналітичної обробки вихідної інформації за певний період вважаємо за доцільне використовувати Звіт про рейтингову оцінку покупців і замовників, який має будуватись на підставі договорів і даних бухгалтерського обліку по рахунках 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» [5, с. 167]. Обґрунтування системи показників, які використовуються для рейтингової оцінки покупців і замовників відбувається на другому етапі. Третій етап – розрахунок підсумкового показника рейтингової оцінки. На четвертому етапі покупців і замовників класифікуються відповідно до рейтингу.

Дебітори можуть бути класифіковані за такими групами: групи ризику, групи безпеки та групи благополуччя. Віднесення тих чи інших дебіторів до відповідної групи має стати підставою прийняття управлінського рішення щодо здійснення операцій з відступлення грошових вимог та укладення договору факторингу.

**Висновки.** Отже, для прискорення переведення заборгованості з покупцями та замовниками у грошову форму оборотних активів на підприємстві можуть застосовувати сучасні форми обліково-інформаційного забезпечення через рефінансування, до яких належить і факторинг. Факторинг дає гарантію платежу і

ртяє постачальників від необхідності брати додаткові й дуже дорогі кредити в банку. Все це сприятливо впливає на фінансове становище підприємства. Та для того, щоб прийняти рішення про продаж грошової вимоги, на нашу думку, необхідно здійснити рейтингову оцінку клієнта. Заключними етапом рейтингової оцінки покупців і замовників є ренжирування щодо рейтингу. Віднесення тих чи інших дебіторів до відповідної групи має стати підставою прийняття управлінського рішення щодо здійснення операцій з відступлення грошових вимог та укладення договору факторингу.

### **Список використаної літератури**

1. Волович О.Б. Аналітичне забезпечення управління заборгованістю підприємств / О.Б. Волович // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2013. - № 769. - С. 12-18.
2. Данильчук І.В. Рефінансування дебіторської заборгованості як засіб підвищення платоспроможності підприємств на сучасному етапі / І.В. Данильчук // Економічний вісник університету. - 2013. - Вип. 20(1). - С. 58-63.
3. Єваш Т.О. Удосконалення обліку рефінансування дебіторської заборгованості шляхом проведення факторингових операцій / Т.О. Єваш // Вісник ДонНУЕТ. - 2011. - № 4 (52). - С. 319-324.
4. Малашенко Н. В. Актуальні питання управління розрахунками з покупцями та замовниками у молокопереробній галузі на прикладі ПАТ «Баштанський сирзавод» / Н.В. Малашенко, Н.Г. Слободян // Вісник ОНУ. - 2014. - Т.19. - №1/1. - С. 198-201
5. Рибалко О.М., Сичова М.Б. Деякі аспекти ефективного управління дебіторською заборгованістю // Вісник Запорізького національного університету. - 2011. - № 1 (9). - С. 164-169.

### **References:**

1. Volovich O.B. Analytical support debt management companies / O.B. Volovich // Journa Natsionalnogo universitetu "Lviv politehnika". Management is the pidpriemnistvo in Ukraïni: Etap Becoming i problemi rozvitku. - 2013. - № 769. - P. 12-18.
2. Danilchuk I.V. Refinancing of receivables as a means of improving the solvency of the modern stage / I.V. Danilchuk Economic Journa University. - 2013. - №20 (1). - P. 58-63.
3. Yevlash T.O. Improving accounting refinancing of receivables through factoring / T.O. Yevlash // News DonNUET. - 2011. - № 4 (52). - P. 319-324.
4. Malashenko N.V. Recent Issues of settlements with buyers and customers in the dairy industry on the example of JSC «Bashtanka Cheese plant» / N.V. Malashenko, N.G. Slobodyan // Journa ONU. - 2014. - T.19. - №1 / 1. - P. 198-201
5. Rribalka O.M. Some aspects of good governance receivables / O.M. Rribalka, M.B. Sichova // Journal of Zaporizhzhya National University. - 2011. - № 1 (9). - P. 164-169.

*РИБАЧОК Артем Дмитрович* - магістр Житомирського національного агроєкологічного університету, спеціальність «Облік і оподаткування»

Наукові інтереси: обліково-методичні аспекти бухгалтерського обліку розрахунківпокупцями і замовниками