

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЯК ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ЩОДО ВИВІЛЬНЕННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Запорізька державна інженерна академія, кафедра ОАОА

Одним з найбільш важливих аспектів діяльності кожного підприємства є взаємодія з постачальниками. При правильній організації роботи з постачальниками компанія може заощадити до 50% оборотних коштів. Лояльність і партнерські відносини з постачальниками для компаній, що розвиваються, які працюють в умовах дефіциту вільних грошових коштів, - питання виживання і розвитку. При управлінні відносинами з постачальниками необхідно керуватися міркуваннями ефективності. За інших рівних умов збільшити прибуток можна двома способами: стимулюючи нарощення обороту (отримувати більше) і знижуючи витрати на закупівлю товару/надання послуги (витрачати менше).

Для ефективно працюючої компанії властиво використання обох способів підвищення ефективності. Практика показує, що скорочення закупівельних витрат на 4% приносить такий же внесок в прибуток компанії, як і збільшення обороту на 20%. Поліпшення закупівельних умов добре тим, що для його реалізації не потрібно додаткових складських площ або витрат на рекламні акції - необхідно тільки правильно провести переговори з постачальником. Кожен етап закупівельного процесу в роздріб дає можливість знизити витрати компанії і, відповідно, збільшити її прибуток. Цими етапами є: вибір оптимального постачальника; отримання вигідних цін і відстрочки платежу; правильне кількість товару; оптимальний спосіб транспортування; мінімізація втрат від бракованого товару.

Вибудовувати відносини з постачальниками можна двома способами. Найпростіший, хоча і не завжди самий ефективний з них - це зайняти жорстку позицію на переговорах про закупівлю і прагнути отримати найкращі умови (знижка, висока стандартизована якість, поставка матеріалів за наступною оплатою) незважаючи ні на що. Такого роду відносини називають відносинами за принципом економічної доцільності, або опортуністичними (тобто підтримка активної конкурентної боротьби, зниження витрат по угодам; простота зміни постачальника, якщо покупець перестануть задовольняти ціна, якість або сам продукт чи послуга). Такий підхід в короткостроковій перспективі може дати позитивні результати, але в довгостроковій не завжди ефективний.

Ще один тип відносин з постачальником – називається партнерством (означає прагнення обох підприємств допомагати один одному; включає спільну реалізацію довгострокових стратегій та здатність до системних інновацій), коли обидві сторони орієнтовані на довгострокову співпрацю і на переговорах прагнуть врахувати інтереси один одного. Можливі й проміжні варіанти. Встановлювати з усіма постачальниками партнерські відносини економічно недоцільно, а працювати з усіма тільки на опортуністичних принципах часом недалекоглядно.

Отже, ефективне управління кредиторською заборгованістю дасть можливість підприємству трансформувати розрахунки за поточними зобов'язаннями з контрагентами у додаткове джерело щодо вивільнення грошових коштів та зменшити показник розрахунків з постачальниками та замовниками.