

РАСЧЕТЫ С КОНТРАГЕНТАМИ*Е.О. Торчук, 2 курс**Научный руководитель – Э.З. Малевский, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

В деятельности каждого субъекта хозяйствования отдельное место выделяется расчетам с покупателями и заказчиками. Определяя место покупателя в системе хозяйственных отношений предприятия, главным является понимание интересов покупателя и умение удовлетворить его потребности. Наличие дебиторской задолженности в системе расчетов с покупателями свидетельствует об отсутствии надлежащего в Республике Беларусь информационного обеспечения процесса управления такими отношениями. Так, по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, по итогам 2018 года сумма неоплаченных покупателями счетов предприятий по видам экономической деятельности (без учета банков) составляет 38334600 руб.[2]. При таких условиях большое значение приобретают вопросы, касающиеся генерирования информации для контроля расчетов с покупателями, а процесс их формирования является объектом учета и управления.

Основными проблемами, возникающими при ведении бизнеса, является недооценка важности формирования информационного обеспечения деятельности по расчетам с покупателями и заказчиками предприятия. Именно от планомерности и бесперебойности организации таких расчетов в решающей степени зависит финансовое положение предприятия и его платежеспособность.

Необходимость отражения в системе учета расчетов с покупателями и заказчиками вытекает из потребностей в информации, которая позволяет выявить закономерности и тенденции формирования основной части доходов и денежных поступлений предприятия, установить и оценить основные факторы, положительного и отрицательного влияния на процесс их формирования и использования, выявить резервы и, таким образом, увеличить уровень прибыльности деятельности предприятия и минимизировать возникновение задолженности при отношениях с покупателями.

Состояние расчетов с покупателями влияет не только на финансовое состояние субъектов хозяйствования, но и в целом на финансовую стабильность Республики Беларусь на мировом рынке. С целью согласования понятийного аппарата конкретизировано понятие «покупатели» (физические или юридические лица, которые встречаются на рынке с продавцом, формируя спрос и предложение, обеспечивая конкурентоспособность друг друга и, в результате, получая продукцию, блага, по которым была осуществлена оплата) [1]. Данное понятие учитывает изменение права собственности на конкретный объект и денежную компенсацию независимо от наличия или отсутствия договора.

Теоретическим основанием учетно–аналитического обеспечения расчетов с покупателями и заказчиками предприятия являются научно–обоснованная классификация. С целью решения проблемы неполноты информационного обеспечения в управлении отношениями между предприятием и покупателями разработана классификация покупателей и заказчиков и их отношений. Она обобщает существующие на сегодня классификационные признаки и раскрывает экономическую природу экономического взаимодействия, учитывающая основные аспекты расчетов и разнообразие контрагентов.

Выделены следующие классификационные признаки: юридический статус; территориальное размещение; форма собственности; назначение объектов приобретения; объем реализации; система поиска покупателей; срок оплаты; состояние отношений; регулярность отношений; место осуществления продажи; виды валюты для расчетов; виды расчетов; процедура продажи[1].

Установлено, что при проведении операций с покупателями и заказчиками важен правильный выбор формы расчетов, поскольку он позволяет контрагентам уменьшать расходы и риски невыполнения противоположной стороной своих обязательств по контракту. Каждое предприятие самостоятельно выбирает форму расчетов с покупателями. Считаем, перспективной формой расчетов – зачет взаимной задолженности. Она гарантирует своевременное и полное поступление денежных средств на счет производителя продукции, обеспечивает контроль за соблюдением нормативных показателей дебиторской задолженности и ликвидации совокупных долгов, ускорения оборота средств.

Формирование достоверной информации о расчетно–платежных операциях предприятия может обеспечить только эффективно организованный бухгалтерский учет операций по расчетам с поку-

пателями. Информация, касающаяся расчетов с покупателями и заказчиками, требует соответствующей системы формирования информационных ресурсов путем применения определенной учетной политики. В связи с этим сформированы основные элементы учетной политики расчетов с покупателями и заказчиками: рабочий план счетов бухгалтерского учета для расчетов; признание и оценка дебиторской задолженности; признание сомнительной задолженности; порядок, сроки проведения инвентаризации; определены сущность информации о расчетах с покупателями и заказчиками.

Несмотря на весомый вклад в развитие управленческого учета в системе расчетов с покупателями и заказчиками его отдельные элементы до сих пор остаются недостаточно изученными.

Одной из наиболее весомых составляющих управленческого учета является бюджетирование. Эффективное бюджетирование расчетов с покупателями и заказчиками является одной из главных задач в деятельности предприятия. Для этого были сформированы и теоретически обоснованы задачи бюджетирования расчетов с покупателями и заказчиками (рис.). Они позволят получить оперативную и полную информацию о процессе реализации и состоянии таких расчетов для эффективного управления ими и недопущения сложных и противоречивых ситуаций с покупателями и заказчиками.

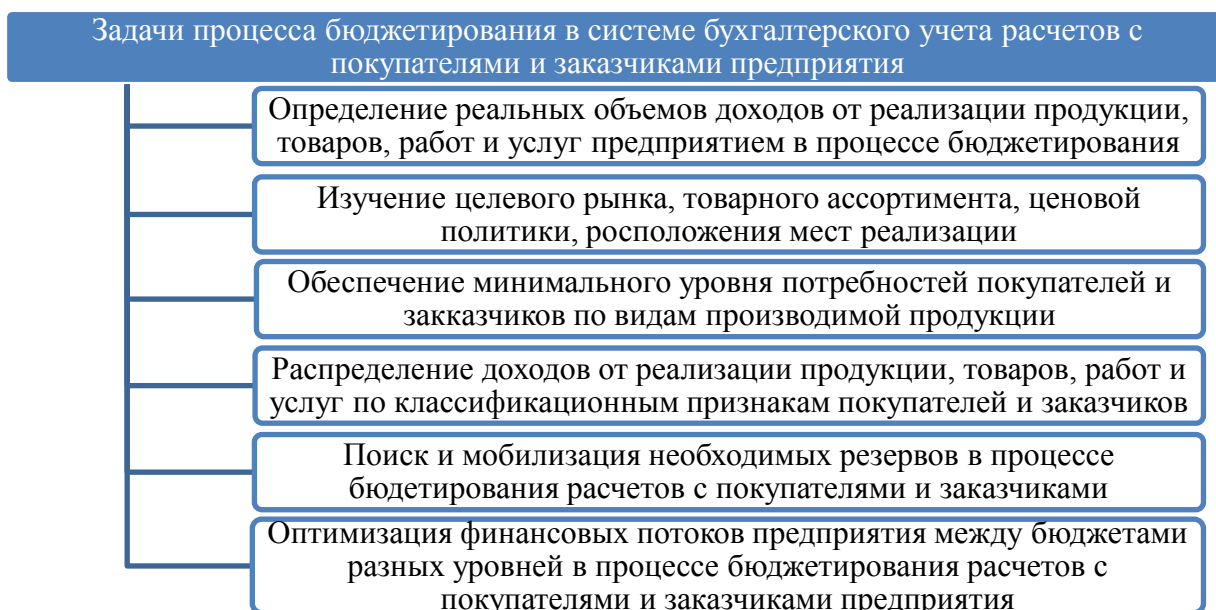


Рисунок – Задачи процесса бюджетирования расчетов с покупателями и заказчиками предприятия в системе бухгалтерского учета[1]

Бюджетирование расчетов с покупателями и заказчиками позволяет не только осуществлять контроль за поступлениями денежных средств, но и оценивать качество поступлений. Внедрение системы учета расчетов между предприятием и покупателями и заказчиками с использованием информации центров финансовой ответственности позволяет решить значительное количество проблем, возникающих в сбытовой деятельности предприятия в процессе реализации продукции, товаров, выполнения работ, оказания услуг. С целью эффективной организации управленческого учета и бюджетирования расчетов с покупателями и заказчиками разработана информационная модель формирования бюджета дебиторской задолженности. Это создает условия для получения необходимой информации о расчетах с покупателями и заказчиками, а также увеличивает обоснованность управленческих решений, которые принимаются.

Отсутствие научно обоснованной классификации расчетов с покупателями и заказчиками предприятия приводит к усложнению формирования информационных ресурсов для субъектов управления отношениями предприятия с покупателями и заказчиками. Разработана классификация покупателей и заказчиков, которая обобщает существующие классификационные признаки, раскрывает экономическую природу расчетов покупателей и заказчиков, учитывает основные аспекты таких расчетов, разнообразие контрагентов и объектов.

Учетная политика предприятия должна формироваться так, чтобы обеспечить потребности учета расчетов с покупателями и заказчиками в достоверной, оперативной и релевантной информации

для последующего принятия рациональных управленческих решений в расчетных отношениях. Правильное формирование учетной политики по расчетам с покупателями и заказчиками обуславливает необходимость выделения ее основных элементов: рабочего плана счетов бухгалтерского учета, форм расчетов; признания сомнительной задолженности; порядка и сроков проведения инвентаризации; существенность информации о расчетах с покупателями.

Эффективное ведение учета расчетов с покупателями и заказчиками на предприятии является одним из главных факторов поддержания необходимого уровня ликвидности и платежеспособности предприятия, функционирующего в условиях рынка. Для непосредственного ведения учета расчетов с покупателями и заказчиками исследована система первичных документов, оценки, счетов и регистров учета, отражения хозяйственных операций на бухгалтерских счетах и результатов учета, отраженных в бухгалтерской отчетности предприятия.

Система управленческого учета расчетов с покупателями и заказчиками выступает важным инструментом эффективной деятельности предприятия. Она призвана обеспечить координацию, взаимодействие и согласованность отдельных элементов управления для достижения стратегических целей управления. Установлено, что процесс управленческого учета расчетов с покупателями и заказчиками – это система информационного обеспечения, осуществляющая мероприятия, которые охватывают решения задач, связанных с расчетами с покупателями и заказчиками для принятия управленческих решений. Учитывая, что управленческий учет обеспечивает внутренних пользователей исчерпывающей оперативной информацией не только о фактической задолженности покупателей перед продавцом, но и о возможности погасить эту задолженность в определенные сроки,

Бюджетирование позволяет дать правильную количественную и качественную оценку поступлениям от покупателей и заказчиков. Для обеспечения процесса бюджетирования расчетов с покупателями и заказчиками по центрам финансовой ответственности следует учитывать организационные и технологические особенности контрагентов и виды продукции предприятия. Также автор предлагает выделить такие центры финансовой ответственности, как центр полученных авансов от покупателей; центр процесса реализации; центр объемов реализованной продукции; центр доходов по каждому покупателю; центр себестоимости по каждому покупателю; центр валовых доходов; центр методов нормирования дебиторской задолженности; центр формирования финансовых результатов по покупателям (заказчикам).

Список использованных источников

1. Мармашова, С. П. Организация ВЭД : учебно–методический комплекс для специальности 1–26 02 03 «Маркетинг» / С. П. Мармашова ; ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : БГУ, 2016. – 88 с. : ил. – Библиогр.: с. 82–86.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 10.03.2019.