**Содержание**

Введение

1. Теоретические основы взаимодействия предприятия с деловыми партнерами

1.1 Основные цели и задачи системы взаимодействия с деловыми партнерами

1.2 Основные принципы обеспечения взаимодействия с деловыми партнерами

2. Анализ сложившейся системы взаимоотношений с деловыми партнерами в ООО ТД «Дуслык»

2.1 Краткая характеристика деятельности организации

2.2 Анализ системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками организации

2.3 Анализ перспектив развития отношений с поставщиками и подрядчиками организации

3. Разработка рекомендаций по формированию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками ООО ТД «Дуслык»

3.1 Обоснование необходимости разработки рекомендаций

3.2 Рекомендация по формированию взаимодействия с поставщиками и подрядчиками

Выводы и предложения

Список использованной литературы

Приложение

**Введение**

Современный этап экономического развития России сопровождается ростом активности во всех направлениях. Создаются новые связи и взаимоотношения между субъектами рыночной экономики как внутри страны, так и за ее пределами. Предприятия ищут тех партнеров, которые помогут им выйти на новые рынки сбыта или получить доступ к новым сырьевым, финансовым, трудовым или информационным ресурсам. В связи с этим возрастает роль партнерских отношений, которые создают гибкую систему связей, обеспечивающих возможность выживания фирмы. Особенно это актуально для малых предприятий, которые рассчитывают на помощь государства, крупных предприятий или партнеров по бизнесу*.*

В настоящее время большое внимание уделяется расчётам с поставщиками и подрядчиками. Это обусловлено тем, что постоянно совершающийся кругооборот хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчётов. Одним из наиболее распространённых видов расчётов как раз и являются расчёты с поставщиками и подрядчиками за сырьё, материалы, товары и прочие материальные ценности. Актуальность темы заключается в рассмотрении основных аспектов формирования системы взаимоотношений с поставщиками и подрядчиками для разработки рекомендаций по формированию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками.

Всё выше сказанное обусловило выбор темы курсовой работы.

Целью курсовой работы является разработка рекомендаций по формированию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками ООО ТД «Дуслык».

С учётом поставленной цели в курсовой работе необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть сущность системы взаимодействия с деловыми партнерами;

- исследовать принципы обеспечения взаимодействия с деловыми партнерами;

- провести анализ системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками в организации;

- раскрыть понятие дебиторской и кредиторской задолженности;

- проанализировать состав и структуру дебиторской и кредиторской задолженности;

- разработать рекомендации по формированию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками в организации.

Объектом исследования является Торговый дом «Дуслык».

Предметом – взаимодействия предприятия с деловыми партнерами.

Курсовая работа состоит из трёх разделов.

В первом разделе излагаются теоретические основы взаимодействия предприятия с деловыми партнерами, а также основные цели, задачи и принципы обеспечения взаимодействия с деловыми партнерами.

Во втором разделе отражает анализ сложившейся системы взаимоотношений с деловыми партнерами в ООО ТД «Дуслык», а именно анализ системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками организации и анализ перспектив развития отношений с поставщиками и подрядчиками.

В третьем разделе разработаны рекомендации по формированию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками.

При написании данной работы были использованы учебные пособия по менеджменту предпринимательства, а также статьи периодических изданий, такие как «Российское предпринимательство», «Маркетинг» и «Управление компанией». В целом тема раскрывается в литературе достаточно полно.

**1. Теоретические основы взаимодействия предприятия с деловыми партнерами**

**1.1 Основные цели и задачи системы взаимодействия с деловыми партнерами**

Посредников можно разделить на 3 три категории: оптовики, розничные торговцы и специализированные посредники.

Оптовики — это посредники, которые приобретают товары с целью перепродажи. К ним относятся оптовые «торговцы или дистрибьюторы, торговые представители производителя, агенты и брокеры. Оптовый посредник продает товар другим посредникам, таким как розничные торговцы или конечным потребителям-компаниям, но не конечным потребителям-индивидуумам. Оптовые торговцы получают как право собственности, так и физическое обладание товарами; имеют складыполные товаров, чаще всего нескольких производителей; в свою очередь занимаются продвижением товара; регулируют проблемы финансирования, заказов и осуществления платежа со своими покупателями. Они получают прибыль, покупая товар по оптовой цене и продавая его с наценкой, они кладут себе в карман разницу между этими двумя ценами за вычетом понесенных ими издержек по дистрибьюции.

Торговые представители производителя, агенты и брокеры обычно не получают ни право собственности, ни физическое обладание продаваемыми товарами. Основные потоки, в которых они принимают участие, — это продвижение товара и переговоры, так как они занимаются продажей продукта представляемого ими производителя и переговорами по поводу условий продажи. Некоторые из этих посредников, такие как торговые компании и агенты по импорту-экспорту, специализируются на международной торговле.

Розничные торговцыпродают товар непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования. Розничные посредники могут быть представлены в различных формах, включая: универмаги, гипермаркеты, специализированные магазины, бакалейные лавки, франчайзинговую розничную торговлю, клубы потребителей, каталоги, продавцов через Интернет.

Специализированные посредники реализуют в канале сбыта специфические потоки и обычно не вовлечены в ту сферу бизнеса, которая выпускает продукт. К этим посредникам относятся: страховые компании, финансовые компании, компании, занимающиеся кредитными карточками, рекламные агентства (участвуют в продвижении товаров), компании по логистике и транспортные компании, компании, занимающиеся информационными технологиями (могут участвовать при осуществлении заказов или платежей), и компании, проводящие маркетинговые исследования (собирают маркетинговые данные, которые могут использоваться для организации эффективного сбыта).

Процесс выбора партнеров по каналу сбыта можно разделить на три этапа: определение доступности участников канала, проведение первоначальной оценки участников, подробный анализ участников (1, С.38).

Первый этап — определение доступности участников канала. Для того чтобы узнать о потенциальных оптовиках и розничных торговцах, можно обратиться к рекламным объявлениям специализированных торговых изданиях. Также эту информацию можно получить на торговых ярмарках и выставках. Одним из источников могут быть и рекомендации неконкурирующих производителей, клиентов и поставщиков.

Но даже если вы узнаете о наличии какого-либо посредника, это не означает, что он вам доступен. Некоторые из посредников предъявляют oособые требования к поставщикам, другие не имеют возможности брать на себя распространение новых товаров. Hнапример, некоторые розничные торговцы не хотят реализовывать товары, конкурирующие с теми, которые они уж продают.

Второй этап — проведение начальной оценки участников.

Для проведения первоначальной оценки можно использовать анкету. Эта анкета предоставляется потенциальным посредникам, заполняется ими и отсылается по факсу обратно к производителю. Подобный метод помогает быстро получить наиболее важную информацию о каждом посреднике. Анкета включает следующие вопросы: техническое соответствие, размер компании-посредника, список продаваемых на данный момент товаров, численность технического персонала и кредитный рейтинг компании.

Для дальнейшей проверки пригодности посредника проводят интервью. Предыдущая стадия первоначальной оценки может служить базой для проведения интервью, из которого производитель может получить дополнительную информацию о продаваемых посредником товарах, обслуживаемых рынках и его техническом персонале.

Основные вопросы — это размер компании-посредника, перспективы ее роста, территория, продаваемые товары (услуги), техническая оснащенность, политика, ее клиенты, руководители, возможности в области маркетинга и продвижения, возможности предоставления специализированных услуг.

После проведения интервью производитель осуществляет контрольную проверку потенциальных посредников, используя разработанную систему оценок. Эта система оценок включает вопросы, ответ на каждый из которых предполагает определенное количество баллов, в сумме дающих характеристику каждому из потенциальных посредников. Производитель должен определить минимальный проходной балл, который будет соответствовать необходимому уровню посредника.

С точки зрения поставщиков, деятельность посредников можно оценить по следующим параметрам: вклад посредников в организацию продаж, участие посредника в получении прибыли, компетентность посредника, его готовность пойти на уступки, способность посредника к быстрой адаптации, его вклад в рост компании, уровень удовлетворения потребителей.

Таким образом, принимая во внимание взаимозависимость участников канала сбыта, процессу выбора партнеров по каналу необходимо придавать особую значимость. Следуя предложенной стратегии выбора и используя указанные методики оценки
потенциальных партнеров, можно снизить риск сбытовой деятельности и
повысить эффективность системы сбыта.

**1.2 Основные принципы обеспечения взаимодействия с деловыми партнерами**

Под сотрудничеством в рамках межфирменных отношений понимается совместная, взаимосвязанная деятельность фирм, построенная на договорных отношениях и ориентированная на достижение значимых целей.

Сотрудничество, как правило, имеет четкие границы совместной деятельности и на практике выражается в форме заключения соответствующих договоров.

Сотрудничество представляет собой классическую (традиционную) модель построения делового взаимодействия на договорных отношениях с опорой на собственные ресурсы, реализуя цель максимальной отдачи имеющихся ресурсов. Контракт (договор) закрепляет достигнутые соглашения между двумя и более фирмами на сотрудничество, в котором они устно или письменно выражают намерения делать или не делать что-либо. Такое соглашение становится легальным, когда стороны проходят определенные стадии взаимодействия: определили предмет сотрудничества, установили обязанности сторон и условия, при которых действует (или не действует) соглашение. Взаимоотношения такого рода складываются на свободном рынке, как правило, между фирмами-конкурентами в виде разовых сделок по стандартным условиям. Контракт (договор) существенно меняет положение дел во взаимоотношениях субъектов рыночной экономики и переводит их в прямые контакты. Таким образом, сотрудничество в современных межфирменных отношениях выражается, как правило, в связях контрактного типа. С другой стороны, любые договорные (контрактные) отношения между фирмами представляют собой сотрудничество фирм. Однако по глубине отношений такое взаимодействие следует рассматривать как начальный уровень развития межфирменных деловых связей. Тем не менее, контрактные отношения являются базовым и наиболее массовым уровнем межфирменных связей.

Причина появления интегрированных межфирменных связей объясняется тем, что как только предприниматели объединяют свои усилия для реализации совместных производственных проектов, то неизбежно оказываются заинтересованы в том, чтобы повысить степень влияния друг на друга. Тогда и возникает потребность во взаимном участии в капиталах и ресурсах, что придает устойчивость связям.

В первую очередь межфирменное сотрудничество возникает при производстве высокотехнологической продукции с большим разнообразием качественных характеристик, когда решающая роль принадлежит высоким требованиям к сервису. Тогда стороны не только конкурируют, но и взаимодополняют друг друга. Они открыты внешним связям, не чувствуют угрозы конкуренции и легче поддаются объединению. Возникает разветвленная система посредников как по материально-техническому обеспечению производства, так и по движению товаров на рынок. Отсюда вытекает возможность совместного финансирования участников всей технологической цепочки от производства до реализации продукции.

Углубление межфирменного сотрудничества объективно приводит к новому уровню взаимодействия — партнерству, а межфирменные связи эволюционно перерастают в партнерские отношения (2, С. 30).

Заметим, что партнерство не является принципиально новым явлением в теории и практике рыночных отношений. Однако только в конце XX в. при становлении нового технологического уклада, где основным экономическим институтом становится международная интеграция мелких и средних фирм на основе информационных технологии, а инновационная активность предпринимательской деятельности происходит на базе горизонтальной интеграции, партнерство вновь приобретает свою экономическую значимость.

В отличие от концепции развития бизнеса предыдущего периода, где сотрудничество можно расценивать как наиболее высокий уровень взаимодействия, партнерство имеет своп законы существования и развития.

До недавнего времени партнерство в экономических исследованиях хозяйственной деятельности рассматривалось, прежде всего, как юридическая форма организации совместной деятельности. Реже как форма сотрудничества организаций, не закрепленная в учредительных документах и поддерживаемая фактически.

Трудность однозначной трактовки партнерства в бизнесе заключается в том, что оно в экономических исследованиях и практике выступает как сложное (интегрированное) явление, которое в совокупности определяется системой признаков, идентифицирующих партнерство (2, С. 32):

1. по форме делового взаимодействия;
2. по концепции управления развития бизнеса;
3. по стратегии экономического развития предпринимательства.

В современной интерпретации преобладающим является толкование партнерства как особой формы межфирменного взаимодействия. Тем не менее, остающаяся неопределенность при использовании понятия "партнерство" ведет не только к размытости результатов исследований в области межфирменных отношений, но главное к искажению разрабатываемых стратегий развития фирм. Достаточно часто применение терминов «партнерство» и «партнер» носит имиджевый характер в целях демонстрации в бизнес-сообществе лояльности с тем, чтобы получать в обмен соответствующую поддержку и защиту определенной фирмы или группы фирм. Сегодня отсутствует четкая грань в понимании партнерства и сотрудничества. На взгляд автора, разницу между сотрудничеством и партнерством следует находить исходя из критерия глубины развития межфирменных отношений. Сотрудничество следует рассматривать как начальный уровень развития этих отношений, характеризуемых установлением взаимосвязей при участии в общей цели. Партнерство возникает по мере развития взаимосвязей (расширения и углубления) и достигает уровня взаимодействия.

Несмотря на отсутствие, четко сформулированного понятия партнерства, существует математическое представление сообщества через созданный механизм принятия коллективных решений в условиях кооперации. Способ взаимодействия в этом подходе базируется на трех основных элементах: согласии, договоре, компромиссе. Именно этому способу взаимодействия, его математизированному описанию посвящено исследование известного французского ученого Эрве Мулена, который, используя аксиоматический метод для управления процессом принятия решения в условиях сообщества, в качестве постулатов (аксиом) принимает принципы единогласия и равенства. При этом особое внимание обращается на то, что «принципы единогласия и равенства могут быть несовместимыми, при этом возникает известная дилемма равенство - эффективность». Следовательно, необходим компромисс членов сообщества в случае выбора сравниваемых альтернатив.

Ставя вопрос о семантике партнерства как своеобразной категории делового взаимодействия, исходим из следующих представлений.

Во-первых, сам процесс употребления, как и процесс восприятия термина партнерства в актах научного и делового общения происходит как сложный процесс выбора нужного значения из всего семантического поля.

Во-вторых, понятие партнерства, выполняя свои функции в деловом общении, должно указывать на строго определенное состояние межфирменных отношений, не допуская пересечения семантических полей других понятий, отражающих иные аспекты межфирменных отношений (например, сотрудничество).

В-третьих, смысл понятия партнерства как экономической категории должен выражать устойчивую составляющую обобщений межфирменных отношений.

В-четвертых, формы межфирменных отношений динамичны, структуры их изменчивы и одновременно имеются константные признаки их проявления.

Выделение константных (образующих) признаков партнерства рассматривается как возможность привнесения смысла в эту категорию и закрепление его в форме модельного представления. Семантическая оценка понятия партнерства строится на наиболее часто выделяемых в профессиональной среде его признаков: добровольность, равенство, коллективность, выгодность, компромиссность.

Опираясь на метод семантической оценки, а также используя математизированное представление процедур выработки коллективных решений. Построим модельное представление партнерства. Модельное представление по существу определяет «ядро» смыслового поля и позволяет выразить понятие лаконично и без потери смысла, что снимет неопределенность в восприятии экономической категории.

Партнерство – форма добровольного делового (предпринимательского) взаимодействия с уравновешенным комплексом взаимных интересов (выгоды, пользы) членов-участников сообщества. Одновременно партнерство выступает как средство коллективного противодействия механизму воздействия со стороны внешней среды.

Партнерами, членами – участниками сообщества выступают как физические, так и юридические лица. Партнеры участвуют в совместной деятельности не из абстрактного чувства коллективизма, а лишь тогда, когда это экономически выгодно.

Партнерство является достаточно рискованной формой делового взаимодействия, так как связано, прежде всего, с возможностью частичной или полной утратой самостоятельности. Само по себе партнерство уязвимо, по крайней мере, в двух направлениях. Во-первых, каждый партнер должен осознавать, что в отношении его поступают справедливо, то есть он получает справедливую долю совместной выгоды. Это гарантирует согласие кооперирующихся в сообщество и обеспечивает его внутреннюю устойчивость, то есть положительно влияет на прочное партнерство. Во-вторых, угроза партнерству связана с внешними факторами, воздействующими на сообщество, и, в конечном счете, проявляющимися в виде финансового результата.

Таким образом, можно сделать вывод, что под сотрудничеством в рамках межфирменных отношений понимается совместная, взаимосвязанная деятельность фирм, построенная на договорных отношениях и ориентированная на достижение значимых целей. Углубление межфирменного сотрудничества объективно приводит к новому уровню взаимодействия — партнерству, а межфирменные связи эволюционно перерастают в партнерские отношения

**2. Анализ сложившейся системы взаимоотношений с деловыми партнерами в ООО ТД «Дуслык»**

**2.1 Краткая характеристика деятельности организации**

Компания ООО «Торговый Дом «Дуслык» г. Набережные Челны образовалась 21 декабря 1995 года. Изначально компания занималась созданием мелкооптовых магазинов.

В декабре 2005 года компании исполнилось 10 лет. За это время компания прошла путь от мелкооптового розничного магазина "Олимп", открытого в декабре 1995 года, до большой торговой базы со складскими площадями более 10000 км2.

На данный момент реализована система "современный евросклад" с ячеечным хранением и отгрузкой от ячейки, построены холодильные и морозильные камеры, для работы с продуктами требующими особых условий хранения. Открыты 11 магазинов эконом класса - «дискаунтер «Закамье» расположенные не только в г. Набережные Челны, а так же в Нижнекамске, Бугульме, Азнакаево. Закуплено и работает более 20 единиц спецтехники от а/м Газель до а/м Камаз, что позволяет быстро и качественно обслуживать не только городских, но и областных клиентов.

Руководство компании особое внимание уделяет профессиональному развитию торгового персонала собственной сети, торговых представителей , офисных работников. Для достижения этой цели регулярно проводятся тренинги и семинары направленные на улучшение качества работы как с клиентами, так и с конечным потребителем.

В ближайшее время ООО «ТД «Дуслык» планирует дальнейшее обустройство складских площадей, где будет налажено своё производство ТНП, а также качественное и количественное развитие собственной розницы «дискаунтер «Закамье».

Общее количество торговых представителей 80 человек, в том числе эксклюзивные команды по контрактам: «Лебедянский ЭКЗ», «Сибирский Берег», «Микоян», «Атяшево», «Мивимекс», «Кухня Без Границ», «Александра и Софья», «Объединённые кондитеры» («Рот Фронт», «Бабаевский», «Красный Октябрь»), «Пэлфорд», Кондитерская Фабрика «Заря».

На данный момент компания является одним из лидеров на рынке продуктов питания не только Набережных Челнов, но и республики Татарстан в целом.

Общество с ограниченной ответственностью Торговый Дом «Дуслык», именуемое в дальнейшем «Общество», действует на основании решения Сулейманова Рината Анваровича. Местонахождение и почтовый адрес общества 423814, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, пос. Сидоровка, а/я 141.

Общество является юридическим лицом, имеет в собственности обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Общество имеет самостоятельны баланс, круглую печать. Общество также может иметь штампы, бланки со своим фирменным наименованием, товарный знак.

Для достижения целей своей деятельности общество вправе создавать свои филиалы и представительства как на территории Российской Федерации, так и за рубежом. Общество вправе осуществлять внешнеэкономическую деятельность.

Целью деятельности общества является насыщение потребительского рынка в продукции, товарах и услугах, а также извлечение прибыли в интересах участника общества. Предметом деятельности является:

- производство товаров народного потребления и продукции производственно-технического назначения;

- оптовая, розничная и комиссионная торговля;

- сдача в аренду движимого и недвижимого имущества;

- закупка, производство, переработка и реализация сельскохозяйственной и животноводческой продукции;

- оказание проектных услуг;

- производство строительных материалов, конструкций и изделий.

Общество вправе ежеквартально принимать решение о распределении своей чистой прибыли участнику общества. Решение об определении части прибыли общества, распределяемой участнику, принимается участником единолично и оформляется письменно. Общество является собственником:

- уставного капитала;

- продукции, произведенной обществом в результате хозяйственной деятельности;

- полученных доходов, а также иного имущества, имущественного права, переданного ему участником, другими юридическими и физическими лицами в оплату услуг общества, произведенных им по другим основаниям, допускаемым законодательством. Общество создает резервный фонд в размере 15% от уставного капитала. Резервный фонд формируется за счет отчислений от прибыли до достижения фондом указанного размера. Размер ежегодных отчислений в резервный фонд составляет 5% чистой прибыли.

Участник общества имеет право:

- участвовать в управлении делами общества;

- получать в случае ликвидации общества имущество, оставшееся после расчета с кредиторами или его стоимость;

- принимать участие в распределении прибыли;

- получать информацию о деятельности общества, в том числе знакомиться с данными бухгалтерского учета и отчетности, а также другой документацией;

- продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале общества либо ее часть третьим лицам.

Участник общества обязан:

- вносить вклады в уставный капитал общества в порядке и размерах, определенных уставом;

- не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;

- исполнять принятые на себя обязательства по отношению к обществу.

По месту нахождения единоличного исполнительного органа общество хранит следующие документы:

- устав общества, а также внесенные в него и зарегистрированные в установленном порядке изменения и дополнения;

- документ, подтверждающий государственную регистрацию общества;

- документы, подтверждающие права общества на имущество, находящееся на его балансе;

- внутренние документы общества;

- решения участника общества.

Органами общества являются:

- высший орган общества – участник;

- единоличный исполнительный орган – директор;

- ревизор.

Руководство текущей деятельностью общества осуществляется директором общества. Единоличный исполнительный орган подотчетен участнику. Директор избирается участником на неограниченный срок. Директор без доверенности действует от имени общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки; издает приказы о назначении на должности работников общества, об их увольнении, применяет меры поощрения и налагает дисциплинарные взыскания и осуществляет иные полномочия, установленные действующим законодательством. Решения директора оформляются приказом письменно.

Ревизор общества избирается участником на 2 года. Ревизор общества вправе в любое время проводить проверки финансово-хозяйственной деятельности общества и иметь доступ ко всей документации, касающейся деятельности общества. Ревизор общества, в обязательном порядке, проводит проверку годовых отчетов и бухгалтерских балансов общества до их утверждения участником. Участник не вправе утверждать годовые отчеты и бухгалтерские балансы общества при отсутствии заключений ревизора. Порядок работы определяется внутренним документом общества. Годовые результаты деятельности общества утверждаются участником в марте месяце года, следующего за отчетным.

Работники общества и члены их семей подлежат обязательному социальному и медицинскому страхованию и социальному обеспечению в порядке и на условиях, установленных действующим законодательством. Общество обеспечивает для всех работающих безопасные условия труда и несет ответственность за ущерб, принесенный их здоровью и трудоспособности по вине общества в установленном порядке. Продолжительность рабочего дня, очередность отпуска, перерыва для отдыха и другие вопросы, связанные с трудовым законодательством, устанавливаются в соответствии с коллективным договором, заключенным между трудовым коллективом и администрацией общества.

Таким образом, целью деятельности ООО ТД «Дуслык» является насыщение потребительского рынка в продукции, товарах и услугах, а также извлечение прибыли в интересах участника общества. Предметом деятельности является: производство товаров народного потребления и продукции производственно-технического назначения; оптовая, розничная и комиссионная торговля; сдача в аренду движимого и недвижимого имущества; закупка, производство, переработка и реализация сельскохозяйственной и животноводческой продукции; оказание проектных услуг и производство строительных материалов, конструкций и изделий.

**2.2 Анализ системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками организации**

Значительный удельный вес в составе источников средств предприятия занимают заёмные, в том числе кредиторская задолженность. Относительное увеличение кредиторской задолженности производит двоякий эффект. С одной стороны, это явление является благоприятным, так как у предприятия появляется дополнительный источник финансирования. С другой стороны, чрезмерное увеличение кредиторской задолженности чрезвычайно опасно, поскольку повышается риск возможного банкротства.

Этапы экспресс-анализа кредиторской задолженности совпадают с этапами экспресс-анализа дебиторской задолженности. На первом этапе анализа характеризуется изменение удельного веса кредиторской задолженности в общей сумме источников финансирования и в величине всех обязательств на основании данных Бухгалтерского баланса.

Таблица 2.2.1 Анализ доли краткосрочных обязательств в пассивах предприятия ООО ТД «ДУСЛЫК» за 2006-2007 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2006 г. | 2007 г. | Абсолютное отклонение |
| 1. Долгосрочные обязательства, тыс. руб. | 1068,5 | 814,5 | -254 |
| 2. Краткосрочные обязательства, тыс.руб. | 5661,1 | 4830,8 | -830,3 |
| 3. Итого заёмных средств, тыс. руб. (пок.1+пок.2) | 6729,6 | 5645,3 | -1084,3 |
| 4. Всего пассивы, тыс. руб. | 48088,5 | 52929,1 | +4840,6 |
| 5. Доля краткосрочных долгов в пассивах, % (пок.2:пок.4100%) | 11,77 | 9,13 | -2,64 |
| 6. Доля краткосрочных долгов в заёмных средствах, % (пок.2:пок.3100%) | 84,12 | 85,57 | +1,45 |

За 2007 год на предприятии ООО ТД «ДУСЛЫК» краткосрочные обязательства снизились на 830,3 тыс. руб.. Доля краткосрочной кредиторской задолженности в общей величине источников финансирования предприятия снизилась с 11,77% до 9,13%. С точки зрения текущей платёжеспособности и ликвидности такая динамика благоприятна для анализируемого предприятия, так как она свидетельствует о том, что у него было достаточно собственных средств для осуществления текущих платежей.

На следующем этапе анализа кредиторской задолженности производится изучение её состава и структуры по данным II раздела актива Бухгалтерского баланса.

Таблица 2.2.2 Анализ структуры кредиторской задолженности ООО ТД «ДУСЛЫК» за 2006-2007 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Расчёты с дебиторами (состав дебиторской задолженности) | 2006г. | 2007г. | Изменение за 2007 год |
| сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Суммы, тыс. руб. | Уд. веса, % |
| 1. Краткосрочные финансовые обязательства | 17,5 | 0,31 | 14,5 | 0,30 | -3 | -0,01 |
| 1.1. Прочие краткосрочные финансовые обязательства | 17,5 | 0,31 | 14,5 | 0,30 | -3 | -0,01 |
| 2. Краткосрочные торговые обязательства | 3020,3 | 53,35 | 2273,2 | 47,06 | -747,1 | -6,29 |
| 2.1. Обязательства по торговым счетам | 2935,1 | 51,85 | 1764,8 | 36,53 | -1170,3 | -15,32 |
| 2.2. Авансы полученные | 85,2 | 1,50 | 508,4 | 10,53 | +423,2 | +9,03 |
| 3. Краткосрочные начисленные обязательства | 2623,3 | 46,34 | 2543,0 | 52,64 | -80,3 | +6,3 |
| 3.1. Обязательства по оплате труда | 1470,5 | 25,98 | 1959,0 | 40,55 | +488,5 | +14,57 |
| 3.2. Обязательства персоналу по прочим операциям | 6,2 | 0,11 | 6,8 | 0,14 | +0,6 | +0,03 |
| 3.3. Обязательства по страхованию | 1,6 | 0,03 | 21,1 | 0,44 | +19,5 | +0,41 |
| 3.4. Обязательства по расчётам с бюджетом | 933,0 | 16,48 | 19,3 | 0,40 | -913,7 | -16,08 |
| 3.5. Обязательства учредителям и другим участникам | 54,0 | 0,95 | 123,5 | 2,56 | +69,5 | +1,61 |
| 3.6. Прочие краткосрочные обязательства | 157,9 | 2,79 | 413,2 | 8,55 | +255,3 | +5,76 |
| 4. Итого краткосрочные обязательства | 5661,1 | 100 | 4830,8 | 100 | -830,3 | Х |

Как видно из таблицы 2.2.2, на анализируемом предприятии ООО ТД «ДУСЛЫК» в течение 2007 года наблюдается снижение стоимости краткосрочной кредиторской задолженности 830,3 тыс. руб. Данное снижение главным образом вызвано погашением в отчётном периоде обязательств по торговым счетам, в результате чего их доля снизилась на 15,32%, а результативный показатель в итоге снизился на 1170,3 тыс. руб. Значительно повлияло также и снижение стоимости обязательств по расчётам с бюджетом, доля которых снизилась на 16,08%, что обусловило снижение краткосрочных обязательств на 913,7 тыс. руб. В отчётном периоде наблюдается рост обязательств по оплате труда. Удельный вес данного показателя увеличился в отчётном периоде на 14,57%, вызвав рост краткосрочных обязательств на 488,5 тыс. руб. Доля финансовых долгов в общей величине краткосрочной кредиторской задолженности снизилась на 0,01%, доля торговых обязательств снизилась на 6,29%. В то же время увеличилась доля начисленных обязательств на 6,3%.

Таким образом, можно заключить, что анализируемое предприятие в течение отчётного периода в качестве основного источника финансирования активов краткосрочные начисленные обязательства. Начисленные, но не выплаченные заработная плата, прочие краткосрочные обязательства могут быть временно использованы в качестве источников финансирования, причём бесплатно, так как в отличие от банковских кредитов, за их использование не нужно платить проценты. Однако следует учитывать, что предприятие не может полностью контролировать такие начисления, так как сроки их выплат регулируются внешними факторами, в том числе действующим законодательством, изменение которых не зависит от планов и возможностей предприятия.

На третьем этапе анализа краткосрочной кредиторской задолженности даётся характеристика её оборачиваемости. Для этого рассчитывается число оборотов и средний период регулирования счетов к оплате (оборачиваемость кредиторской задолженности в днях) за отчётный год, которые в дальнейшем сравниваются с аналогичными показателями за предыдущий год. Существует несколько способов определения показателей оборачиваемости кредиторской задолженности, различающихся по использованной для расчётов базе. В частности, число оборотов может быть рассчитано как отношение дохода от продаж или себестоимости продаж к средней величине кредиторской задолженности. Расчёт данных показателей двумя методами, осуществлённый на основании данных Бухгалтерского баланса и Отчёта о финансовых результатах, представлен в таблице 2.2.3.

Таблица 2.2.3 Анализ взаимодействия с поставщиками и подрядчиками в ООО ТД «ДУСЛЫК» на 2006-2007 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2006 год | 2007 год | Изменение |
| 1. Доход от продаж, тыс. руб. | 39823,9 | 51378,9 | +11555 |
| 2. Себестоимость продаж, тыс. руб. | 25608,7 | 33260,4 | +7651,7 |
| 3. Средняя величина краткосрочных обязательств, тыс. руб. | 4888,9 | 5245,9 | +357 |
| 3. Число оборотов кредиторской задолженности |  |  |  |
| 3.1. На базе дохода от продаж | =8,14 | =9,79 | +1,65 |
| 3.2. На базе себестоимости продаж | =5,24 | =6,34 | +1,10 |
| 4. Период погашения счетов к оплате, дней |  |  |  |
| 4.1. На базе дохода от продаж | =44,23 | =36,77 | -7,46 |
| 4.2. На базе себестоимости продаж | =68,70 | =56,78 | -11,92 |

Как видно из расчётов, представленных в таблице 2.2.3, соотношение доходов от продаж и средней стоимости краткосрочных обязательств свидетельствует о положительной тенденции: если в предыдущем году на каждый лет краткосрочных долгов приходилось 8,14 руб. доходов от продаж, то в отчётном году – 9,79 руб., то есть больше приблизительно на 20% (8,14:9,79100-100).

Число оборотов кредиторской задолженности, рассчитанное на базе себестоимости продаж намного меньше, чем рассчитанное на базе доходов от продаж. Динамика данного показателя подтверждает ускорение оборачиваемости краткосрочных обязательств. Так, число оборотов увеличилось с 5,24 до 6,34 раза, а средняя продолжительность одного оборота сократилась по сравнению с предыдущим годом на 11,92 дней и составила 56,78 дня. Такая тенденция свидетельствует о том, что предприятие способно своевременно регулировать счета к оплате и другие краткосрочные обязательства.

На заключительном этапе анализа дебиторской задолженности характеризуется её структура по характеру погашения. Для этой цели на основе данных из Приложения к Бухгалтерскому балансу рассчитывается доля текущих обязательств (срок оплаты которых не наступил) и доля просроченных обязательств в разрезе каждого вида кредиторской задолженности.

Таблица 2.2.4 Структура краткосрочной кредиторской задолженности по характеру погашения в ООО ТД «ДУСЛЫК»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид задолженности | Всего на конец 2007 года | В том числе |
| Срок оплаты которой не наступил | Просроченная |
| До 3 месяцев | От 3 месяцев до 1 года | Свыше 1 года |
| 1. Прочие краткосрочные финансовые обязательства,тыс. руб.% | 14,5100 | - | - | - | 14,5100 |
| 2. Краткосрочные обязательства по торговым счетам, тыс. руб. % | 1764,8100 | 223,612,67 | 22,11,25 | 34,81,97 | 1484,384,11 |
| 3. Авансы полученные,тыс. руб.% | 508,4100 | 30,45,98 | - | 47894,02 | - |
| 4. Обязательства персоналу, тыс. руб.% | 1959100 | 1956,799,88 | 0,20,01 | 2,10,11 | - |
| 5. Обязательства персоналу по прочим операциям,тыс. руб.% | 6,8100 | 4,261,76 | 1,116,18 | 1,522,06 | - |
| 6. Обязательства по страхованию,тыс. руб.% | 21,2100 | 21,2100 | - | - | - |
| 7. Обязательства по расчётам с бюджетом, тыс. руб.% | 19,3100 | 19,3100 | - | - | - |
| 8. Обязательства учредителям и другим участникам,тыс. руб.% | 123,5100 | - | - | 8468,02 | 39,531,98 |
| 9. Прочие краткосрочные обязательства,тыс. лев% | 413,3100 | 413,3100 | - | - | - |
| Итого, тыс. руб.% | 4830,8100 | 2668,755,25 | 23,40,48 | 600,412,43 | 1538,331,84 |

Как видно из таблицы 2.2.4, 55,25% всей краткосрочной кредиторской задолженности представляют собой задолженность, срок оплаты которой не наступил. Поэтому следует обратить особое внимание на просроченную задолженность. Прочие краткосрочные финансовые обязательства просрочены более года в полном объёме, в сумме 14,5 тыс. руб. Из общей величины краткосрочных обязательств по торговым счетам 1484,3 тыс. руб. или 84,11% просрочены более одного года. Обязательства учредителям и другим участникам просрочены в полном объёме, 39,5 тыс. руб. или 31,98% стоимости данного показателя просрочены более одного года. Стоимость авансов полученных, просроченных от 3 месяцев до данного года, составила 478 тыс. руб. или 94,02% всей стоимости авансов полученных.

1538,3 тыс. руб. или 31,84% стоимости краткосрочной кредиторской задолженности просрочено более одного года. Это негативный момент в деятельности анализируемого предприятия ООО ТД «ДУСЛЫК». Несвоевременное погашение (с опозданием) своих долгов чревато тем, что поставщики сырья и материалов будут требовать предоплату.

Таким образом, можно заключить, что анализируемое предприятие в течение отчётного периода в качестве основного источника финансирования активов краткосрочные начисленные обязательства. Начисленные, но не выплаченные заработная плата, прочие краткосрочные обязательства могут быть временно использованы в качестве источников финансирования, причём бесплатно, так как в отличие от банковских кредитов, за их использование не нужно платить проценты. Однако следует учитывать, что предприятие не может полностью контролировать такие начисления, так как сроки их выплат регулируются внешними факторами, в том числе действующим законодательством, изменение которых не зависит от планов и возможностей предприятия.

**2.3 Анализ перспектив развития отношений с поставщиками и подрядчиками организации**

Управление движением кредиторской задолженности — это установление таких договорных взаимоотношений с поставщиками, которые ставят сроки и размеры платежей предприятия последним в зависимость от поступления денежных средств от покупателей.

Следовательно, практически речь идет об одновременном управлении движением как дебиторской, так и кредиторской задолженности. Практическое осуществление такого управления предполагает наличие информации о реальном состоянии дебиторской и кредиторской задолженности и их оборачиваемости. Речь идет об оценке движения дебиторской и кредиторской задолженности в данном периоде. Поэтому в качестве исходных данных для такой оценки должны быть приняты долги, относящиеся именно к этому периоду. Иными словами, из балансовых остатков дебиторской и кредиторской задолженности надо исключать долгосрочную и просроченную, т. е. те элементы долгов, превращение которых в денежные средства относятся к другим временным периодам. Оставшаяся после этого часть дебиторской и кредиторской задолженности есть основа для оценки периодичности поступления долгов покупателей, достаточного погашения кредиторской задолженности, а также балансовых остатков дебиторской и кредиторской задолженности на конец периода при условии их оборачиваемости в соответствии с договорными условиями или установленным порядком расчетов.

В конечном счете, все это позволяет ответить на вопрос, обеспечивают ли договорные условия расчетов с покупателями и поставщиками потребность предприятия в денежных средствах и достаточный уровень его платежеспособности.

Рассмотрим перспективы развития отношений с поставщиками и подрядчиками ООО ТД «ДУСЛЫК». Предположим следующие показатели за квартал (тыс. руб.)

1. Выручка от продаж — 20 000

2. Затраты на проданную продукцию — 15 000

3. Средние балансовые остатки дебиторской задолженности — 8000

4. Из п. 3 — долгосрочная — 500

5. Из п. 3 — просроченная — 1000

6. Средние балансовые остатки кредиторской задолженности — 7000

7. Из п. 6 — долгосрочная — 500

8. Из п. 6 — просроченная — 800

9. Изменение балансовых остатков запасов за период (+, -) – +900

Исходя из приведенных отчетных данных предприятия, можно определить показатели, характеризующие движение дебиторской и кредиторской задолженности.

Однодневная выручка от продаж составляет 20 000 / 90 = 222,2 тыс. руб. Соответствующая ей дебиторская задолженность равна 8000 - 500 - 1000 = 6500 тыс. руб. Следовательно, средняя оборачиваемость дебиторской задолженности как результат договорных условий расчетов с покупателями составляет 29 дней (6500 / 222,2 = 29,25).

Однодневные затраты на проданную продукцию с учетом изменения остатков запасов равны 15 000 + 900/90 = 176,7 тыс. руб. Кредиторская задолженность, относящаяся к оцениваемому кварталу: 7000 – 500- 800 = 5700 тыс. руб.

Средняя оборачиваемость кредиторской задолженности, отражающая условия расчетов с поставщиками, расчетов по оплате труда и расчетов с бюджетом, равна 32 дня (5700 / 176,7 = 32,26).

Таким образом, в среднем через каждые 29 дней предприятие получает оплату от дебиторов и через каждые 32 дня обязано платить кредиторам.

Еще раз обращаем внимание читателя на то, что эти средние показатели оборачиваемости сложились как совокупный результат всех договорных условий расчетов с покупателями и поставщиками, а также сроков выплат по фонду оплаты труда и бюджету. Поэтому они могут служить для оценки влияния на финансовое состояние предприятия условий расчетов с покупателями и поставщиками.

Если условия расчетов не нарушаются, то каждые 29 дней предприятие получает денежные средства от покупателей в сумме, равной 6500 тыс. руб., а каждые 32 дня уплачивает кредиторскую задолженность в размере 5700 тыс. руб. Если такие же условия расчетов сохраняются и в последующих кварталах, то можно проследить движение платежей дебиторов и кредиторам и состояние денежных средств на каждую дату платежа дебиторов и платежа кредиторам. При этом можно оценить, порождают ли сложившиеся условия расчетов недостаток средств в обороте или свободные средства в обороте, какова величина названных средств, в течение какого периода времени они имеют место, определить остатки дебиторской и кредиторской задолженности на конец периода, оценить в целом влияние условий расчетов на финансовое состояние предприятия, факторы, формирующие характер этого влияния. В конечном счете оценка всего перечисленного позволяет принимать решения об изменениях условий расчетов с покупателями и поставщиками в пределах имеющихся возможностей.

В следующей таблице показано движение денежных средств под влиянием расчетов с покупателями и поставщиками в условиях нашего примера. Предполагается, что такие условия расчетов действуют в течение двух кварталов.

Таблица 2.3.2 Движение дебиторской и кредиторской задолженности предприятия при соответствии условий расчетов договорным (тыс. руб.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Порядковый номер дня платежа | Поступление платежей дебиторов | Платежи кредиторам | Свободные средства (+), недостаток средств в обороте (-) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 29 | 6500 | — | +6500 |
| 32 | — | 5700 | +800 |
| 58 | 6500 | — | +7300 |
| 64 | — | 5700 | +1600 |
| 87 | 6500 | — | +8100 |
| 90 | — | — | +8100 |
| 96 | — | 5700 | +2400 |
| 116 | 6500 | — | +8900 |
| 128 | — | 5700 | +4000 |
| 145 | 6500 | — | +9700 |
| 160 | — | 5700 | +4000 |
| 174 | 6500 | — | +10 500 |
| 180 | — | — | +10 500 |

Результаты расчета показывают, что взаимоотношения предприятия ООО ТД «ДУСЛЫК» с дебиторами и кредиторами, соответствующие условиям расчетов с ними, благоприятны для предприятия: в обороте постоянно присутствуют свободные средства, сумма которых последовательно растет. Однако рост свободных средств не является равномерным: по состоянию на отдельные даты их сумма снижается, а затем снова возрастает. В течение всего периода предприятие может использовать в обороте свободные средства в размере 800 тыс. руб., а в отдельные отрезки времени — значительно большие суммы. В этих условиях предприятие способно погасить просроченную кредиторскую задолженность (800 тыс. руб.), даже если дебиторы не вернут свои просроченные долги (1000 тыс. руб.).

Рассмотрим теперь состояние балансовых остатков дебиторской и кредиторской задолженности и их влияния на уровень коэффициента общей ликвидности. Сравним эти данные на две даты — 90-ый день и 180-й день. Допустим, что к 90-му дню погашена вся просроченная кредиторская задолженность и не возникает в последующем; погашена и не возникает в последующем также вся просроченная дебиторская задолженность. Долгосрочная дебиторская и кредиторская задолженность сохраняется в прежних размерах.

Как видно из данных табл. 2.4.1, на 90-ый день переходящие остатки дебиторской задолженности соответствуют 3 дням (последний платеж дебиторов осуществляется на 87-й день), а кредиторской задолженности — 26 дням (последний платеж кредиторам производится на 74-й день). Таким образом, на конец квартала краткосрочная дебиторская задолженность составит 222,2 x 3 = 666,6 тыс. руб., а краткосрочная кредиторская задолженность — 176,7 x 26 = 4954,2 тыс. руб. Других краткосрочных заемных источников финансирования предприятие не имеет.

Стоимость оборотных активов зависит, кроме краткосрочной дебиторской задолженности, от стоимости запасов, остатков денежных средств и долгосрочной дебиторской задолженности. Но даже не зная стоимости оборотных активов на каждую из рассматриваемых дат, можно предположить, что на конец полугодия уровень коэффициента общей ликвидности будет выше, чем на конец квартала: кредиторская задолженность на конец полугодия ниже, а дебиторская — выше, чем на конец квартала. При этом нет опасности возникновения просроченной кредиторской задолженности, т. к. предприятие имеет большую сумму свободных средств в обороте. Эта сумма, однако снизится на 192-й день до 7800 тыс. руб., т. к. наступит срок расчетов с кредиторами. До следующей даты платежей кредиторам предполагается поступление дебиторской задолженности и свободные средства на некоторое время составят 11 300 тыс. руб. (4800 + 6500 = 11 300).

Таким образом, в условиях нашего примера при соблюдении дебиторами договорных сроков платежей предприятие имеет средства для своевременных расчетов с кредиторами и постоянно располагает свободными средствами в обороте.

Столь благоприятные условия обеспечиваются двумя обстоятельствами (7, С. 52):

1. Средний однодневный размер выручки от продаж превышает среднюю однодневную сумму затрат на проданную продукцию и прироста балансовых запасов.

2. Дебиторская задолженность оборачивается быстрее кредиторской задолженности.

Влияние каждого из названных обстоятельств на формирование свободных средств в обороте, а, следовательно, на достаточность платежей дебиторов для своевременного погашения кредиторской задолженности неравнозначно. Допустим, что в ООО ТД «ДУСЛЫК» изменилось только одно условие: средняя однодневная выручка от продаж меньше средних однодневных затрат и изменения остатков запасов.

Таким образом, при установлении условий расчетов с покупателями и поставщиками предприятию во многих случаях приходится делать выбор между наличием свободных средств в обороте и сохранением необходимого уровня платежеспособности. В зависимости от конкретных условий и показателей деятельности определяется, что важнее в данном периоде для улучшения финансового состояния — свободные средства в обороте или повышение платежеспособности.

**3. Разработка рекомендаций по формированию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками ООО ТД «Дуслык»**

**3.1 Обоснование необходимости разработки рекомендаций**

Для того чтобы эффективно управлять долгами компании необходимо, в первую очередь, определить их оптимальную структуру для конкретного предприятия и в конкретной ситуации: составить бюджет кредиторской задолженности, разработать систему показателей (коэффициентов), характеризующих, как количественную, так и качественную оценку состояния и развития отношений с кредиторами компании и принять определенные значения таких показателей за плановые. Вторым шагом в процессе оптимизации кредиторской задолженности должен быть анализ соответствия фактических показателей их рамочному уровню, а также анализ причин возникших отклонений. На третьем этапе, в зависимости от выявленных несоответствий и причин их возникновения, должен быть разработан и осуществлен комплекс практических мероприятий по приведению структуры долгов в соответствие с плановыми (оптимальными) параметрами.

#### Стратегический подход.

Для того чтобы отношения с кредиторами максимально соответствовали целям обеспечения финансовой устойчивости (безопасности) компании и увеличению ее прибыльности и конкурентоспособности, менеджменту компании необходимо выработать четкую стратегическую линию в отношении характера привлечения и использования заемного капитала.

Первый основополагающий вопрос, который в связи с этим встает перед руководством фирмы это: вести бизнес за счет собственных или привлеченных средств? Второй "дилеммой" является количественное соотношение собственного и заемного капитала. Ответы на данные вопросы зависят от множества факторов как внешнего (отраслевые особенности, макроэкономические показатели, состояние конкурентной среды и т. д.), так и внутреннего (корпоративного) порядка (возможности учредителей, кредитоспособность, оборачиваемость активов, уровень рентабельности, дефицит денежных средств, краткосрочные цели и задачи, долгосрочные планы компании и многое другое).

Принято считать, что предприятие, которое пользуется в процессе своей хозяйственной деятельности только собственным капиталом, обладает максимальной устойчивостью. Однако такое допущение в корне не верно. С точки зрения конкурентной борьбы на рынке не имеет значения, какими капиталами оперирует бизнес: своими или заемными. Единственная разница может заключаться в различиях стоимости этих двух категорий капитала. Кредиторы (будь-то банки или поставщики товаров и услуг) готовы кредитовать чей-то бизнес только в обмен на определенный (иногда довольно высокий) доход (процент). При этом даже собственный капитал не является "бесплатным", так как вложения производятся в надежде получить прибыль, выше той, которую платят банки по депозитным счетам. С точки зрения стратегического развития компании отправной точкой должны быть: размер и динамика прибыльности бизнеса, которые напрямую зависят от размера занимаемой на рынке доли, ценовой политики и размера издержек производства (обращения). Вопрос же источников финансирования бизнеса является, по отношению к целям достижения конкурентоспособности предприятия, вторичным.

Таким образом, менеджеры в ходе разработки стратегии кредитования собственного бизнеса должны исходить из решения следующих первоочередных задач - максимизации прибыли компании, минимизации издержек, достижения динамичного развития компании (расширенное воспроизводство), утверждения конкурентоспособности - которые, в конечном итоге и определяют финансовую устойчивость компании. Финансирование данных задач должно быть достигнуто в полном объеме. Для этого, после использования всех собственных источников финансирования (собственный капитал и прибыль - наиболее дешевые ресурсы), должны быть в заданном объеме привлечены заемные средства кредиторов. При этом наиболее весомым ограничивающим фактором в процессе планирования использования заемного капитала необходимо считать его стоимость, которая должна позволять сохранить рентабельность бизнеса на достаточном уровне.

#### Тактические особенности.

Следующим этапом в ходе разработки политики использования кредитных ресурсов является определение наиболее приемлемых тактических подходов. Существует несколько потенциальных возможностей привлечения заемных средств: 1) средства инвесторов (расширение уставного фонда, совместный бизнес); 2) банковский или финансовый кредит (в том числе выпуск облигаций); 3) товарный кредит (отсрочка оплаты поставщикам); 4) использование собственного "экономического превосходства"

Средства инвесторов. Так как, процесс привлечения дополнительных финансовых ресурсов для целей собственного бизнеса рассматривается нами с точки зрения максимизации безопасности данного процесса, то следует остановиться на двух наиболее важных, в данном аспекте, характеристиках этого способа займа. Первая - относительная дешевизна: как правило, инвесторы, обменивающие свои средства на корпоративные права (доли, акции) рассчитывают на дивиденды, которые фиксируются в учредительных документах (или устанавливаются на собрании участников) в виде процентов. При этом, в случае отсутствия прибыли на предприятии, вложенный в дело капитал может быть "бесплатным". Вторая особенность - возможность инвесторов влиять на процессы управления в созданном хозяйственном обществе (право голоса на собрании акционеров или участников). Поэтому следует позаботиться о сохранении контрольного пакета. Иначе ваш, изначально собственный капитал, может превратиться в капитал, переданный в займы новому инвестору. Отсюда следует вывод о явной ограниченности размеров привлекаемых средств корпоративных инвесторов: в общем случае их не должно быть больше ваших первоначальных инвестиций: даже если акции (паи) "распылены" между несколькими держателями, то все равно остается риск (особенно если речь идет об успешном предприятии) сосредоточения корпоративных прав под единым контролем.

Финансовый (денежный) кредит, как правило, предоставляется банками. Это один из наиболее дорогостоящих видов кредитных ресурсов. Ограничивающие факторы: высокий процент, необходимость надежного обеспечения, "создание" солидных балансовых показателей. Не смотря на "дороговизну" и "проблематичность" привлечения, возможности банковского кредита (в отличие от инвестиционного) должны быть использованы компанией на все 100%. Если проект, реализуемый компанией действительно "рассчитан" на конкурентоспособный уровень рентабельности, то прибыль, полученная от использования финансового кредита всегда будет превышать необходимый к уплате процент. Банки хотя и дают предпочтение такому виду обеспечения предоставленных кредитов, как залог, но могут довольствоваться и гарантией третьего лица (если имеются платежеспособные учредители или другие заинтересованные лица). Балансовые показатели также обладают некоторой "гибкостью", как в процессе их формирования, так и в ходе их восприятия принимающей стороной. Наличие презентабельных отчетных показателей, хотя и выступает обязательным условием для банковского служащего, но может, в какой-то степени, игнорироваться в виду наличия реальных гарантий и обеспечения предоставляемого кредита. Одним существенным недостатком финансовых заемных средств, особенно в сравнении с инвестиционными, является наличие строго определенных сроков их возврата.

Товарный кредит. Основной положительной отличительной чертой данной разновидности получения заемных средств является наиболее простой (не заформализированный) способ привлечения. Товарный кредит, как правило, не требует (в отличие от финансового) привлечения залога и не связан со значительными расходами и продолжительностью оформления (в отличие от инвестиций). В отечественных условиях товарный кредит между юридическими лицами чаще всего представляет собой поставку товаров (работ, услуг) по договору купли-продажи с отсрочкой платежа. При этом, на первый взгляд, может показаться, что данный "кредит" предоставляется бесплатно, так как договор не предусматривает необходимости начисления и уплаты процентного (или какого-либо иного) дохода в пользу поставщика. Однако следует заметить, что поставщики (и украинские в том числе) прекрасно понимают (иногда только на эмпирическом уровне) принципы изменения стоимости денег во времени, а также способны достаточно точно оценивать размеры "упущенной выгоды" от торможения оборачиваемости активов, замороженных в дебиторской задолженности предприятия. Поэтому компенсация таких потерь закладывается в цену товаров, которая может колебаться в зависимости от сроков предоставленной отсрочки.

Там, где контроль за недополученной прибылью значительно ослаблен (госпредприятия, крупные акционерные и промышленные компании) потери, связанные с товарным кредитованием зачастую компенсируются за счет "неформальных" платежей руководству или служащим компании.

Экономическое превосходство**.** Очень часто строится и на отношениях товарного кредита и на других разновидностях кредитования. Суть использования преимуществ, связанных с собственным экономическим превосходством, заключается в возможности диктовать и навязывать поставщику (кредитору) собственные "правила" игры на рынке и характер договорных отношений (или, как это зачастую происходит - нарушать эти самые договорные отношения без "особых" последствий для собственного "превосходящего" бизнеса).

Экономическое превосходство заемщика пред кредитором может возникать в силу следующих обстоятельств:

- монопольное положение покупателя на рынке (монопсония);

- различия в экономических потенциалах совокупные активы покупателя значительно превосходят активы поставщика;

- маркетинговые преимущества (например, мелкий или начинающий производитель, стремящийся продвинуть свою продукцию (торговую марку) в сеть крупных супермаркетов или элитных магазинов не в "состоянии" диктовать свои условия или требовать выполнения "всех" обязательств, так как может оказаться без "нужного" заказчика);

- покупатель "обнаружил" организационные недостатки в управлении дебиторской задолженностью у кредитора ("пробелы" в учете и контроле, юридическая "несостоятельность" и т. д.).

Как показывает практическая деятельность ни одно предприятие не может обойтись без, хотя бы незначительной, кредиторской задолженности, которая всегда существует в связи с особенностями бюджетных, арендных и прочих периодических платежей: оплаты труда, поставки ТМЦ без предварительной оплаты и т. д. Данный вид кредиторской задолженности нужно рассматривать, как "неизбежный". Она хотя и позволяет временно использовать "чужие" средства в собственном коммерческом обороте, но не имеет принципиального значения, если такие платежи будут осуществлены в установленные сроки.

Таким образом, менеджеры компаний в своем стремлении максимально использовать возможности всех доступных кредитных средств, в том числе и в виде задержек по зарплате, нарушения сроков плановых платежей поставщикам и т. д., должны оценивать "возможности" каждого отдельного вида платежей индивидуально, так как последствия таких "отсрочек" могут иметь различные последствия, не только в зависимости от вида платежа, но и в зависимости от конкретного "невольного" кредитора.

#### Структурные показатели.

Как уже сказали выше, для того чтобы оптимизировать кредиторскую задолженность необходимо определить ее "плановые" характеристики. Наиболее часто используемый коэффициент, связанный с оценкой кредиторской задолженности предприятия - это коэффициент ликвидности, который рассчитывается как отношение величины оборотного капитала к краткосрочным долговым обязательствам.

Менеджеры и финансисты также часто используют, так называемый коэффициент, который представляет собой отношение разницы между текущими активами и стоимостью товарно-материальных активов к текущим обязательствам. И первый и второй показатели должны характеризовать способность предприятия покрывать свои обязательства перед кредиторами. Эти коэффициенты обладают двумя существенными недостатками:

- они оперируют такими понятиями как "краткосрочные" или "текущие" обязательства, срок которых может колебаться от одного дня до одного года. Поэтому не учитывается более детально соотношение сроков платежей в составе как кредиторской, так и дебиторской задолженностей;

- расчет производится, как правило, на дату баланса, или какой либо иной фиксированный момент, что не может в полной мере говорить о действительном состоянии ликвидности компании. Это связано с влиянием множества различных (в том числе и случайных) обстоятельств в какой-то определенный момент (например, на дату баланса предприятие получило "грант" или "дотацию", что не ведет к увеличению кредиторской задолженности, а на следующий день возвратило их).

#### Устранить подобные "недочеты" в системе анализа состояния предприятия позволяют:

В первом случае - например, проведение расчетов с использованием более дискретных значений (распределение задолженностей по месячным периодам или (если необходимо) недельным периодам).

Во втором случае - определять среднемесячное или среднегодовое значение коэффициента ликвидности и других аналогичных показателей.

Одним из наиболее оптимальных рамочных показателей здорового состояния компании можно назвать ситуацию, когда кредиторская задолженность не превышает дебиторскую. При этом, как мы уже отмечали, данное "непревышение" должно быть достигнуто в отношении как можно более дискретного ряда значений (сроков): годовая кредиторская задолженность должна быть не больше годовой дебиторской, месячная и 5-ти дневная кредиторская не более месячной и 5-ти дневной дебиторской соответственно и т.д.

Таким образом, можно сказать, что для того чтобы эффективно управлять долгами компании необходимо, в первую очередь, определить их оптимальную структуру для конкретного предприятия и в конкретной ситуации: составить бюджет кредиторской задолженности, разработать систему показателей (коэффициентов), характеризующих, как количественную, так и качественную оценку состояния и развития отношений с кредиторами компании и принять определенные значения таких показателей за плановые. Вторым шагом в процессе оптимизации кредиторской задолженности должен быть анализ соответствия фактических показателей их рамочному уровню, а также анализ причин возникших отклонений. На третьем этапе, в зависимости от выявленных несоответствий и причин их возникновения, должен быть разработан и осуществлен комплекс практических мероприятий по приведению структуры долгов в соответствие с плановыми (оптимальными) параметрами.

**3.2 Рекомендация по формированию взаимодействия с поставщиками и подрядчиками**

Прогнозирование долговых обязательств, т.е. расчет ожидаемых сумм дебиторской и кредиторской задолженности по месяцам в течение года, в условиях российской экономики может оказаться весьма ориентировочным, но необходимым, так как без него невозможно управлять финансовой деятельностью предприятия и избежать неожиданной нехватки денежных средств в самое неподходящее время.

Расчеты по формированию взаимодействия с поставщиками и подрядчиками на перспективу ведутся на основе бюджета денежных поступлений, связанных с основной производственно-сбытовой деятельностью, и данных финансовой отчетности о движении денежных средств.

Ключевым моментом в расчете ожидаемых денежных поступлений является прогноз продаж, и оценка влияющих на его объем факторов. Для прогнозирования используют прагматические и экстраполяционные методы.

Среди прагматических методов наиболее известны метод Делфи, анализ мнения специалистов и опрос покупателей. Метод Делфи основан на изучении мнения экспертов в индивидуальном порядке для предотвращения склонности к единодушному и однозначному решению. Прогноз на основе усредненного мнения специалистов из разных отделов позволяет произвести простую и достаточно качественную оценку планируемых продаж и соответственно долговых требований без расчета статистических показателей. Его недостаток состоит в изоляции от внешних мнений и возможности группового прессинга. В качестве источника прогнозов может использоваться опрос покупателей и клиентов при помощи контактов по телефону, персонального интервьюирования и анкетирования. В дальнейшем с использованием статистического анализа эти результаты обобщаются в виде гипотез.

Предпосылкой перспективной оценки объема продаж и соответственно величины долговых требований и обязательств на основе методов экстраполяции является наличие достаточно длинного временного ряда препятствующих значений этих величин, стабильность условий работы предприятия, устойчивость тенденций его развития. Важное значение имеют и сроки прогнозирования: чем они короче, тем надежнее результаты экстраполяции.

Надежность прогнозов при использовании экстраполяционного метода зависит в первую очередь от формулировки функции, выражающей прошлые тенденции, от ее стабильности и эластичности. С целью установления параметров этой функции используют специфические экономико-статистические методы, подробно описанные в специальной литературе.

При прогнозировании долговых обязательств и составлении бюджета денежных средств на определенную дату необходимо определить срок коммерческого кредита, предоставляемого покупателями, и срок отсрочки по оплате счетов за покупки, полученной предприятием от поставщиков. В первом случае срок кредита рассчитывают путем деления суммы краткосрочной дебиторской задолженности покупателей и заказчиков за год на годовой объем продаж, во втором случае сумма кредиторской задолженности делится на величину, равную стоимости закупок материальных ресурсов.

Аналитику, привлеченному со стороны, необходимо детально вникнуть в торговую и кредитную политику руководства предприятия. Ее эффективность обычно определяют путем сопоставления условий товарного кредита с фактическими сроками взыскания дебиторской задолженности. Кроме объема продаж динамика дебиторской задолженности во многом зависит от торговой политики, в частности от принятых решений об увеличении сроков коммерческого кредитования, снижении цен или распространении кредита на товары, которые раньше продавались на условиях предоплаты или немедленной оплаты счетов.

Для анализа и прогноза следует использовать данные о структуре кредиторской задолженности на несколько последних отчетных или промежуточных дат. Она характеризует сроки задолженности по каждому кредитору, а не средний период возврата соответствующих сумм. Сопоставив данные за несколько месяцев, аналитик может выявить новые счета с нормальной и просроченной задолженностью и предсказать по ним время погашения платежа.

При прогнозировании долговых требований и обязательств следует придерживаться определенной осмотрительности и профессионального скептицизма. Нельзя стремиться к завышению активов за счет дебиторской задолженности, сомнительной к взысканию. В то же время неразумно занижать обязательства кредиторам, что в условиях неопределенности рынка чревато негативными последствиями.

Стоимость дебиторской задолженности в соответствии с договором важна для бухгалтерии организации-кредитора (для последующего взыскания и отражения в балансе и других формах финансовой отчетности). Величина реальных к возврату долгов дебиторов интересует собственников предприятия, оценщиков его активов, аудиторов, финансовых аналитиков, специалистов инвестиционных и иных организаций.

Поскольку денежные средства за время просрочки платежа дебиторами обесцениваются, более правильно для исчисления реальной суммы долгов и потерь от их невзыскания или позднего взыскания использовать формулу наращенной суммы долга (13, С. 14):

S = Р (1 + ih), (3.2.1)

где S - наращенная сумма дебиторской задолженности;

Р - величина первоначальной суммы долга;

i - годовая ставка рефинансирования;

h - отношение срока продолжительности задержки платежа к числу дней в году.

Например, покупатель задержал оплату счета в сумме 500 000 руб. на 3 месяца против обусловленного договором срока платежа. Годовая ставка рефинансирования -20 %. Наращенная сумма долга составит:

S = 500 000 (1+ 3\*0,2/12) = 525 000 (руб.).

Обесценение дебиторской задолженности происходит и за счет инфляции. Сумму долга с учетом инфляции можно определить исходя из индекса изменения покупательной способности денег, представляющего собой отношение стоимости 1 руб. на начало и окончание срока просрочки платежа.

Например, покупатель имеет просроченный платеж в сумме 600 000 руб. Индекс инфляции за это время составил 12 %. Индекс изменения покупательной способности денег:

1: (1 + 12 %) = 1 : 1,12 = 0,893.

Наращенная сумма дебиторской задолженности:

600000: 0,893 = 671892 (руб.).

Если нужно определить текущую или будущую стоимость дебиторской задолженности более чем за один год, необходимо применить формулу сложных процентов.

Формула наращенной суммы долга в этом случае принимает вид:

где n - число лет или количество периодов времени для расчета.

Существуют специальные расчетные таблицы накопленной стоимости одной денежной единицы за n лет или другие периоды времени, которые существенно облегчают расчеты наращенной суммы долговых обязательств. При оценке кредиторской задолженности используют в основном те же методы, что и при исчислении дебиторской. В действующей практике бухгалтерского учета исходят из номинальной договорной стоимости товаров (услуг), отпущенных покупателям и потребителям без предварительной или немедленной оплаты, сумм, признанных плательщиками, или присужденных судом претензий, расчетов по депонированным суммам, причитающимся дивидендам, предстоящим платежам и др.

Текущая оценка кредиторской задолженности используется в аналитических целях. Она представляет собой дисконтированную величину будущего платежа поставщикам и подрядчикам. Если задолженность кредиторам может быть погашена разными способами или при различных условиях платежа, дисконтируется минимальная из возможных оценок. Например, при покупке сырья и материалов в качестве условий платежа предусматривается 3 %-ная скидка от суммы сделки при оплате счета в течение 20 дней и пеня 5 % , если срок оплаты превысит 2 месяца. Минимальной оценкой кредиторской задолженности в этом случае будет сумма по счету-фактуре за минусом 2 %. Такой вариант оценки соответствует бухгалтерскому принципу осмотрительности, согласно которому сумма ожидаемых поступлений не должна быть завышена. Рыночная, экспертная и юридическая (правовая) оценка кредиторской задолженности аналогична оценке долгов дебиторов с позиций кредитора.

**Выводы и предложения**

В курсовой работе были рассмотрены вопросы, касающиеся анализа системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками. В ходе раскрытия данной проблемы были даны основные понятия и сущность системы взаимодействия с деловыми партнерами, подробно описаны цели и задачи делового партнерства.

Анализ системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками необходим не только руководству и главному бухгалтеру организации, но и работникам ее финансовой и юридической служб, руководителям отделов маркетинга и продаж, аудиторам для того, чтобы дать объективную оценку финансового состояния организации, реальности погашения и обеспечения ею обязательств.

Для этого в бухгалтерском учете создана целостная система регистров, счетов и субсчетов, методов учета и контроля долговых обязательств, которая постоянно совершенствуется. Значительный импульс этому дал переход российской экономики на рыночные условия. Появились новые виды дебиторской и кредиторской задолженности, возросла роль долговых обязательств в экономике организаций. В условиях рынка ни одна из них не может обходиться без долговых обязательств, одновременно являясь и дебитором, и кредитором.

Несомненно, полезен такой анализ поставщикам и подрядчикам, работникам налоговых органов, финансовых служб - всем, кто имеет или намерен иметь хозяйственные отношения с организацией, чтобы убедиться в ее способности платить по обязательствам.

Особое значение анализ дебиторской и кредиторской задолженности организаций имеет для банков и других кредитных учреждений, для инвестиционных фондов и компаний, которые, прежде чем предоставить кредит или осуществить финансовые вложения, с особой тщательностью анализируют бухгалтерскую отчетность клиентов, в том числе и их долговые обязательства. Многие банки и инвестиционные компании имеют в своем штате финансовых и кредитных аналитиков или пользуются услугами сторонних специалистов.

Наиболее обстоятельно свои долговые обязательства должны анализировать сами экономические субъекты для нужд управления финансовой деятельностью и информирования акционеров и других собственников. Вот почему данные о дебиторской и кредиторской задолженности раскрываются в годовой бухгалтерской отчетности.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

Как недостаток в организации бухгалтерского учёта кредиторской задолженности на предприятии можно отметить то, что в учётной политике не предусмотрено создание резерва по сомнительным долгам.

ООО ТД «ДУСЛЫК» рекомендуется создавать резерв по сомнительным долгам. Учитывая, что отражение резерва в бухгалтерском учёте законодательно не прописано, считаем целесообразным ООО ТД «ДУСЛЫК» предусмотреть в учётной политике формирование резерва по сомнительным долгам в бухгалтерском учёте по тем же правилам, что и в налоговом учёте.

Преимущество будет заключаться в том, что:

1. Для начисления налога на прибыль можно использовать данные бухгалтерского учёта, не корректируя их;

2. Не нужно исчислять и отражать в бухгалтерском учёте разницы, прописанные в ПБУ 18/02 – их просто не будет.

Результаты анализа позволяют сделать следующие выводы.

По результатам анализа состава и структуры дебиторской задолженности, можно сделать вывод, что на начало 2007 года наибольший удельный вес в структуре.

По результатам анализа кредиторской задолженности на начало 2007 года наибольший удельный вес в структуре кредиторской задолженности: занимает задолженность перед поставщиками и подрядчиками – 34,2%, задолженность перед государственными внебюджетными фондами – 33,6%; задолженность по налогам и сборам – 15,6%.

Анализ изменения структуры кредиторской задолженности показал, что существенных изменений в ней не произошло. Значительнее всего увеличилась доля задолженности прочим кредиторам на 1,00%.

Возросла оборачиваемость дебиторской задолженности с 2,64 раза до 2,96 раз. Это говорит о том, что дебиторская задолженность предприятия быстрее.

ООО ТД «ДУСЛЫК» можно предложить следующие рекомендации по совершенствованию системы взаимодействия с поставщиками и подрядчиками:

1) ужесточить механизм истребования долга. Для этого предприятию рекомендуется применять систему штрафов, что должно быть предусмотрено в условиях договора с контрагентами. Кроме того, в условиях договора необходимо предусматривать сроки расчётов за отпускаемую предприятием продукцию;

2) ежемесячно сверять расчёты с покупателями. Ежемесячная проверка дебиторской позволит высвободить из оборота средства в сумме 61,7 тыс. руб. Они могут быть направлены на погашение задолженности кредитора.

### Список использованной литературы

I. Нормативно-правовые акты:

1. Трудовой кодекс РФ / Федеральный закон от 30 декабря 2001 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2001 г. - №197.

2. Гражданский кодекс РФ / Федеральный закон от 2 декабря 2004 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2004 г. - №156.

3. Федеральный закон РФ от 8 февраля 1998 г. №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственности» в ред. ФЗ РФ от 29.12.2004 г. №192-ФЗ//СЗ РФ. – 1998. - № 7. – Ст. 785; СЗ РФ. – 2005. – № 1 (1). – Ст. 18.

II. Специальная литература:

4. Государев, М.А. Анализ развития форм межфирменных отношений / М.А. Государев // Экономический анализ: теория и практика. - 2006.- №2. – С. 38-48.

5. Гранкина, Н. Стратегия выбора партнеров по каналу сбыта / Н. Гранкина // Маркетинг. – 2007. - №5. – С. 29-32.

6. Толоконникова, Т.А. Выбирая партнера… / Т.А. Толоконникова // Российское предпринимательство. – 2006. - №11. – С.3-5.

7. Агеев, А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А.И. Агеев. - М.: Искра, 2001. – 245 с.

8. Бусыгин, А. Предпринимательство: Основной курс / А. Бусыгин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 141 с.

9. Баканов, М.И., Шеремет, А.Д. Теория экономического анализа: учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - М.: Финансы и статистика, 2002. – 423 с.

10. Грачев, И. Развитие малого предпринимательства / И. Грачев // Деньги и кредит. - 2001. -№1. – С. 3-4.

11. Грузинов, В., Грибов, В. Экономика предприятия / В. Грузинов, В. Грибов. - М.: Юниор, -2002. – 82 с.

12. Камаев, В. Д. Экономика и бизнес / В.Д. Камаев. – М.: Право, 2003. – 167 с.

13. Карлоф, Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф - М.: Искра, 2001. – 214 с.

14. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Искра, 2000. – 183 с.

15. Кузлов, М. Курс экономики: Учебник. Основы предпринимательства / М. Кузлов. - М.: Искра, 2004. – 139 с.

16. Лытнева, Н. А., Кыштымова, Е. А. Учет и налогообложение задолженности при расчетах с покупателями / Н.А. Лытнева, Е.А. Кыштымова // Бухгалтерский учёт. - 2002. - №13. – С.13-16.

17. Маркарьян, Э.А., Герасименко, Г.П. Финансовый анализ / Э.А. Макарьян, Г.П. Герасименко. - Ростов-на-Дону: Право, 2001. – 189 с.

18. Парушина, Н.В. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности / Н.В. Парушина // Бухгалтерский учёт, - 2002. - № 4. – С. 18-21.

19. Сысоева, И.А., Дебиторская и кредиторская задолженность / И.А. Сысоева // Бухгалтерский учёт, - 2004. - № 1. – С.

20. Шеремет, А.Д., Сайфуллин, Р.С. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфуллин. - М.: ИНФРА-М, 2002. – 216 с.