

«пузыри» на различных рынках обеспечивают экономический рост, тогда как пружиной экономического развития являются совсем другие процессы.

Органам власти всех стран предстоит взглянуть с нравственных позиций на будущее развитие своих экономик с учетом их исторических, религиозных и культурных традиций. Свой путь должны пройти все институты общества в тесном взаимодействии: общественные организации, бизнес, органы власти, церковь и другие духовные организации. Властям всех уровней предстоит законодательно закрепить новые нормы поведения и создать условия для их неукоснительного соблюдения, а гражданскому обществу предстоит научиться контролировать власть.

Свою роль в формировании умной и нравственной экономики, духовном возрождении общества предстоит сыграть средства массовой информации в силу их мощного воздействия на общественное сознание. Недоценивать их влияние было бы серьезной ошибкой. Следует день за днем формировать и развивать новые образцы поведения – красиво и ярко, находя эти образцы в реальной деятельности людей и способствуя их распространению. СМИ должны развивать у людей уверенность в себе, в свои способности и возможности. Стимулировать творческую активность, желание развивать себя, желание помогать друг другу, создавая социальные сети.

Нам нужен нравственный прорыв, и готовить его нужно сейчас, сегодня, ибо завтра может быть уже поздно, так как мы можем столкнуться с необратимыми последствиями распада социума, потери государственности. И это длительный процесс.

#### **Вывод**

Только нравственная экономика может быть самой эффективной, потому что только увлеченные и счастливые люди могут работать с полной отдачей. Пока же мы, незаметно для многих, движемся в обратном направлении.

На самом деле, мир уже движется к нравственной экономике, меняясь после каждого кризиса, но не вполне осознавая это. Такое движение подобно поиску выхода из лабиринта, когда на пути нередко встречаются тупики или происходит движение в обратную сторону. Тогда приходится изобретать что-то новое. И очередная волна технологических открытий ускорит развитие тех стран, которые сумеют «оседлать» эту волну, опираясь на духовные ценности.

#### **Литература**

1. Блинов А.О. Формирование имиджа России как инструмент управления ее развитием// Проблемы теории и практики управления. 2013. №7. с.28 - 34
2. Блинов А. Захаров В., Захаров И. Особенности мотивации в кризисной ситуации// Экономист. 2010. № 3. С.12
3. Шедько Ю.В., Миндлин Ю.Б. Стратегия инновационного развития экономики региона // Национальная безопасность. 2011. №5. С. 77 - 87.

#### ***Кредитный анализ компаний-дебиторов как инструмент обеспечения конкурентоспособности***

Герасимова Е.Б., д.э.н., профессор  
*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
кафедра «Экономический анализ»  
г. Москва, Россия,  
egerasimova@fa.ru, 8(499)6155892*

*Аннотация.* В статье рассматриваются подходы к проведению анализа кредитоспособности компаний-дебиторов, приводится система показателей для анализа финансового состояния компании-дебитора.

*Ключевые слова.* Платежеспособность, кредитоспособность, анализа финансового состояния, бенчмаркинг

Аналитический инструментарий по праву считается одним из наиболее эффективных способов обеспечения конкурентного преимущества компании. Среди объектов, подлежащих анализу и оценке, взаимоотношения с дебиторами занимают значимое место. Управление дебиторской задолженностью является важнейшим фактором финансовой устойчивости компании в широком понимании, влияет на платежеспособность, кредитоспособность, конкурентоспособность товаров, работ, услуг на рынке. Следовательно, осуществлению аналитических процедур в процессе управления взаимоотношениями с дебиторами (в том числе так называемому кредитному анализу) следует уделять особое внимание. Необходимо повышать эффективность кредитного анализа, обеспечивать преемственность и регулярность проведения аналитических процедур.

В промышленно развитых странах практика кредитного анализа сложилась достаточно давно на фоне законодательного запрета на недобросовестную конкуренцию, который в выстраивании взаимоотношений с дебиторами означает следующее: компании не вправе устанавливать для разных компаний-дебиторов разные условия торгового кредита. Но можно предлагать разные условия продажи разным категориям покупателей: устанавливается система оценки платежеспособности компании, выделяются категории платежеспособности, а платежеспособность конкретной компании-дебитора определяется на основе кредитного анализа.

Как правило финансовые менеджеры используют несколько способов установления категории платежеспособности покупателя. Необходимо не отдельно и эпизодическое их применение, но разработка методики кредитного анализа на основе комбинации методов финансово-экономического анализа. Автор предлагает несколько этапов проведения такой методики.

Этап 1. Анализ истории взаимоотношений с компанией-дебитором.

На этом этапе финансовый менеджер изучает документы, описывающие взаимоотношения с компанией-дебитором в прошлые периоды (не менее одного финансового года) и оценивает добросовестность оплаты счетов по предыдущим поставкам. В данном случае преобладают инструменты статистического анализа, имеющие ряд недостатков в целях планирования работы с покупателем в будущем. Исторический анализ не предлагает менеджеру высокую степень точности. Например, компания может вовремя оплачивать серию поставок на небольшую сумму, но после крупной поставки просто исчезнуть (это довольно распространенная форма мошенничества).

Этап 2. Запрос информации.

Для оценки платежеспособности нового клиента можно затребовать информацию у специализированных агентств или навести справки у контрагентов компании. Недостатком этого метода является отсутствие развитого информационного рынка и необязательность ответа на запрос сторонней организации о внутренних аспектах бизнеса. Эффективность запроса повышается при наличии личных контактов между менеджментом компании-кредитора и компаний-контрагентов.

Если клиент компании является открытым акционерным обществом, можно найти информацию о его репутации и финансовой устойчивости в средствах массовой информации: финансовая отчетность, отчетность эмитента ценных бумаг, котировки акций, прочая информация, способная повлиять на долгосрочную устойчивость компании.

Этап 3. Анализ финансового состояния компании-дебитора.

Анализ финансового состояния клиента следует проводить систематически, подробно на основе постоянно обновляемых данных. Если рассматривать такой анализ согласно самым высоким требованиям, он должен включать в себя детальный анализ деловых перспектив компании и ее финансов.

Здесь уместно вспомнить, что аналитик занимается реконструкцией финансово-хозяйственной деятельности компании (см. рис. 1).

На практике такая работа чересчур затратна и вряд ли оптимальна, учитывая высокую скорость принятия решений в компании. Поэтому аналитики концентрируют свое внимание на анализе финансовой отчетности компании-клиента методом финансовых коэффициентов.



Рисунок 1 - Схема аналитической деятельности менеджера по управлению дебиторской задолженности

Взаимосвязь групп финансовых коэффициентов для анализа кредитоспособности компании-дебитора представлена на рис.2.

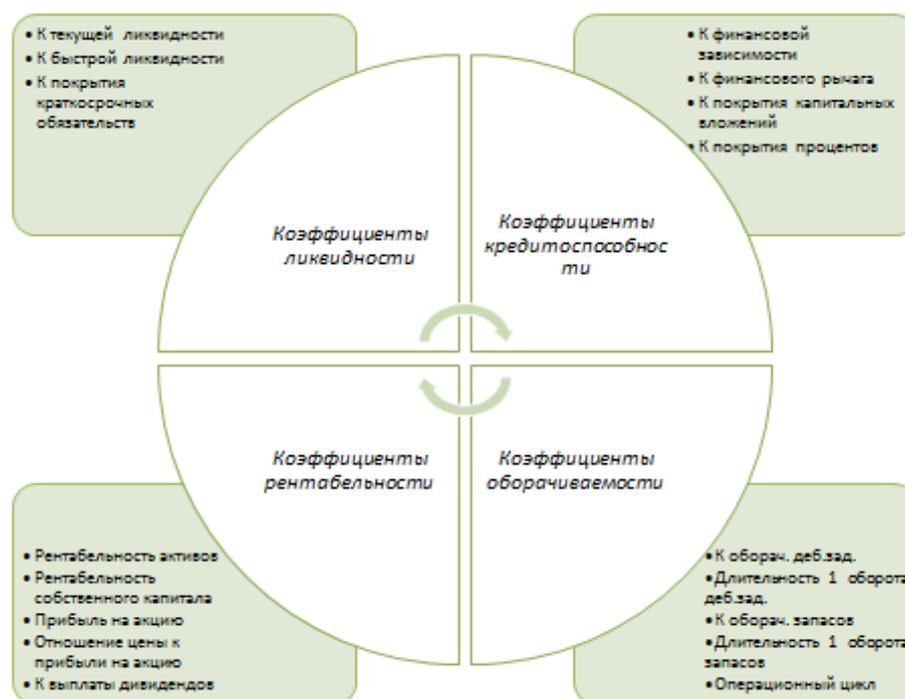


Рисунок 2 - Методика анализа кредитоспособности компании-дебитора

Основные группы финансовых коэффициентов:

- коэффициенты ликвидности и оборачиваемости;
- коэффициенты структуры капитала.

Дополнительно можно проанализировать рентабельность деятельности (при условии потенциала долгосрочного сотрудничества), а также показатели динамики денежного потока.

Анализ финансовых коэффициентов позволяет дать оценку финансового состояния компании-дебитора на отчетную дату (несколько отчетных дат). Классическая методика анализа финансового состояния полностью применима для решения вопроса о платежеспособности компании-дебитора, поскольку ее финансовое состояние отражает способность финансировать текущую деятельность на расширенной основе, постоянно поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность. Финансовый

менеджер заинтересован в том, чтобы у компаний-дебиторов был достаточный объем капитала, оптимальную структуру активов и источников их финансирования, доходы постоянно превышали расходы, обеспечивая тем самым стабильную платежеспособность и рост рентабельности.

Оценка финансового состояния компании-дебитора позволяет оценить эффективность управления бизнесом в целом, т.к. финансовое состояние зависит от результатов производственной, коммерческой и финансовой деятельности (эффективного использования производственных ресурсов, управления продажами, себестоимостью, формирования сбалансированной структуры финансовых ресурсов).

Анализируя полученную информацию, аналитик оценивает уровень соответствующих показателей, их динамику за изучаемый период, также проводит бенчмаркинг-анализ – сравнивает показатели компании-дебитора с показателями других предприятий и организаций, ближайших конкурентов, лучших представителей отрасли.

Для отнесения компании-дебитора к определенной категории платежеспособности финансовый менеджер обобщает результаты анализа по трем описанным выше этапам, выносит профессиональное суждение о платежеспособности и финансовой устойчивости компании-дебитора.

### Литература

1. Герасимова Е.Б., Бариленко В.И., Петрусевич Т.В. Теория экономического анализа. – М.: Форум, 2013. 386 с.
2. Герасимова Е.Б., Редин Д.В. Финансовый анализ. Управление финансовыми операциями. – М.: Форум: Инфра-М, 2014. 208 с.
3. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Корпоративные финансы и учет. Понятия, алгоритмы, показатели. М.: Проспект, 2014. 880 с.
4. Мельник М.В., Герасимов Е.Б. Анализ финансового - хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. - М.: Форум: Инфра-М, 2008. 192с.
5. Gitman L. Principles of Managerial Finance. 12th Edition. Pearson Education. 2008. 976 p.

### **Место конкурентоспособности промышленных предприятий в системе факторов экономической безопасности государства**

Головко М.В., к.э.н., доцент

Волгодонский инженерно-технический институт

Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ»,

кафедра «Экономика и социально-гуманитарные дисциплины»

г. Волгодонск, Россия.

MVGolovko@mephi.ru, +7 (8639) 21-25-11

*Аннотация.* В статье рассмотрены современные особенности проблемы экономической безопасности государства и определены факторы ее обеспечения. Обосновано, что конкурентоспособность отечественных промышленных предприятий играет ведущую роль в формировании потенциала развития и независимости национального государства.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность, факторы, конкурентоспособность, независимость, промышленные предприятия.

Экономическая безопасность является приоритетной задачей российского государства, актуализирующейся в условиях внешнеторговых препятствий и ограничений со стороны основных стран-партнеров. Сегодня стратегия импортозамещения является главным условием обеспечения экономической независимости от внешних поставок продукции пищевой, легкой, машиностроительной, фармацевтической и других видов промышленности. Безопасность национальной экономики все в большей степени