УДК 334, 338; 658

***Родичева В.П.***[1]

## ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАСЧЕТОВ С КОНТРАГЕНТАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные проблемы, связанные с оптимизацией дебиторской и кредиторской задолженности организации. Отражается влияние ускорения расчетов с контрагентами на улучшение финансового состояния. Предлагается более широкое использование современных информационных ресурсов для повышения своевременности расчетов.

**Ключевые слова**: цифровизация, конкурентоспособность, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, экономика, финансовая устойчивость.

***Rodicheva V.***

## FEATURES AND PERSPECTIVES OF SETTLEMENTS WITH CONTRACTORS IN MODERN CONDITIONS

**Abstract.** The article discusses the main problems associated with the optimization of the organization's receivables and payables. The effect of accelerating settlements with counterparties on improving the financial condition is reflected. A wider use of modern information resources is proposed to increase the timeliness of settlements.

**Keywords:** digitalization, competitiveness, accounts receivable, accounts payable, economics, financial stability.

В современных условиях хозяйствования стабильность экономики невозможна без финансовой устойчивости организации. Важным в обеспечении финансовой устойчивости организации является своевременный учет, анализ и погашение дебиторской и кредиторской задолженности.

Эффективное управление расчетами с контрагентами способствует не только ускорению оборачиваемости оборотных средств, но и улучшению платежной дисциплины и финансового состояния организации. Оптимальное управление дебиторской и кредиторской задолженностью позволяет высвободить средства из оборота, которые могут быть использованы для других целей без привлечения дополнительных источников финансирования, что увеличивает финансовую устойчивость и платежеспособность организации.

Контроль состояния кредиторской задолженности – важная часть управления организацией в целом, поскольку при умелом управлении такая задолженность может стать дополнительным, а главное, дешевым источником привлечения заемных средств. Поэтому от того, как выстраиваются отношения с контрагентами, согласовываются условия заключаемых договоров, отслеживаются сроки их оплаты, во многом зависит эффективность использования полученных средств. С другой стороны, организация не должна попадать в зависимость от кредиторов и сопоставлять вы-

[1] *Родичева Валентина Петровна,* кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и бухгалтерского учета, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Брянский филиал, e-mail: rodichevav@rambler.ru, т: 8-961-002-10-99
*Valentina Rodicheva*, Associate Professor, Associate Professor, Chair of Economics and Accounting, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Bryansk Branch, e-mail: rodichevav@rambler.ru, t: 8-961-002-10-99

годы от использования привлеченных средств с расходами по их обслуживанию. Правильно разработанная стратегия управления кредиторскими долгами позволяет своевременно и в полном объеме выполнять возникшие обязательства перед клиентами, что способствует созданию положительной репутации.

В России до сих пор сохраняется проблема своевременных платежей. Данная проблема побуждает искать различные пути решения и разрабатывать новые методы управления дебиторской и кредиторской задолженностью.

Состояние расчетов с дебиторами и кредиторами оказывает серьезное влияние на финансовое состояние организации.

Тема управления дебиторской и кредиторской задолженностью является предметом исследования ученых-экономистов Володина А.А. [1], Поляка Г.Б. [2], Романовского М.В. [3], зарубежного экономиста Ван Хорн Джеймса [4] и других.

С развитием рыночной экономики для российского бизнеса стала актуальной задача управления своим имуществом и обязательствами, поэтому возникла необходимость изучения вопроса передового зарубежного опыта, разработка новых, отвечающих требованиям времени методов управления отдельными элементами оборотного капитала и обязательств, в числе которых одно из ведущих мест занимает дебиторская и кредиторская задолженность.

Экономическая нестабильность, как на мировом рынке, так и на отечественном, малый опыт работы в рыночных отношениях обозначили ряд проблем, существующих в современном Российском деловом обществе. Для предупреждения рисков при продаже товаров, услуг, связанных с платёжеспособностью покупателя, возникла необходимость регулярного контроля за дебиторской и кредиторской задолженностью [5].

Для экономической стабильности организации необходимо вести работы по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью, ведению анализа и учёта. Сегодня как никогда актуальны проблемы, решение которых гарантирует улучшение финансового состояния хозяйствующих объектов, это:

– функциональная организация учета кредиторской задолженности в связи с изменениями бухгалтерского учета, с приведением в соответствие к международным стандартам, изменением в налоговой системе России;

– разработка методик анализа и учёта кредиторской и дебиторской задолженности, посредством которых определяются факторы, оказывающие влияние на рост обязательств и принятие мероприятий, позволяющих ликвидировать неоправданные задолженности;

– формирование подхода финансовой политики организации в вопросах работы с кредиторами.

Работа с информацией об обязательствах играет ключевую роль при анализе финансового состояния организации по данным бухгалтерской отчётности. Основными направлениями анализа являются:

– оценка платежеспособности организации через сравнение сумм денежной оценки имущества с суммой обязательств;

– оценка природы источников средств, где рассматривается соотношение сумм источников собственных средств с суммами кредиторской задолженности и анализ рентабельности.

В деятельности организации необходимо достаточно внимания уделять анализу дебиторской и кредиторской задолженности. Главными целями анализа дебиторской и кредиторской задолженности является определение путей оптимизации расчетов и предупреждение образования просроченной задолженности.

Для достижения поставленных целей можно представить следующие задачи анализа состояния расчетов с контрагентами:

– определение величины задолженности;

– определение причин возникновения задолженности;

– разработка и осуществление мероприятий по укреплению платежной дисциплины [6].

При возникновении просроченной дебиторской задолженности организации – кредитору необходимо выяснить причины возникновения, после этого определить методы и инструменты, применимые для данной задолженности.

Причинами возникновения просроченной дебиторской задолженности могут быть:

– невнимательность работы сотрудников организации – дебитора;

– недобросовестное отношение дебитора: дебитор имеет возможность покрыть свои долги, но откладывает оплату своих долговых обязательств, до того, пока ему не вынесут претензию;

– финансовые трудности: с самого начала дебитор отказывается исполнять свои долговые обязательства;

– форс-мажорные обстоятельства.

После того, как причины установлены, организации – кредитору требуется определиться с методами взыскания задолженности [7].

По предмету направления методы взыскания делятся на группы:

1. Методы путём психологического воздействия на дебиторов. Такой метод более эффективен при небольшом периоде задолженности (до 30 дней). Психологическими методами взыскания задолженности могут воспользоваться сотрудники финансовой службы или коммерческого отдела: звонки по телефону, письмо на электронную почту, предупреждение в письменной форме о досудебных претензиях, рассылка по факсу, SMS-сообщения.

Наиболее серьёзные действия организация – кредитор может применить по отношению к дебиторам:

– передача информации о безответственности дебиторов в средствах массовой информации при наличии документального подтверждения о нежелании дебитора оплатить свои долговые обязательства, вследствие наносится ущерб репутации организации – дебитора перед другими кредитными организациями;

– подача заявления в правоохранительные органы на руководителя организации – дебитора о привлечении к уголовной ответственности за нежелание оплаты задолженности или махинации.

2. Экономические методы влияния на дебиторов. Эти методы применяются наряду с психологическими методами воздействия на дебиторов и внедряются в зависимости от повода образования просроченной задолженности, периода просроченного долга, репутации дебитора.

3. Методы юридического воздействия на дебиторов. Это серьёзная мера по взысканию дебиторской задолженности. Данный метод применяется в случае, если срок по взысканию дебиторской задолженности превысил 90 дней просрочки платежа, а переговоры с дебитором и уведомления не приносят никаких результатов. К таким методам юридического воздействия входит: изъятие долга через арбитражный суд, инициирование банкротства дебитора [7].

Таким образом, методы управления дебиторской задолженностью представляют собой более высокую организационную систему. Методы предоставляют возможность прогнозировать, вовремя определить негативные изменения на основе оперативного отслеживания состояния объекта.

Грамотно поставленная работа с контрагентами может привести организацию к стабильному финансовому положению и улучшению перспектив ее развития. Необходимость тщательной проверки расчетов с различными контрагентами обусловлена полной независимостью субъекта хозяйствования как финансовой, так и экономической, при выборе рынка сбыта, поставщиков и подрядчиков, а также при составлении политики ценообразования и выборе источников финансирования.

Своевременное поступление средств и возможность безопасно отсрочить платежи по краткосрочным обязательствам является одним из факторов, играющим важную роль в конкурентной среде. От проведения финансового анализа, мониторинга осуществления платежной дисциплины и качества расчетных операций зависит структура, показатели и динамика объема просроченной задолженности.

От скорости превращения средств в деньги и эффективности управления задолженностью организации зависит финансовый и экономический успех и финансовое положение организации, что объясняет важность управления кредиторской задолженностью. Навыки управления кредиторской задолженностью являются основой системы контроля за денежными потоками организации.

Управление кредиторской задолженностью включает в себя:

– минимизацию процентных платежей и стоимости приобретения товарно-материальных ценностей путем правильного выбора формы долга как банковского, так и коммерческого;

– установку более удобной формы займа и срока погашения;

– предотвращение задолженности, которая приводит к дополнительным расходам, таким как штрафы и пени.

Для управления кредиторской задолженностью, прежде всего, необходимо установление с контрагентами договорных отношений, обеспечивающих своевременное поступление средств для осуществления платежей кредиторам.

Для эффективного управления долгами организации рекомендуется:

– определить их структуру и периодически анализировать соотношения видов задолженности;

– выделить сумму текущей, краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной задолженности по видам контрагентов;

– составить расшифровку бюджета кредиторской задолженности;

– определить количественную и качественную оценку состояния взаиморасчетов с кредиторами;

– не допускать образования просроченной кредиторской задолженности, которая влечет за собой риск приостановки или прекращения деятельности;

– проводить инвентаризацию дебиторской и кредиторской задолженности и своевременное принятие мер по урегулированию задолженности;

– формировать график погашения просроченной кредиторской задолженности;

– анализировать актуальные данные о кредиторской задолженности;

– ежемесячно составлять акты сверок расчетов с кредиторами.

Современные инструменты управления дебиторской и кредиторской задолженностью позволят организации эффективно управлять своими финансами, значительно снизить риск несостоятельности и банкротства.

В ходе оценки финансового состояния хозяйствующих субъектов выявляется значительный рост дебиторской и кредиторской задолженности, что существенно снижает ликвидность баланса, финансовую устойчивость организаций.

На фоне полученных многочисленных неблагоприятных результатов анализа дебиторской задолженности можно заключить, что в некоторых организациях работа со счетами дебиторов ведется явно неудовлетворительно. Результатом этого явилось сложившееся негативное положение с оборачиваемостью дебиторской задолженности, увеличение объема дебиторской задолженности, низкое качество дебиторской задолженности, определяемое высоким коэффициентом просроченной оплаты.

Необходимо исследовать кредитную политику организации. Цель кредитной политики – увеличить объем продаж и не потерять клиентов. Учитывая возможную угрозу банкротства, умеренная кредитная политика является оптимальной, т. к. в текущей ситуации для организации не приемлемы высокий риск (агрессивная) и снижение притока денег (консервативный).

Неэффективное управление дебиторской задолженностью может являться одной из причин несостоятельности рассматриваемой организации в будущем. Политика управления дебиторской задолженностью представляет собой часть общей политики управления оборотными активами и маркетинговой политики организации, направленной на расширение объема реализации продукции, товаров, работ, услуг и заключающейся в оптимизации общего размера этой задолженности и обеспечении своевременной ее инкассации.

Можно констатировать, что в некоторых организациях:

– отсутствует стратегическое направление кредитной политики;

– организация предоставляет своим контрагентам 30-дневную отсрочку без льготных условий;

– отсутствуют стандарты кредитоспособности (т. е. отсрочка предоставляется всем претендентам без исключения);

– в числе партнеров организации присутствуют контрагенты с высокой степенью риска;

– политика инкассации не сформирована.

Перечисленные выше результаты анализа дебиторской задолженности и кредитной политики позволяют сделать вывод, что организациям необходимо осуществлять продуманную стратегию кредитной политики.

Дебиторская и кредиторская задолженность оказывают существенное влияние на стабильное функционирование организации, поэтому руководству необходимо применять эффективные способы управления ими.

Обзор и анализ научной литературы свидетельствует о том, что существует достаточно разнообразное количество методов и приемов управления дебиторской и кредиторской задолженностью.

На сегодняшний день для успешной деятельности организации, достижения поставленных целей руководством, роста конкурентоспособности необходим отлаженный механизм управления, важнейшей частью которого является контроллинг. Согласно исследований зарубежных ученых контроллинг создает предпосылки эффективного управления бизнесом. Это связано с тем, что:

– появляется возможность на выгодных условиях привлекать инвестиции, поскольку повышается качество бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций;

– собственники имеют возможность контролировать действия топ-менеджмента на их соответствие целям организации, а топ-менеджмент, в свою очередь, осуществляет контроль за работой филиалов и структурных подразделений;

– появляется потенциал для эффективного управления расходованием материальных и трудовых ресурсов организации и проведения гибкой ценовой политики.

Контроллинг оказывает корректирующее воздействие при принятии управленческих решений путем информирования о неблагоприятных и положительных изменениях в финансово – хозяйственной деятельности экономического субъекта, позволяя тем самым оперативно реагировать на данные изменения, неся при этом меньшие потери. Процесс контроллинга представляет собой синтез планирования и контроля, поскольку он действует при формировании и координации планов, координирует и концентрирует информационные потоки, является базисом для предложений о дальнейших целях организации.

Контроллинг способствует оптимизации и минимизации дебиторской и кредиторской задолженности, так как данный процесс ориентирован на экономическую эффективность работы организации в целом. Следует отметить, что грамотная организация процесса контроллинга позволяет не только избежать нарушений и ошибок, но и повышает достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Помимо контроллинга в процессе управления дебиторской и кредиторской задолженностью также прибегают к таким методам как мониторинг, распределение ответственности.

Мониторинг дебиторской и кредиторской задолженности подразумевает под собой регулярный контроль данных показателей. Так, в рамках мониторинга осуществляется проверка регистров аналитического учета по дебиторской и кредиторской задолженности, контроль за полнотой и своевременностью поступления денежных средств от контрагентов, проверка документального оформления операций по расчетам, связанных с дебиторской и кредиторской задолженностью, проведение сверок расчетов с дебиторами и кредиторами и другое.

Распределение ответственности представляет собой закрепление полномочий за различными подразделениями, сотрудниками, отражение функций и требований в должностных инструкциях работников. Рассматривая процесс закрепления полномочий и распределения ответственности, целесообразно выделить их уровни управления. Так, традиционно выделяют два уровня распределения ответственности: коллегиальные органы и структурные подразделения. Коллегиальные органы определяют и утверждают политику управления дебиторской и кредиторской задолженностью, которая потом доводится до структурных подразделений для реализации. Осуществление управления дебиторской и

кредиторской задолженностью в рамках центров ответственности улучшит качество всей финансово – хозяйственной деятельности организации и повысит качество исполнения бюджетов организации.

Управление дебиторской и кредиторской задолженностью любой организации с целью повышения ее эффективности требует диверсификации подходов. Еще одним методом управления данными объектами учета является АВС-анализ. Использование данного инструмента позволяет осуществить сегментацию, которая дает возможность применять определенные методы влияния на должников. Таким образом, к группам должников будут применяться разные методы по взысканию долга, которые будут наиболее подходящими, приемлемыми и эффективными именно для этой группы.

В дополнение к данному методу также в организациях используют кредитные лимиты. Предприятие по своему усмотрению может установить максимально допустимый размер дебиторской задолженности как в целом для организации, так и по каждому контрагенту в зависимости от доли выручки в общем объеме продаж за предыдущий период. Применение кредитных лимитов позволит более тщательно проводить контроль за дебиторской задолженностью.

Также немаловажным элементом управления дебиторской и кредиторской задолженностью является персонал организации. На сегодняшний день вопросы вовлеченности персонала в деятельность организации приобретают особую значимость и актуальность. Согласно исследованиям, организации становятся более успешными, если в управление привлекаются сотрудники, поскольку они начинают осознавать свою сопричастность к совершенствованию организации. Благодаря этому организация может обеспечить себе долгосрочное конкурентное преимущество. Для того чтобы повысить заинтересованность и вовлеченность персонала, необходимо его мотивировать при помощи системы премирования. Разработка и внедрение положения о премировании сотрудников за улучшение условий договоров поставки товаров и услуг, в частности за увеличение отсрочек платежа и получение скидок в цене будет способствовать более эффективному управлению дебиторской и кредиторской задолженностью. Руководители проектов должны мотивироваться в зависимости от того, получена ли экономия по проекту и соблюдены ли сроки его реализации, поскольку данное направление оказывает влияние на формирование себестоимости продукции, что в конечном счете может привести к снижению кредиторской задолженности организации. В этом случае персонал организации будет заинтересован в соблюдении сроков исполнения обязательств различного уровня.

В целях улучшения управления дебиторской задолженностью необходимо:

1. На начальном этапе работы необходимо ранжировать покупателей и заказчиков по принципу надежности. Для этого перед подписанием договора проверить деловую репутацию потенциального клиента, проверить его банковские счета, провести предварительный анализ и расчет коэффициентов, чтобы оценить уровень финансовой устойчивости партнера. Далее, на основе собранного материала о будущем партнере можно сделать вывод о том, какую выбирать по отношению к нему кредитную политику.

Можно разбить клиентов на три группы и для каждой группы покупателей разработать собственную программу предоставления скидок и отсрочек за продукцию:

– группа риска. Это покупатели, в отношении которых есть определенные сомнения в их возможности своевременно оплатить поставленную продукцию, либо новые покупатели, в отношении которых отсутствует какая-либо информация об их финансовом положении. Для таких потребителей можно предложить введение штрафных санкций за несвоевременную оплату продукции без предоставления отсрочки. При работе с такими клиентами можно воспользоваться услугой факторинга. Факторинг может быть эффективным инструментом финансирования и оптимизации дебиторской задолженности. Основным преимуществом этого инструмента является быстрое получение денежных средств (что очень важно для поддержания определенного уров-

ня ликвидности организации) и перенесение части затрат по управлению долгом на контрагента. Однако этот инструмент управления дебиторской задолженностью имеет высокую стоимость и влечет за собой ухудшение финансовых отношений с дебитором, поэтому такой метод нужно применять в крайних случаях.

Но так как организация преследует цель – привлечение клиентов, то можно при последующей покупке предоставить отсрочку на минимальный срок и ограниченную сумму. Также организации необходимо объявлять о гибких условиях к постоянным клиентам, чтобы остальные стремились к погашению задолженности в срок и получению таких же условий.

– обычные покупатели. Потребители, приобретающие товар небольшими партиями, как правило, своевременно оплачивают поставленную продукцию. Для таких потребителей возможно предложение предоставления скидок за предоплату продукции, а также предоставление отсрочки в ограниченном объеме.

– надежные покупатели. Постоянные покупатели, чья финансовая история не вызывает сомнения, крупные потребители, имеющие положительную репутацию, своевременно оплачивающие поставляемую им продукцию. Для таких покупателей может быть предложено предоставление скидок при покупке большого объема товаров, за своевременную и (или) досрочную уплату продукции, скидок за предварительную оплату продукции, предоставление отсрочки по реализации.

Разработка определенной формы контракта с покупателями и заказчиками, в которых должны быть предусмотрены существенные условия, определяющие его исполнение, включая порядок взаиморасчетов.

2. Постоянно контролировать состояние расчетов с покупателями, особенно по просроченным задолженностям свыше 60 дней. Управлять дебиторской задолженностью возможно лишь в том случае, если есть локальный нормативный акт, в котором для сотрудников разработаны четкие и понятные алгоритмы действий, закреплена ответственность, сроки и порядок принятия решений о предоставление коммерческого кредита (поставках в отсрочку и т.д.).

3. Разработать определенные условия кредитования дебиторов, среди которых могут быть: скидки покупателям в случае уплаты в течение 10 дней с момента получения товара, продукции; оплата покупателем штрафа в случае неуплаты за товар в течение месяца и так далее.

Организации можно предложить своим клиентам скидку за предоплату. Необходимо рассчитать, как это повлияет на финансовое состояние организации.

4. Для того, чтобы уменьшить сумму дебиторской задолженности и увеличить коэффициент оборачиваемости, можно воспользоваться факторинговой услугой. Факторинг – продажа дебиторской задолженности специализированному финансовому институту, факторинговой компании, обычно без права обратного требования.

5. Проводить мероприятия, в том числе с привлечением органов власти, по взысканию просроченной дебиторской задолженности. Если дебитор добровольно не возвращает сумму долга, то организации – кредитору необходимо подать исковое заявление в арбитражный суд для взыскания дебиторских задолженностей. Если суд принимает положительное решение, то кредитор может рассчитывать на принудительное возвращение долга, но только в том случае, если должник не признан банкротом и имеет средства. Если дебитор-банкрот, то происходит распродажа имущества должника, и производится погашение долга. Организация, признанная банкротом, обычно имеет многочисленные долги, поэтому не все обязательства могут погаситься. Так как обращение в суд предполагает издержки, то целесообразно стараться решить проблему, не прибегая к обращению в суд. Покупателям иногда достаточно просто напомнить о том, что им следует погасить задолженность, отправив требование, позвонив.

Для уменьшения кредиторской задолженности можно предложить следующие меры: реализовать непроизводственные мощности и сдать в аренду свободные помещения, отслеживать соотношение дебиторской и креди-

торской задолженности, чтобы не допускать сильного расхождения друг от друга.

Сегодняшние организации остро нуждаются в формировании инновационной концепции управления, которая основывается на основных тенденциях цифровизации основных управленческих процессов. Управление, основанное на принципах цифровизации, позволит занять конкурентоспособную позицию на рынке, а также прибыльно и эффективно осуществлять хозяйственную деятельность.

На современном этапе деятельности организаций вопросы цифровизации и проникновения информационных технологий во все элементы организационной структуры, в расчеты с контрагентами становятся особо актуальными [8].

В настоящее время большинство организаций применяют информационные технологии, которые дают им значительное конкурентное преимущество при их использовании.

Информационные технологии помогают собирать, управлять, а также анализировать всю полученную информацию о потребностях покупателей, а также об изменениях, что необходимы для дальнейшего увеличения и привлечения новых потребителей.

На основе современных сетевых технологий появляется возможность обращения к удаленным ресурсам в режиме онлайн.

Через сотрудников организации ежедневно проходит огромный поток информации. В настоящее время сервисы облачного хранения данных, такие как Google Диск и Яндекс Диск, предоставляют пользователю место для его файлов, а также дают возможность создавать и редактировать таблицы и текстовые файлы.

Целесообразно для сложных расчетов и для хранения больших объемов информации организациям использовать облачные технологии. Поскольку данные технологии предоставляют пользователям возможность удаленной обработки данных, это также способствует ускорению расчетов с контрагентами.

В условиях сетевого взаимодействия современный сотрудник ставит и решает задачи, используя возможности и средства цифровизации. У таких сотрудников возрастает скорость принятия решений и появляется возможность совместных распределенных действий в достижении результата.

Для ликвидации проблем, с которыми организация может столкнуться в дальнейшем, современному сотруднику необходимо:

– проанализировать финансово-хозяйственную деятельность организации, првести SWOT анализ;

– организовать работу с целью осуществления эффективного взаимодействия подразделений;

– организовать маркетинговые исследования;

– рассматривать альтернативные варианты перед принятием решений;

– владеть навыками проведения конкурентного анализа;

– анализировать риски и последствия;

– отлично владеть техникой SMART.

Появление новейших моделей мобильных телефонов, оснащенных большим количеством интеллектуальных функций и реализующих значительную часть базовых функций ноутбуков, позволяет быстро получать и обрабатывать получаемую информацию, что способствует эффективности расчетов с контрагентами [9].

С целью поиска новых покупателей можно предложить следующие мероприятия:

– Таргетивная реклама в социальных сетях. Задача таргетинга заключается в том, чтобы показать рекламные объявления всем потенциальным покупателям при исключении всех случайных и незаинтересованных пользователей. Благодаря таргетингу можно значительно сэкономить на рекламе и увеличить количество кликов.

– Рекламные видеоролики на YouTube. Данная реклама будет эффективна в том случае, если: товар занимает центральное место в сюжете; герои ролика ассоциируются с товаром/организацией; видеоролик не оскорбляет чувства аудитории.

Таким образом, улучшению расчетов с контрагентами способствует: финансовая и ассортиментная политика, кадровая политика, активный маркетинг, инновационная политика, информационные сети и коммуникации и другое.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Володин А.А. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник, – 3-изд. / Под ред. А.А. Володина. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 364 с.
2. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г.Б. Поляк [и др.]. 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 456 с.
3. Корпоративные финансы: Учебник для вузов / Под ред. М. В. Романовского, А. И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 92 с.
4. Джеймс К. Ван Хорн Основы финансового менеджмента. Часть 1 / Джеймс К. Ван Хорн, Джон М. Вахович. – М.: Книга по Требованию, 2018. – 610 с.
5. Балашова М.А. Управление кредиторской задолженностью // Молодой ученый, 2017, №50. – С. 133–135.
6. Замятина Т.В. Регламентирование процедуры контроля задолженности контрагентов / Т.В. Замятина // Российский экономический журнал, 2017, № 4. – С. 34–39.
7. Фархутдинова Д.В. Развитие системы финансового контроля дебиторской и кредиторской задолженности коммерческой организации / Д.В. Фархутдинова // Синергия Наук, 2017. Т. 1. № 18. – С. 52–57.
8. Острик В.Ю., Романенко Р.О. Направления повышения эффективности управления в агробизнесе в условиях цифровизации// Информационные технологии в образовании и аграрном производстве: сборник материалов III Международной научно-практической конференции. – Брянск: Изд-во Брянский ГАУ,2020. – С. 84–89.
9. В.П. Родичева, Т.И. Корнеева Мобильные технологии в современном образовательном процессе // Молодежь. Наука. Инновации (Youth.Science.Innovation): Труды XV Международной научно-практической интернет-конференции. Юбилейный выпуск / Под ред. И.В. Палаткина, Н.А Виноградовой – Пенза: Издательство «Поволжская школа бизнеса», ООО «Консалтинг. Инновационные технологии», 2018. – с. 77–80. [Электронный ресурс]. – URL: https: // http://mgutupenza.ru/mni/content/mni15.pdf (дата обращения 27.05.2020)