Оценка кредитоспособности в деятельности компании как антикризисная мера

Ли Тансяоюэ

В период спада экономических показателей страны важным моментом в деятельности предприятий становится оценка кредитоспособности контрагентов. Оценка кредитоспособности позволяет минимизировать риски возникновения просроченной дебиторской задолженности, повысить эффективность проводимой кредитной политики предприятия. Это в свою очередь отражается на показателях деловой активности, на величине финансовых результатов. В кризисный период для предприятий многих секторов экономики работа с ненадёжными партнёрами может привести к ухудшению всех показателей, в т.ч. к банкротству.

В России наиболее распространённой методикой оценки кредитоспособности является сочетание использования прогнозных и рейтинговых моделей.

Прогнозные модели позволяют дифференцировать заёмщиков в зависимости от вероятности банкротства.

Рейтинговые модели группируют заёмщиков в зависимости от их категории, устанавливаемой с помощью группы рассчитываемых финансовых коэффициентов и присваиваемых им уровней значимости. Рейтинговая оценка позволяет прогнозировать своевременность совершения будущих платежей, ликвидность и реальность оборотных активов, оценить общее финансовое состояние хозяйствующего субъекта и его устойчивость, а также дает возможность определить границы снижения объёма прибыли, в которых осуществляется погашение части фиксированных платежей.

Считается, что рейтинговые модели оценки кредитоспособности имеют преимущества: они просты, есть возможность осуществить расчёт их оптимальных значений по частным показателям, можно ранжировать организации по результатам, используются показатели, которые отражают различные стороны деятельности заёмщика.

Однако при использовании данных методов следует учитывать ряд факторов:

1. необходимо провести тщательный отбор финансовых показателей;

2. важно обосновать пороговые значения показателей, но в России сложно осуществить подобный подход ввиду отсутствия открытой информации и баз данных о деятельности непубличных организаций;

3. необходимо обосновать коэффициенты значимости для каждой группы показателей в соответствии с отраслью экономики, в которой ведёт свою деятельность заёмщик;

4. следует выделить величины возможных отклонений в пограничных областях, которые относят заёмщиков к разным классам.

5. коэффициенты при расчётах должны учитывать многие факторы — репутацию заёмщика, перспективы и особенности рыночной конъюнктуры, оценки выпускаемой и реализуемой продукции, перспективы капиталовложений и т.д.

Что касается прогнозных моделей, то они получаются с помощью статистических методов, используются для оценки качества потенциальных заёмщиков. Среди них наибольшее значение имеют методики, основанные на множественном анализе (модели Альтмана и Чессера, М.А. Федотовой, Р.С. Сайфулина и Г.Г. Кадыкова), при котором используется дискриминантная

функция, учитывающая неоднократные параметры (коэффициенты регрессии) и факторы, характеризующие финансовое состояние заёмщика (в том числе финансовые коэффициенты).

Также при оценке кредитоспособности используется методика, которая основана на анализе денежных потоков. Она позволяет использовать не данные об остатках по статьям активов и пассивов, а коэффициенты, определяемые по данным об оборотах ликвидных активов, запасов и краткосрочных долговых обязательствах, посредством расчёта чистого сальдо различных поступлений и расходов, и показывает величину общего чистого денежного потока.

При использовании такой методики данные трактуются следующим образом: кратковременное превышение оттока над притоком говорит о дефиците денежных средств, следовательно — более низком рейтинге клиента. Систематическое превышение оттока над притоком средств характеризует клиента как некредитоспособного.

На основе соотношения величины общего денежного потока и размера долговых обязательств клиента определяется класс его кредитоспособности. Анализ денежного потока позволяет сделать вывод о слабых сторонах управления предприятием. Выявление узких мест используется для разработки условий кредитования, отраженных в кредитном договоре.

В практике российских предприятий с целью достоверной оценки финансового состояния потенциальных заёмщиков применяют проведение экспресс-анализа, а также анализа денежных потоков. Наряду с количественными показателями, оценивают ряд внешних факторов, которые могут оказать влияние на отрасль, в которой ведёт деятельность потенциальный заёмщик.

Зарубежные компании в практике оценки кредитоспособности уделяют внимание следующим показателям:

— в Норвегии эксперты исследуют структуру баланса предприятий, в которой пристально анализируют наличие дебиторской и кредиторской задолженности — их размеры, темпы изменения, удельный вес;

— в Швеции экономисты при оценке кредитоспособности рассчитывают показатели, характеризующие оборачиваемость (коэффициенты оборачиваемости активов, запасов, дебиторской и кредиторской задолженности и т.д.). При этом нормативным значением для коэффициентов оборачиваемости устанавливается значение 2. Ещё один важный момент, на который они обращают внимание при оценке кредитоспособности — это структура задолженности предприятия (дебиторской и кредиторской);

— в Финляндии экономисты при оценке кредитоспособности предприятия в первую очередь оценивают показатели его платёжеспособности и репутацию. Информация собирается из разных каналов, в том числе из специальных (платных) баз данных, содержащих экономическую и правовую информацию;

— в США при оценке кредитоспособности аналитики компаний проводят анализ платёжеспособности клиентов. Обычно используется индивидуальный подход, и учитываются такие параметры, как: активы предприятия, их ликвидность, принадлежность фирмы к холдингу (группа компаний либо отдельное предприятие), сезонный фактор в ведении бизнеса, условия эксплуатации предмета лизинга (с оператором или без него), отраслевая принадлежность и т. д. Анализ проводится по каждому предприятию на постоянной основе. По результатам анализа каждому контрагенту присваивается категория качества — с 1-ой по 5-ую (табл.1) [1, с.25].

Таблица 1

Классификация категории качества контрагента

Финансовое положение/партнерские отношения	Хорошее	Среднее	Плохое
Хорошее	Перспективный (1-я категория качества)	Надежный (2-я категория качества)	Сомнительный (3-я категория качества)
Среднее	Надежный (2-я категория качества)	Сомнительный (3-я категория качества)	Проблемный (4-я категория качества)
Плохое	Сомнительный (3-я категория качества)	Проблемный (4-я категория качества)	Безнадежный (5-я категория качества)

Финансовой оценке подлежит отчётность компаний на последнюю дату сдачи, оценивается следующим образом:

— плохое финансовое положение компании присваивается, если её деятельность убыточна, если заёмный капитал в общей структуре пассива занимает больше 60%, если кредиты в структуре капитала превышают 30%;

— среднее финансовое положение компании присваивается, если показатели не относятся к категории плохих или хороших;

— хорошее финансовое положение компании присваивается, если компания получает положительный размер прибыли, если собственный капитал в структуре баланса выше 40%, если удельный вес кредитов в валюте баланса составляет менее 30%.

Что касается оценки партнёрских отношений, то им присваивается характеристика следующим образом:

— плохими партнёрские отношения могут быть названы в том случае, если имелся зафиксированный факт о просроченной задолженности, а также в случае, когда показатель оборачиваемости дебиторской задолженности выше трёх месяцев;

— средними партнёрскими отношениями считаются те, которые нельзя назвать плохими или хорошими;

— хорошими партнёрскими отношениями считаются такие отношения, при которых не возникало просроченных договорных отношений, показатель оборачиваемости дебиторской задолженности не превышал месяца.

После присвоения оценки финансовому положению и партнёрским отношениям, контрагент получает категорию качества:

— первая — это такая категория, в которой дальнейшая работа с контрагентом является перспективной, ввиду чего ему можно предоставить какие-либо скидки или отсрочки;

— вторая — это такая категория, которая относит контрагента к надёжным партнёрам, ввиду чего можно время от времени предоставлять ему скидки либо другие бонусы;

— третья — это такая категория, в которой дальнейшая работа с контрагентом является сомнительной. При таких условиях не рекомендовано давать скидку либо производить отсрочку;

— четвёртая — это такая категория, которая относит контрагента к проблемным, поэтому предоставлять какие-либо поблажки в договорных отношениях запрещено;

— пятая — это такая категория, в которой дальнейшая работа с контрагентом безнадёжна. Необходимо применять меры по истребованию задолженности, в т.ч. с применением специальных

государственных органов.

В Германии, например, действует оценка кредитоспособности, основанная на расчёте показателей, сформированных в такие группы [2, с.56]:

1. показатели управления: оценивается качество управления предприятия, в т.ч. адекватность и грамотность ведения финансовых документов;

2. показатели отрасли: оценивается ситуация на рынке и в отрасли, где работает потенциальный партнёр, в т.ч. изучается география покупателей и поставщиков, оценивается рыночный риск, уровень конкуренции, возможности расширения ассортимента и проч.;

3. показатели отношения с компанией: если в прошлом имелся опыт работы с оцениваемым предприятием, то оценивается открытость и готовность фирмы предоставить всю необходимую финансовую информацию и иную информацию о своей деятельности;

4. экономические показатели: оцениваются основные коэффициенты баланса предприятия, его имущества, темпы прироста выручки, себестоимости и прибыли;

5. оценка перспектив развития предприятия.

По каждому из указанных критериев присваивается балл — от 1-го до 6 (где 1 — высокое значение, благоприятная оценка, 6 — низкое значение, негативная оценка).

Во Франции методика оценки кредитоспособности организации включает в себя оценку деятельности компании по следующим параметрам:

1. общая оценка финансовых и экономических показателей;

2. специальная оценка показателей кредитоспособности;

3. обращение в картотеку Банка Франции.

Например, в картотеке Банка Франции имеется 4 раздела. В первом разделе представлена группировка предприятий по размерам их активов, во втором разделе группировка компаний по рентабельности предприятий, в третьем разделе предприятия разделены на категории по уровню платёжеспособности, а в четвёртом разделе представлены данные о котировке ценных бумаг предприятий на открытых рынках.

Российские предприятия могут самостоятельно выбирать или разрабатывать методику оценки кредитоспособности, основываясь на собственном опыте, отраслевых рекомендациях, на опыте зарубежных коллег. Важно не дожидаться кризиса, а заранее определить такую методику, чтобы при замедлении темпов роста экономических показателей не тратить время на подобные управленческие задачи, а сосредотачивать внимание на самых острых и первоочередных вопросах.

Список источников

1. Кириллов В.П. Методика оценки кредитоспособности предприятия: зарубежный опыт // Вестник ТГТУ. — 2017. — № 9. — с.25-28
2. Цыплаков В.И. Методика оценки кредитоспособности предприятия. — М.: МГУ, 2016. — 101 с.