

## ***Кредитный менеджмент - основной фактор для успеха компаний***

*29-30 октября в Москве пройдет мастер-класс немецкого профессора Маттиаса Шумана. В преддверии этого мероприятия RuICM пообщался с ведущим европейским экспертом и попросил его ответить на вопросы.*

**Маттиас, как вы думаете, почему так важно теперь, в изменчивые и трудные времена в России, говорить о кредитном менеджменте?**

Я считаю, что российские компании должны быть конкурентоспособными не только на российском рынке, но и иметь возможность преуспеть, конкурируя на мировом уровне. Сегодня, быть успешным, это не только иметь продукты и определенные условия их предоставления, но и контролировать процесс продаж. Поэтому вопрос условий оплат так значим. Это верно также и для российских компаний. При предоставлении компанией определенных условий оплаты, первостепенное значение имеют знания о финансовом положении клиентов. Ничто не вредит компании так сильно, как неплатеж или просрочка платежа со стороны клиента. Из-за сложной экономической ситуации в России ситуация с ликвидностью российских компаний ухудшилась. Часто возникают вопросы – способна ли компания платить по своим счетам. Кроме того, компания должна заботиться о состоянии своей дебиторской задолженности. Период оборачиваемости ДЗ не должен быть слишком долгим, поскольку финансирование кассовых разрывов требует значительного внешнего финансирования, что приводит к дополнительным процентным расходам. Кредитный менеджмент позволяет принимать меры для решения этих задач надлежащим образом.

**По вашему мнению, насколько применим европейский и немецкий опыт, в частности, к российским реалиям?**

В Европе и Германии, в частности, продукт или сервисные особенности среди конкурентов различаются не слишком сильно. Именно поэтому такой аспект, как условие платежа, важен для успешного бизнеса. Краткосрочные кредиты, предоставляемые поставщиком, намного более важны для краткосрочного финансирования компаний, чем кредиты, обеспеченные банками. Размер маржи во многих отраслях незначительный, очень часто он составляет не больше, чем 3-4 % товарооборота. Если у компании будут ежегодный товарооборот в 100 миллионов евро и размер прибыли будет составлять 3%, то это приведет к доходу в 3 миллиона евро. *Если у компании дебиторская задолженность будет составлять только 300 тысяч евро, то потребуются дополнительные €10 миллионов в продажах, чтобы держать размер маржи в размере 3%.* Этот пример показывает важность практики управления кредитами. Кроме того, сроки и условия - важный аргумент в успешных продажах. *Кредитный менеджмент - основной фактор для успеха компаний.*

**Маттиас, какой совет Вы можете дать профессионалам в России, которые хотят овладеть профессией кредитного менеджера?**

*Поскольку кредитный менеджмент - сравнительно новая тема для российского бизнеса, то лучшим способом увеличения знаний в этой области является изучение передового зарубежного опыта.* Например, будет полезно посещать различные учебные курсы, проводимые опытными профессионалами в этой области. Это научит важности обращения с кредитными инструментами. Кроме того, тематические исследования из различных отраслей будут полезны в изучении успешных решений. На

Западе успешно применяется опыт различных тренингов, семинаров и учебных программ. Посещение данных мероприятий является обыденностью и помогает обрести соответствующие знания и идеи. Я бы посоветовал российским коллегам не пренебрегать возможностью посещения мероприятий на тему кредитного менеджмента и изучением соответствующей литературы.

**Какую пользу извлекут участники от посещения Вашего мастер-класса, который пройдет в Москве 29-30 октября?**

Можно сказать много слов об уместности посещения данного мастер-класса в настоящее время. Но, пожалуй, я остановлюсь на самых важных пунктах.

Во-первых, участники, которые придут на мой мастер-класс, осознают актуальность кредитного менеджмента. Они поймут важность кредитной политики и научатся работать с ее содержанием. Мои слушатели узнают, как соответствующие кредитные процессы управления выглядят, как выполнить оценки кредитоспособности клиента и какие данные актуальны, как определить клиента, кредитный лимит и как обслуживать и контролировать все эти параметры.

Во-вторых, делегаты изучат страхование кредитов, использование этого процесса для защиты от невыплат, возможность структурированного взыскания долга. В результате, они увидят, что кредитный менеджмент – это еще одна функция управления оборотным капиталом.

**Об авторе:**

Маттиас Шуман – ведущий европейский эксперт в области кредитного менеджмента, профессор Геттингенского университета имени Георга-Августа, член Экспертного совета профессионального немецкого журнала *Zeitschrift für Controlling & Management*, Председатель Наблюдательного совета немецкой Ассоциации кредитного менеджмента.