Хухлаев Дмитрий Григорьевич. Развитие коммерческого кредитования хозяйствующими субъектами : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 : Ростов н/Д, 2003 173 c. РГБ ОД, 61:04-8/2183

**Содержание к диссертации**

Введение

1. Экономическое содержание коммерческого кредитования хозяйствующим субъектом.

1.1. Теоретические основы коммерческого кредита и особенности его функционирования

1.2. Место и роль коммерческого кредитования в хозяйственной деятельности предприятия.

2. Современная практика и перспективы организации коммерческого кредитования на российских предприятиях

2.1. Специфика среды функционирования коммерческого кредита 60

2.2 Ситуационный анализ эффективности коммерческого кредитования. 76

2.3. Границы применения коммерческого кредита хозяйствующим субъектом.

3. Алгоритм формирования политики коммерческого кредитования 104

3.1. Политика коммерческого кредитования как основа планового применения коммерческого кредита.

3.2.Содержание, элементы политики коммерческого кредитования и этапы ее формирования.

3.3. Методика поэтапного формирования политики коммерческого кредитования

Заключение 149

Список используемой литературы 159

**Введение к работе**

**Актуальность выбранной темы исследования.**

Использование товарного (коммерческого) кредита в мировой экономической практике получило весьма широкое распространение. Коммерческий кредит обладает рядом достоинств (установление прямых кредитных отношений, устойчивое завоевание сегмента рынка, ускорение кругооборота средств предприятия и др.), определяющих его многовековое применение.

Реализация этих преимуществ не может быть достигнута без комплексного планирования применения предприятием коммерческого кредитования, учитывающего постоянно изменяющуюся среду хозяйствования. Между тем, существующие методики иностранных специалистов по использованию коммерческого кредита имеют несколько недостатков, не позволяющих российским предприятиям достичь высокой эффективности его применения. Во-первых, эти методики не базируются на всестороннем теоретическом обосновании и опираются только на практику коммерческого кредитования. Во-вторых, комплексно не рассматриваются вопросы организации и планирования коммерческого кредитования на предприятии. В-третьих, существующие методики не учитывают всех современных российских условий.

В связи с вышеизложенным становится необходимой разработка научных положений, позволяющих предприятиям успешно осуществлять коммерческое кредитование, решая задачи стимулирования сбыта.

**Степень разработанности проблемы.**

Исследование коммерческого кредитования затрагивает несколько областей экономических знаний: теории кредита, маркетинга, финансового менеджмента и др.

Вопросы конкурентной борьбы, продвижения товаров и услуг широко освещены в экономической литературе. Вместе с тем необходимо отметить, что коммерческий кредит рассматривается весьма поверхностно в качестве способа

**4**конкурентной борьбы. В работах зарубежных и отечественных экономистов, а именно: Ф. Котлера, Г. Хардинга., Л. Роджерса, В.А. Алексунина, Г.Л. Багиева, Н.Д. Эриашвили, В.Е.Хруцкого, В.Д.Марковой, К. Ховарда, М. Мак-Дональда, С. Дибба, Д.Джоббера и других достаточно широко освещены вопросы сегментации и построения маркетингового комплекса, определены задачи каждого его сегмента. Кроме того, отдельно вопросам конкуренции были посвящены труды Дж.О'Шонесси, И.П.Чепурного, Р.А.Фатхутдинова, А.М.Тавасиева, М.И.Кныша. Однако, коммерческий кредит только упоминается в качестве способа конкуренции. При этом авторы не указывают оптимальных условий его применения и не проводят сравнения кредитования с другими способами стимулирования сбыта продукции, не давая при этом методических основ для осуществления альтернативного выбора между ними.

Рассмотрение товарной формы кредита является для отечественной науки традиционным. В работах О.И. Лаврушина, Е.Ф. Жукова, Л.И. Сергеева, М.В. Романовского, Л.А. Дробозиной, В.К. Сенчагова, Г.Б. Поляка, Тарасова В.И. и других авторов отражены классификация, характерные черты коммерческого кредита и рассмотрены способы его предоставления.

Описание практики товарного кредитования предприятиями было предпринято в коллективном сборнике зарубежных специалистов в области сбыта продукции «Руководство по кредитному менеджменту» под редакцией Б. Эдвардса. Однако применить большую часть рекомендаций данных, в этом издании, в российских условиях не представляется возможным по причине специфических условий переходной экономики.

Общие вопросы кредитной политики и положения ее реализации были разработаны в трудах Г.С. Пановой, О.И. Лаврушина, К.Р. Тагирбекова, А.М.Тавасиева применительно к коммерческим банкам, что послужило научной базой для разработки положений политики коммерческого кредитования.

Анализируя работы указанных авторов, можно отметить, что создание системы планирования коммерческого кредитования или включение данного

**5**аспекта в маркетинговое планирование невозможно осуществить, опираясь только на научные разработки по маркетингу и финансовому менеджменту. Представляется необходимым определение теоретических основ товарного и, в частности, коммерческого кредитования и создания алгоритма его планового и системного использования путем формирования и реализации политики коммерческого кредитования.

**Объектом исследования**являются российские хозяйствующие субъекты, не относящиеся к финансовой сфере, осуществляющие сбытовую деятельность, сопровождаемую предоставлением коммерческого кредита.

**Предметом исследования**является процесс организации коммерческого кредитования и его применение в интересах сбытовой деятельности предприятия в условиях современной российской экономики.

**Целью настоящего исследования**является выявление роли коммерческого кредита в хозяйственной деятельности предприятия, исследование границ его использования, а также построение алгоритма организации коммерческого кредитования хозяйствующим субъектом.

Такая постановка цели обусловливает необходимость **решения следующих задач:**

уточнение сущности коммерческого кредита как вида товарной формы

кредита;

выявление роли коммерческого кредита в хозяйственной деятельности

предприятия на основе исследования особенностей данного вида кредита;

исследование способов осуществления коммерческого кредитования и

факторов, влияющих на его проведение;

выявление детерминант, определяющих границы использования

коммерческого кредитования;

определение принципов и этапов формирования политики коммерческого

кредитования;

разработка методических подходов к формированию политики

коммерческого кредитования;

разработка поэтапного алгоритма формирования политики коммерческого

кредитования.

**Методологическая и теоретическая база.**Исследование опирается на методологические методы и подходы, сформированные в мировой практике хозяйствования, с учетом их адаптации к российским условиям и включает диалектический и дедукционный методы, методы обобщения и сравнения, анализ и синтез, кроме того, использованы системный подход, ситуационный анализ и анализ качественной стороны кредитных отношений.

Теоретическую базу исследования составляют труды отечественных и зарубежных авторов в области теории кредита, маркетинга, финансового и кредитного менеджмента..

**Информационно-статистической базой**исследования послужили законодательные и нормативные акты Российской Федерации, внутрифирменные стандарты хозяйствующих субъектов, данные юридических и маркетинговых (сбытовых) отделов российских предприятий, а также результаты собственных эмпирических исследований автора.

**На защиту выносятся следующие основные положения:**

1. Коммерческий кредит отражает экономические отношения между хозяйствующими субъектами по поводу движения ссуженной стоимости в товарной форме на возвратной основе. Основной экономический эффект достигается за счет увеличения объемов реализации товаров и ускорения оборачиваемости оборотных средств. Для заемщика коммерческий кредит выступает в качестве способа устранения временного финансового дефицита.
2. Коммерческий кредит как особый вид товарной формы кредита функционирует на основе торговой сделки, следовательно, его применение должно быть подчинено целям реализации продукции. Коммерческий кредит в системе маркетинга выступает как средство стимулирования сбыта и включается в комплекс мер по продвижению товара, кроме того, он может рассматриваться как способ неценовой конкуренции.

**7***-*3. Механизм получения экономического эффекта от предоставления

коммерческого кредита обуславливает ограниченность применения такого принципа кредитования как платность, поскольку увеличение цены реализуемой в кредит продукции за счет начисления ссудного процента снижает ее конкурентоспособность, следовательно, вступает в противоречие с целями использования коммерческого кредита как средства увеличения сбыта продукции.

4. Поскольку хозяйствующий субъект выступает одновременно и как  
продавец, и как кредитор, сфера применения коммерческого кредита

^ ограничивается двойной системой детерминант: факторами маркетинговой

среды, влияющими на торговую сторону отношений, и факторами, характеризующими состояние рынка кредитных ресурсов.

1. Процесс организации коммерческого кредитования хозяйствующим субъектом осуществляется в соответствии с положениями политики коммерческого кредитования, которые отражают упорядоченную систему целей, задач, принципов и мер, направленных на увеличение прибыли путем предоставления коммерческого кредита. Указанные положения определяют количественные параметры кредитных сделок, внутрифирменные нормативы проведения кредитной деятельности и механизм управления кредитным процессом.
2. Алгоритм формирования политики коммерческого кредитования включает три этапа, отражающих уровни практического использования коммерческого кредита на предприятии, а именно: определение потенциала кредитования, применение коммерческого кредита при реализации маркетингового плана и предоставление кредита конкретному покупателю.
3. Формирование этапов политики коммерческого кредитования осуществляется в соответствии с выявленной системой факторов, определяющих отдельные элементы данной политики. Такой подход делает все этапы формирования политики (и в целом - весь процесс формирования) взаимосвязанными.

**Научная новизна работы**проявляется в комплексном подходе к организации процесса коммерческого кредитования, выявлении его роли как элемента системы рыночного хозяйствования, что позволило предложить методические подходы к формированию политики коммерческого кредитования.

Элементы научной новизны заключаются в следующем.

1. Дано авторское определение понятия «политика коммерческого кредитования» как упорядоченной системы целей, задач, принципов и мер, направленных на увеличение прибыли путем предоставления коммерческого кредита, базирующейся на принципах организации и проведения коммерческого кредитования, что позволяет определить целевые ориентиры и содержание процесса организации коммерческого кредитования на предприятии.
2. Выявлена система факторов коммерческого кредитования, основанная на совмещении двух систем детерминант: маркетинга и кредита и предложена их классификация на факторы, влияющие на общегосударственном уровне (общеэкономические и административно-правовые); факторы локального рынка (состояние конкуренции на рынке товара и на рынке коммерческого кредита, финансовое состояние участников рынка) и факторы, оказывающие влияние на организацию кредитного процесса определенного хозяйствующего субъекта (особенности управления предприятием, цели маркетингового плана, отраслевые особенности организации финансов кредитора и заемщика, и их финансовое состояние).
3. Выявлен состав элементов политики коммерческого кредитования, определяющий сферу хозяйственных отношений, регулирование которых необходимо для организации коммерческого кредитования. Были выделены следующие элемены: цели коммерческого кредитования, определяющие сферу его применения; элементы, определяющие количественные параметры кредитных сделок (срок и величина кредита, процентная политика); способы проведения торгово-кредитных сделок; внутрифирменные стандарты

**9**осуществления кредитного процесса и административный механизм осуществления кредитования, определяющий состав подразделений предприятия, задеиствованых в планировании и осуществлении кредитных операций, их функции, сферу ответственности и их взаимную субординацию.

4. Разработан алгоритм формирования политики коммерческого кредитования, включающий в себя следующие этапы:

определение потенциала применения коммерческого кредита на предприятии и внутрифирменных стандартов (нормативов) осуществления товарных сделок, сопровождающихся предоставлением коммерческого кредита;

планирование использования коммерческого кредита для достижения определенной маркетинговой цели, осуществляемое в рамках маркетингового плана;

определение параметров предоставляемого коммерческого кредита индивидуальному покупателю-заемщику.

**Теоретическая и практическая значимость работы.**Основные теоретические положения, содержащиеся в диссертации, расширяют и углубляют понимание сущности коммерческого кредита в современных условиях.

Практическая значимость работы состоит в создании методики организации коммерческого кредитования на предприятии.

**Апробация результатов исследования.**Результаты диссертационного  
исследования были обсуждены и одобрены на межрегиональных и  
межвузовских научно-практических конференциях профессорско-

преподавательского состава, студентов и молодых ученных.

**Структура работы.**Диссертационная работа состоит из введения, 3-х глав, заключения и библиографического списка использованных материалов.

Во введении доказана актуальность темы исследования, определены его цель, задачи, объект и предмет исследования, указаны методологическая,

\* теоретическая и информационная база исследования, степень разработанности  
проблемы, практическая и теоретическая значимость результатов работы.

В первой главе «Экономическое содержание коммерческого кредитования хозяйствующим субъектом» рассматриваются особенности коммерческого кредита и специфика предприятия как кредитора, на основании чего уточняется место коммерческого кредита в системе хозяйствования.

Вторая глава «Современная практика и перспективы организации коммерческого кредитования на российских предприятиях» посвящена определению факторов, оказывающих влияние на процесс коммерческого

\* кредитования, и их систематизации.

В третьей главе «Алгоритм формирования политики коммерческого кредитования» представлена методика формирования политики коммерческого кредитования как основы организации и планирования процесса кредитования на предприятии.

В заключении подводятся итоги диссертационного исследования.

## Теоретические основы коммерческого кредита и особенности его функционирования

Для раскрытия сущности коммерческого кредита и его роли в хозяйственной деятельности предприятия-кредитора необходимо рассмотреть три важных вопроса.

1. Особенности кредита как экономической категории. 2. Особенности коммерческого кредита как вида кредитных отношений.

3. Отличие предприятия как кредитора от финансово-кредитного института (в частности банка).

В результате анализа по указанным трем направлениям должны быть выявлены особенности принципов коммерческого кредита.

Исследование коммерческого кредита предлагается провести индуктивным методом, согласно логической схемы: «Категория - Форма — Вид», отражающей диалектический подход. Форма кредита определяется формой ссужаемой стоимости, а вид кредита обусловлен -субъектами кредитных отношений. Таким образом, в нашем конкретном случае схема исследования приобретает вид «Кредит - Товарная форма кредита - Коммерческий кредит».

Исследование коммерческого кредита предваряет определение экономическое содержание кредита. В экономической литературе имеются различные определения кредита. Среди множества трактовок кредита можно выделить несколько подходов к рассмотрению данного понятия. Во-первых, кредит рассматривается как операция (предоставление ссуды). Во-вторых, как экономическая категория. Первый подход используют не многие экономисты, и рассматриваемое нами определение может иметь следующие интерпретации. Так, кредит определяется следующим образом: «Кредит - ссуда в денежной или товарной форме, предоставляемая кредитором заемщику на условиях возвратности, чаще всего с выплатой заемщиком процента по ссуде.»1. Автором аналогичного по сути определения является Г.Б. Поляк, который определяет кредит как «ссуду в денежной или товарной форме на условиях возвратности, платности и срочности» [160;362]. Данные определения лишь отчасти отражают экономическую сущность кредита, поскольку представляют кредит как некую операцию, предполагающую возвратное движение денежных или материальных ценностей и не рассматривают основу такого движения, какой

1 Современный финансово-кредитный словарь/ Под общ. ред. М.Г. Лапусты, П.С.Никольского. -М.: ИНФРА-М, 1999.-С. 129. являются сложившиеся отношения между участниками кредита. Определение кредита, а именно - «Кредит представляет собой форму движения ссудного капитала, т.е. денежного капитала, предоставляемого в ссуду» [159;321], где он отождествляется с движением ссудного или денежного капитала, которое приводит В.К. Сенчагов и поддерживают А.И.Архипов [185;275], В.А. Амвросов [91;442] и А.И. Добрынин [190;376], также не может быть принято. Первая причина заключается в поверхностном рассмотрении кредита, который рассматривается только как форма движения стоимости, а вторая причина, не менее очевидная, кроется в том, что автор указывает на существование ссуженной стоимости только в денежной форме (ссудный капитал - денежный капитал).

Второй подход в трактовке кредита, определяемого как категорию, являющийся наиболее применяемый в экономической науке, устраняет несоответствия указанные выше. Можно привести несколько аргументов, позволяющих утверждать о правильности именно этого подхода:

1) кредит как система отношений сложился исторически;

2) движение ссуженной стоимости является вторичным, т.е., происходит после установления отношений между субъектами кредита;

3) в основе кредита лежат объективные предпосылки его необходимости и возможности функционирования.

## Специфика среды функционирования коммерческого кредита

Исследование ставит целью выявление факторов, являющихся для предприятия внешними, как экономических, так и неэкономических, оказывающих влияние на степень применения коммерческого кредита. Кроме того, важно определить степень их взаимного влияния.

Определяя систему детерминант коммерческого кредитования, воспользуемся двумя существующими системами: маркетинга и кредита, аргументируя свое решение тем, что коммерческий кредит, с одной стороны, является видом товарного кредита, а с другой - функционирует на базе торговой сделки и используется в интересах стимулирования сбыта продукции.

Предлагаемая система детерминант составлена согласно сегментации факторов маркетинговой стратегии компании, предложенной Ф. Котлером [85;119].

Рыночная среда, в которой функционирует хозяйствующий субъект, порождает общие и частные внешние факторы, условно разбитые на четыре группы: политико-правовые и административное регулирование; общеэкономические; технологические - природные; социально-культурные. Субъекты рынка, входящие в контактные аудитории, определяющие внешние частные факторы: поставщики; конкуренты; маркетинговые посредники; кредитно-финансовые учреждения; покупатели. Внутренние факторы: административно-правовая структура управления; финансовое состояние предприятия; маркетинговый план.

Является документом, регламентирующим порядок сбытовой деятельности компании по реализации определенного ассортимента товара на заданный период времени, соответственно регламентирует маркетинговый комплекс, куда входит и коммерческое кредитование. Таким образом, маркетинговый план иерархически является вышестоящим документом по отношению к документам, регламентирующих коммерческое кредитование, и определяет те или иные ключевые факторы реализации товара (объем сбыта, затраты на реализацию, тип потребителей и др.).

## Политика коммерческого кредитования как основа планового применения коммерческого кредита.

Планируя использовать коммерческий кредит в интересах сбыта своей продукции, хозяйствующий субъект должен определить ключевые моменты его применения. Система этих параметров в зарубежной экономической литературе, затрагивающей вопросы коммерческого кредитования, именуется как кредитная политика.

Однако в этих источниках не дается самого понятия «кредитная политика». Например, в книге «Финансовый менеджмент» ! Ю. Брэнгхейм указывает четыре параметра кредитной политики:

1. Срок предоставления кредита;

2. Лимиты кредитования по размеру кредита;

3. Построение отношений с должниками;

4. Инструментарий кредитования.

В том же источнике в отношении самих параметров кредитной политики указывается, что они являются факторами объема реализации продукции.

Другой зарубежный экономист, Р.М.В. Басе, также, не давая определения термину «кредитная политика», утверждает, что «кредитная политика фирмы должна иметь ответы на два вопроса:

Какую часть оборотного капитала фирма намерена использовать на дебиторов?

Кто отвечает за определение кредитного лимита и сроков платежа?»

Для того, чтобы определить содержание и элементы кредитной политики, а также выяснить корректность самого этого термина, необходимо дать определение терминам «политика», «кредитная политика хозяйствующего субъекта (предприятия)», «политика коммерческого кредитования», а также терминам, которые структурно входят в понятие «кредитная политика хозяйствующего субъекта (предприятия)».

Для определения термина «политика», который можно использовать в экономической науке обратимся к толковому словарю русского языка СИ. Ожегова и Н.Ю. Шведовой,1 где сказано, что политика - это: «... деятельность партий и других организаций, ... определяемая их интересами и целям. Образ действий направленных на достижение чего-н ....»

В свою очередь понятие «образ» в том же словаре2 трактуется как: «Порядок, направление чего-н.».

Термин «действие»3 определяется как: «1. Проявление какой-н. деятельности, энергии, а также сама сила, деятельность, функционирование чего-н.

2. Результат проявления деятельности чего-н., влияние, воздействие.»

В свою очередь «деятельность - это 1. Занятие, труд. 2. Работа каких-н. органов ...».4