**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| Глава1. Коммерческий кредит: сущность, роль | 5 |
| 1.1.Понятие коммерческого кредита, способы  предоставления | 5 |
| 1.1.1.Определение и способы предоставления  коммерческого кредита | 5 |
| 1.1.2.Форфетирование | 8 |
| 1.1.3 Кредитная политика. | 11 |
| 1.1.4. Правовое обеспечение коммерческого кредита | 18 |
| Глава 2. Применение коммерческих кредитов | 19 |
| 2.1. Коммерческий кредит - от анализа к действиям | 19 |
| 2.2. Установление цены | 25 |
| 2.3. Достоинства и недостатки коммерческих кредитов | 26 |
| 2.4. Коммерческие интернет-кредиты | 28 |
| 2.5. Коммерческий кредит сегодня | 31 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 39 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ | 41 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## **Введение**

Во всякой экономической системе важное место занимают отношения кредиторов и заемщиков. Долгий эволюционный путь нашей цивилизации наглядно продемонстрировал необходимость кредитных отношений, их важность для развития и полноценного функционирования экономики. В сегодняшней России, в условиях активного поиска путей перехода к рыночной экономике давно назрела необходимость всестороннего применения всех инструментов развитой рыночной экономики. Важное место в ряду таких инструментов занимает кредит, и как один из его важных видов выступает коммерческий кредит. Для его успешного использования жизненно необходимо учитывать опыт развития коммерческого кредита в других странах, а также опыт нашей страны до 1930 года. Ведь учение исключительно на собственных ошибках может очень дорого обойтись нашему государству. Поэтому необходим тщательный анализ указанного вида кредитования с последующей выработкой рекомендаций и наставлений по поводу его применения в России.

Актуальность изучения данной проблемы обусловлена тем, что для экономики современной России большое значение имеет банковское кредитование, позволяющее организациям использовать значительные заемные ресурсы для расширения производства и обращения продукции

Роль коммерческого кредита в современном мире трудно переоценить. Наряду с позитивными последствиями применения кредитования необходимо понимать и некоторую противоречивость этого.

Основным внутренним противоречием кредитных отношений является противоречие между кредитором и заемщиком. Эти противоречия определяются размером высвободившихся средств у кредитора и размером потребности заемщика, а также противоречием между продолжительностью высвобождения средств у кредитора и продолжительностью существования потребности в дополнительных средствах у заемщика.

Развитие рыночных отношений требует постоянного совершенствования кредитно-денежных отношений. Современная концепция кредитования, к сожалению, исповедует исключительно идею всемерного сокращения кредитных вложений, поскольку, по мнению эмиссионных банков, вхождение дополнительных платежных средств в хозяйственный оборот посредством кредита только усиливает инфляционные тенденции. Ограничение кредита одновременно сказывается на развитии предпринимательской деятельности как фактора насыщения рынка товарами.

Развитию и исследованию в области коммерческого кредита, безусловно, необходимым в настоящем периоде, и посвящена данная курсовая работа.

Целью курсовой работы является изучение процесса кредитования предприятия, состояние и перспективы развития.

Задачами являются:

- изучение сущности коммерческого кредита, его роль и способы предоставления;

- изучение основных видов кредита;

- выявление достоинств и недостатков коммерческого кредита;

- коммерческий кредит на современном этапе.

**Глава1.Коммерческий кредит: сущность, роль**

**1.1.Понятие коммерческого кредита, способы предоставления**

**1.1.1.Определение и способы предоставления коммерческого кредита**

В процессе предпринимательской деятельности хозяйствующие субъекты придают большое значение возможности максимально увеличить свой оборотный капитал. Одним из таких способов является *коммерческий кредит*, определяемый экономистами как форма краткосрочного кредитования. С другой стороны (то есть со стороны продавца), такое кредитование служит одним из важнейших инструментов конкурентной борьбы, позволяющих привлечь значительное число клиентов.

Таким образом, *коммерческий кредит* можно охарактеризовать как особую форму взаимоотношений поставщика и потребителя. Особенность ее заключается в том, что сам продавец предоставляет покупателю кредит. Точнее он предоставляет отсрочку платежа по отпущенным товарам или оказанным услугам. Но это и есть кредит, а, поскольку переданная заемщику стоимость выражена в товарной форме, то и сам кредит является *товарным.* Происходящая при этом и упомянутая выше передача стоимости представляет не что иное, как куплю и продажу товара, т.е. коммерческую сделку, а потому и сам кредит получил название *коммерческого кредита.* Он предоставляется под обязательства должника (покупа­теля) погасить в определенный срок, как сумму основного долга, так и начис­ляемые проценты.

Цель коммерческого кредита - ускорить реализацию товаров в условиях временной нехватки денежных средств у покупателей. Продажа (реализация) продукции на рынке - один из важнейших этапов воспроизводства процесса. Привлекательность коммерческого кредита заключается в том, что продавец (производитель) получает возможность продавать свой товар, даже при не благоприятной конъюнктурной ситуации на рынке. Предоставляя кредит, продавец (изготовитель) в рамках заключенного договора и в соответствии с его условиями осуществляет торговые поставки своему покупателю. Процент по коммерческому кредиту, как правило, ниже, чем по банковскому кредиту. Один товаропроизводитель предоставляет другому товаропроизводителю коммерческий кредит не просто для получения дохода в виде процента, а прежде всего для того, чтобы ускорить реализацию собственной произведенной продукции.

Основное условие коммерческого кредитования – это то, что в качестве коммерческого кредита рассматривается только кредит, предоставляемый не по самостоятельному заемному обязательству (договору займа, кредитному договору, договору о товарном кредите), а во исполнение договоров на реализацию товаров (выполнение работ, оказание услуг).

Применение коммерческого кредита требует наличия у продавца достаточ­ного резервного капитала на случай замедления поступлений от должников.

Выделяют несколько основных способов предоставления коммерческого кредита:

1. вексельный способ;
2. открытый счет;
3. скидка при условии оплаты в определенный срок (сконто);
4. сезонный кредит («фрэнчайз»);
5. консигнация.

При *вексельном способе* покупателю передают коммерческие товарораспорядительные документы после акцепта. Такой способ коммерческого кредитования стал наиболее распространенным. Векселю как инструменту коммерческого кредита будет целиком посвящена гл. 2 нашей курсовой работы.

Согласно *договору об открытом счете*, однажды принятому обеими сторо­нами, покупатель может делать периодические закупки без обращения за кредитом в каждом отдельном случае. Обычный порядок осуществления сдел­ки таков: когда покупатель заказывает товар, он немедленно отгружается, а платеж за него производится в установленные сроки после получения счета. В обусловленные контрактом сроки (раз в полугодие, квартал, месяц) покупатель погашает свою задолженность по открытому счету. Проценты за пользование кредитом по открытому счету, как правило, не взимаются, а если и взимаются, то невысокие. Открытый счет существует обычно во взаимоотношениях постоянных контрагентов. При этом фирмы выступают попеременно в качестве продавцов и покупателей, что является одним из способов обеспечения сторонами платежных обязательств. Открытый счет широко используется между фирмами и филиалами, с брокерами, при многократных поставках однородного товара, особенно мелкими партиями.

*Скидка при условии оплаты в определенный срок (сконто)* предусматривает условие, что если платеж будет произведен покупате­лем в течение оговоренного в контракте периода после выписки счета, то из цены будет вычтена скидка. В противном случае, вся сумма должна быть выплачена в установленный срок. Величина сконто, исчисляемая в процентах, дифференцируется в зависимости от указанного срока и ориентируется на существующий уровень процентных ставок.

*Сезонный кредит («фрэнчайз»)* обычно применяется в производстве игрушек, сувениров и других изделий массового потребления. Этот способ разрешает розничным торговцам покупать товары в течение всего года с целью организации необхо­димых запасов перед пиком сезонных продаж и позволяет отсрочить платеж производителю до конца распродажи. Например, производители игрушек раз­решают торговцам закупать игрушки за несколько месяцев до Рождества, а платить за товар - в январе-феврале. Существенное преимущество при этом способе - возможность выпуска продукции без дополнительных расходов на склади­рование, хранение и т.д.

*Консигнация* - способ, при котором розничный торговец может просто получить товарно-материальные ценности без обязательства. Если товары будут проданы, то будет осуществлен и платеж производителю, а если нет, то розничный торговец может вернуть товар производителю без выплаты неустойки. Консигнация обычно применяется при реализации новых, нети­пичных товаров, спрос на которые трудно предположить. Примером может служить практика производства и продажи новых учебников для институтов. Книгоиздатели посылают свои книги в институтские магазины с условием их возврата, если они не будут куплены.

Естественно, что любой из этих способов может быть наиболее эффективным в конкретных рыночных условиях. Выбор наиболее адекватного сложившимся условиям способа - главная задача кредитной политики каждой корпорации.

**1.1.2.Форфетирование**

В современной практике коммерческий кредит в чистом виде практически не встречается, он входит в категорию косвенного банковского кредитова­ния в качестве его начальной составной части. Одним из самых распространенных мето­дов рефинансирования коммерческого кредита является форфетирование.

Форфетирование - термин, обычно употребляемый для обозначения по­купки обязательств, погашение которых приходится на какое-либо время в будущем и которые возникают в процессе поставки товаров и услуг (большей частью экспортных операций) без оборота на любого предыдущего должника. Слово «a forfait» французского происхождения и выражает отказ от прав, что составляет самую суть операций по форфетированию.

При форфетировании продавец требования, могущего принять, например, форму переводного векселя, защищает себя от любого регресса включением слов «без оборота на меня» в индоссамент. Продавцом форфетируемого векселя обычно является экспортер; он акцептует его в качестве платежа за товары и услуги и стремится передать все риски и ответственность за инкассирование форфетеру (т.е. банку, учитывающему векселя) в обмен на немедленную оплату налич­ными деньгами.

Обычно форфетированию подлежат торговые тратты или простые вексе­ля, хотя теоретически задолженность в любой форме могла бы быть форфетирована. Менее употребительные формы включают аккредитив и вытекаю­щие из него отсроченные платежи. Преобладание простых и переводных векселей объясняется их употреблением в качестве инструментов торгового кредитования в течение длительного времени и свойственной им операци­онной простоте.

Окончательный выбор того или иного платежного средства в международ­ных торговых и кредитных сделках зависит от многочисленных юридических, экономических и политических соображений, что не позволяет выработать какое-либо общее, универсальное правило.

Если импортер не является первоклассным заемщиком, пользующимся несомненной репутацией, любая форфетируемая задолженность обязательно должна быть гарантирована в форме аваля или безусловной и безотзывной банковской гарантии, приемлемой для форфетера.

Выполнение этого условия особенно важно, если рассматривать сделку под углом зрения ее необратимости, т.к. в случае неплатежа со стороны должника, форфетер как на свою единственную гарантию может положиться только на эту форму банковской гарантии.

Форфетирование - наиболее часто применяющаяся и важная из среднесроч­ных сделок, поскольку охватывает срок от 6 месяцев до 5-6 лет. Однако каждый форфетер устанавливает свои временные рамки, исходя, главным образом, из рыночных условий для определенной сделки.

При форфетировании покупка векселей осуществляется за вычетом (дис­контом) процентов авансом за весь срок кредита. Экспортер, таким образом, фактически превращает свою кредитную операцию по торговой сделке в опе­рацию с наличностью. В этом случае он отвечает единственно лишь за удов­летворительное изготовление и поставку товаров и правильное оформление документов по обязательствам. Это последнее обстоятельство вместе с нали­чием фиксированной процентной ставки, взимаемой за всю операцию в самом ее начале, делает форфетирование вполне приемлемой услугой для экспортера и относительно недорогой альтернативой другим современным формам ком­мерческого рефинансирования.

Форфетирование как метод рефинансирования коммерческого кредита представляет для экспортера и преимущества, и недостатки. К преимуществам можно отнести:

1. упрощение балансового соотношения возможных обязательств;
2. улучшение состояния ликвидности (эти два преимущества важны в случае растущей задолженности экспортера);
3. уменьшение возможности потерь, связанных лишь с частичным госу­дарственным или частным страхованием и возможных затруднений с ликвидностью, неизбежных в период предъявления застрахованных ранее требований;
4. отсутствие рисков, связанных в колебанием процентных ставок;
5. отсутствие рисков, связанных с курсовыми колебаниями валют и с изменением финансового положения должника;
6. отсутствие рисков и затрат, связанных с деятельностью кредитных органов и взысканием денег по векселям и другим платежным доку­ментам.

Недостатки для экспортера сводятся к возможным относительно более высоким расходам по передаче рисков форфетеру. Разумеется, прибегая к форфетированию, фирма-экспортер исходит из стратегических соображений, а с этой точки зрения форфетирование может оказаться ей очень выгодным.

Форфетирование является наиболее юридически разработанным способом рефинанси­рования внешнеторгового коммерческого кредита. Преимущества форфетирования для экспортера, связаны в первую очередь с полным перенесением валютных, коммерческих, политических, переводных и других видов рисков на форфетера (банк), делают форфетирование наиболее предпочтительным для продавца.

**1.1.3.Кредитная политика корпорации**

Продажа товаров в кредит стала обычным способом ведения дел для про­мышленных компаний, ведь, как уже отмечалось выше, предложение кредитных услуг является одним из эффективнейших орудий кон­куренции при привлечении клиентов. Из-за этой тенденции к увеличению покупки в кредит все более острой становится дилемма твердой или свободной кредитной политики. Излишне твердые условия могут отпугнуть покупателей, а очень свободные - способствовать не только большому объему продажи товара, но и минимальному обратному притоку капитала из-за неоплаты дол­гов в срок и больших расходов, связанных с «вышибанием» долга. Главная задача корпорации в этой области - правильное управление своим остатком дебиторской задолженности в соответствии с размером ожидаемой реализации товарной продукции. Чем быстрее оборачивается остаток дебиторской задол­женности по данному объему продажи товаров, тем короче цикл кругооборота наличных средств корпорации и, следовательно, выше ликвидность фирмы (т.е. ее способность своевременно погашать свои долговые обязательства).

Корпорация должна постоянно пересматривать свою кредитную политику из-за изменения рыночных условий. Тем более это необходимо в нашей стране, в условиях крайней нестабильности. Кредитная политика состоит из общих направлений принятия решений по выбору надежного заемщика, объема и срока кредита. Эти направления в дальнейшем реализуются младшим уп­равленческим аппаратом для принятия ежедневных решений. Например, в соответствие с проводимой кредитной политикой корпорация может предо­ставить право младшему менеджеру кредитовать клиентов в пределах 50 тыс. рублей. Следовательно, клиент, нуждающийся в большей сумме кре­дита, скажем до 200 тыс. рублей, должен будет получить согласие старшего менеджера, а свыше 200 тыс. рублей - одобрение кредитного комитета. Эти процедуры должны быть четко определены, чтобы клиентам не надо было ждать прохождения своего дела по инстанциям.

Схема №1показывает последователь­ность кредитной политики и взаимосвязь ее этапов.

Как показывает схема, процесс начинается с определения кредитной пол­итики. В дальнейшем, все решения принимаются в соответствии с ее содержа­нием. После предоставления кредита следующим важным действием является контроль над просроченной задолженностью, отраженной в балансе по статьям дебиторской задолженности. Этот контроль позволяет определить степень со­ответствия принятых решений кредитной политике фирмы. Даже если это соответствие не нарушено, периодическая оценка кредитных решений позво­ляет регулировать их в зависимости от текущей деловой ситуации.

### *Схема* *1. Кредитная политика корпорации*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА* | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | |  | | | |  | | |  | | | | | |  | | | | | | |
|  | *КРЕДИТНЫЕ УСЛОВИЯ* | | | | | |  | | | *РЕШЕНИЕ О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ КРЕДИТА* | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | |  | | |  | | | | | |  | | | | | |  | | | | |
|  | |  | | | | | | *КОМУ* | | | |  | | *СКОЛЬКО* | | | | | |  | |
|  | |  | | | |  | | | | |  | | | | | |  | | | | |
|  | | *КОНТРОЛЬ ЗА СТАТЬЯМИ БАЛАНСА* | | | | | | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | |  | | | |  | | |  | | | | | | | | |  | | | | | |
| *ПЕРЕСМОТР КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ПО МЕРЕ НЕОБХОДИМОСТИ* | | |  | *СООТВЕТСТВУЕТ ЛИ СОСТОЯНИЕ СТАТЕЙ БАЛАНСА КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКЕ* | | | | | | | | |  | | | *НЕОБХОДИМО ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ ПРИБЫЛЬНОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ КРЕДИТНЫХ УСЛОВИЙ ИЛИ КРЕДИТНОГО РЕШЕНИЯ* | | | | | | | |

Теперь рассмотрим подробнее каждую стадию предоставления коммерче­ского кредита.

Управление кредитной политикой выражает общую стратегию развития корпорации. С ее помощью не стремятся установить конкретные способы достижения целей, а лишь формируют «каркас», структуру рекомендаций и основных направлений выполнения частных деловых операций. На основе этого «каркаса» разрабатывается методика проведения ежедневных мероприя­тий, направленных на достижение целей кредитной политики.

Кредитная политика корпорации, таким образом, определяет цели кредит­ного управления. Она должна четко показать намерения фирмы быть активной в предоставлении коммерческого кредита, что дает возможность резко изме­нить кредитную политику в зависимости от конъюнктуры рынка или быть консервативной в условиях предоставления кредита каждому клиенту.

Кредитные условия, предлагаемые покупателю, определяют время, имею­щееся в распоряжении клиента до выплаты долга (кредитный период). Обычно под кредитным периодом понимают время, разделяющее дату выписки счета и дату его оплаты. В контракте это время обозначается как «нетто 30» или «нетто 90». Это озна­чает, что наступлению даты платежа предшествуют 30 или 90 дней. Корпора­ция может предложить учетную скидку, т.е. процент, который клиент может вычитать из цены счета, если платеж осуществляется в установленный учетный срок. В этом случае кредитные условия обозначаются, например, как «2/10, нетто 30» Число 2 означает 2% скидки от суммы счета, если платеж осущест­влен в течение 10 дней со дня выписки счета. В противном случае, платеж должен быть произведен в течение 30 дней. Предлагая скидку, корпорация готова отказаться от 2% цены товара для ускорения поступления наличного платежа. Кроме того, так как скидка является добровольной, она может при­влечь новых клиентов с коротким денежным циклом, рассчитывающих пол­учить прибыль за счет скидки от цены сделки.

Принятие решения о предоставлении кредита имеет две стороны. Первая - надо ли предоставлять кредит потенциальному клиенту. В этом случае необхо­димо заняться кредитным анализом. Вторая сторона - если решение о предо­ставлении кредита принято, должен ли быть установлен лимит и если да, то какой?

*Кредитный анализ* - это процесс принятия решения о предоставлении или не предоставлении коммерческого кредита данному потенциальному клиенту. При кредитном анализе сначала надо выяснить желание и возможность клиента платить за купленные товары или оказанные ему услуги. Индивидуальные характеристики клиента, изучаемые при кредитном анализе, получили жар­гонное название *«5С» кредита»:*

1. customer’s character (характер клиента)
2. capacity to pаy (платежеспособность)
3. collateral (обеспечение)
4. capital (капитал)
5. current business condition (текущее деловое положение).

Изучение характера клиента помогает определить его желание платить. Чтобы получить эту информацию можно организовать личную встречу с кли­ентом одного из менеджеров фирмы или запросить справку в различных госу­дарственных или частных экономических учреждениях, обязательно включая банк клиента. Определение платежеспособности клиента, его реального капи­тала и обеспечения ссуды включает в себя, прежде всего, анализ финансовых отчетов (балансов), предоставленных клиентом или официально опубликован­ных. Состояние всей экономики тоже может играть свою роль. Так, если в экономике наблюдается спад, то фирма может себе позволить предоставление лишь ограниченного числа кредитов.

Кроме финансовых отчетов клиента имеются другие многочисленные ис­точники информации, доступные для использования при анализе. Банки, дру­гие фирмы, предоставлявшие кредиты клиенту, местные кредитные организа­ции, обычно входящие в состав Национальных ассоциаций кредитного управ­ления США или аналогичные организации в других странах предоставляют, как правило, наиболее общую информацию, так как детали кредитных согла­шений составляют коммерческую тайну и охраняются законом.

Так, широко используемым источником информации в США служит фирма Dun and Bradstreet. (D.В.). Она снабжает информацией о предполагаемой оце­ночной финансовой силе потенциального клиента, делает сложную кредитную экспертизу. D.В. нанимает команду аналитиков, которые посещают фирмы по определенному графику и составляют доклады с очень подробной информа­цией. Для потребителей этой информации особо важны сведения о предыдущих платежах, финансовом положении, указанные в сводных финансовых отчетах клиентов. Доклад отмечает любую текущую официальную проблему клиента и его краткую историю. Таким образом, доклад D.В. стал стандартным источ­ником информации, необходимой для принятия решения о предоставлении и размерах кредита.

Нужно особо подчеркнуть, что в течение всего процесса анализа исследо­вание кредитоспособности клиента вызвано не только необходимостью приня­тия мер предосторожности от предоставления кредита ненадежному клиенту, но в равной мере и желанием фирмы оказать максимум кредитных услуг уважаемому покупателю. В равной степени плохим считается решение о кре­дитовании не заслуживающих этого клиентов и решение не предоставлять кре­дит клиенту, который гарантированно заплатит. В обоих случаях продавец несет убытки.

Корпорация идет на определенные расходы для предохранения себя от ошибочных кредитных решений. Такие расходы включают в себя зарплату и гонорары за консультации специалистов, оплату кредитных докладов, вступи­тельные и членские взносы в кредитные ассоциации. Корпорация, также, дол­жна нести и внутренние расходы для осуществления качественного кредитного анализа, разработки методик и материально-технического обеспечения анализа.

Предел кредита - максимальный объем кредита, который будет предостав­лен клиенту единовременно. Этот объем обычно устанавливается на относи­тельно низком уровне для новых, незнакомых клиентов и, затем, поднимается на основе положительной практики платежей и потребностей клиента. Кредит­ные лимиты (пределы) не должны быть стабильными, а всегда служить объек­том пересмотра, основанного на опыте и изменении условий рынка. Устанав­ливая кредитный лимит, фирма отталкивается от информации, полученной в результате кредитного анализа и суммы планируемых закупок клиентами.

Рассмотрим пример. Представьте, что потенциальный клиент обращается за кредитом. Кредитор выясняет, что клиент имеет хорошее финансовое поло­жение, и что он собирается покупать ежегодно материалов на 360,0 тыс. рублей. Основываясь на этой информации и принятом кредитном решении «нетто ЗО», кредитор может установить начальный лимит приблизительно 30,0 тыс. рублей в месяц (т.е. 360,0 тыс. рублей в год). Клиент должен будет оплатить закупки прошлого месяца перед тем, как выставить новую кредитную заявку. После практики нескольких месяцев работы с клиентом кредитор может поднять кредитный лимит и разрешить клиенту быть более свободным в кредитных заявках, если его платежи поступают в соответствии с графиком.

Некоторые менеджеры ставят кредитный лимит в зависимость от собствен­ного капитала клиента. Например, кредитный лимит может быть установлен как определенный процент от собственного капитала покупателя (например, 5или 10%). Наряду с собственным, оборотный капитал также может быть использо­ван для установления лимита. Многие менеджеры даже предпочитают основы­ваться на оборотном капитале, так как он более тесно связан с платежеспособ­ностью клиента.

Очень важной проблемой является оценка последствий изменения кредит­ной политики. Прежде, чем корпорация меняет свою кредитную политику, ее специалисты должны установить связь предполагаемых изменений с современ­ным объемом притока капитала корпорации. Изменение кредитной политики обычно связано с колебаниями объемов продажи, изменением доли клиентов, берущих денежные скидки, времени денежных поступлений и индекса изменя­ющейся себестоимости относительно объема проданных товаров.

Как только корпорация начинает предоставлять кредит своему клиенту, менеджер, ответственный за данную сделку, обязан тщательно контролировать итоги дебиторской задолженности. Если бы корпорация имела всего одного клиента, это было бы очень простой задачей. Но на практике типичная большая корпорация может иметь тысячи клиентов. Невозможно контролировать каж­дый индивидуальный счет, а поэтому система должна быть развита так, чтобы дать менеджеру возможность вычислить соответствие остатка дебиторской задолженности кредитным условиям корпорации.

Важным элементом всей системы мероприятий по коммерческому креди­тованию является процедура получения денег по счетам, подлежащим оплате. Специалисты в этой области советуют не позднее, чем за 10 дней до срока платежа послать клиенту письмо. Такое послание может быть отпечатано и на следующем счете. В письме напоминается число и доля остатков, подлежащих оплате.

Если остаток остается неоплаченным в срок, то полезно связаться или лично встретиться с клиентом, чтобы точно выяснить причину такого нарушения. Как можно скорее надо понять, не вызвана ли задержка платежа проблемами, связанными с поставкой товара (качество, ассортимент и т.д.), спорными вопросами по предостав­ленным платежным документам или финансовыми трудностями клиента.

Нужно все время иметь в виду, что процесс сбора средств может дорого обойтись продавцу как из-за прямых расходов с ним связанных, так и из-за испорченных отношений с клиентами. Тем не менее, для того, чтобы предотв­ратить необоснованное затягивание денежного цикла и свести к нулю уровень несобранных средств с последующим списанием со счетов безнадежных долгов, менеджеру необходима твердость и хладнокровие.

Интересная ситуация возникает, когда клиент, пользующийся скидкой, неожиданно не платит в льготный период. В таком случае не будет ошибкой не учитывать скидку в счете и ждать платежа на всю сумму счета. Можно даже, если это единичный случай, а клиент очень солидный, и вовсе не обратить на это внимание и не портить отношений. Наиболее же гибким путем решения проблемы неполученных скидок будет разрешение клиенту сохранить скидку даже в случае несвоевременного платежа в льготном периоде, если клиент согласится на досрочную оплату следующего счета. Квалифицированные ме­неджеры всегда ищут пути удовлетворения потребностей в кредите своих кли­ентов, достигая собственные цели и выполняя обязанности по поддержанию притока денежных средств.

**1.1.4. Правовое обеспечение коммерческого кредитования.**

Правовое обеспечение коммерческого кредитования определено в ст. 823 ГК РФ. В соответствии с п. 2 ст. 823 ГК РФ к коммерческому кредиту применяются правила, содержащиеся в главе 42 ГК РФ "Заем и кредит", если иное не предусмотрено правилами о договоре, из которого возникло соответствующее обязательство, и не противоречит существу такого обязательства.[2] Данный вывод подтвержден в п. 12 постановления Пленума ВС РФ и ВАС РФ от 08.10.98 N 13/14 "О практике применения положений Гражданского кодекса Российской Федерации о процентах за пользование чужими денежными средствами" (далее -- постановление Пленума ВС. РФ и ВАС РФ N 13/14).

Статья 823. Коммерческий кредит

1. Договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг (коммерческий кредит), если иное не установлено законом.

2. К коммерческому кредиту соответственно применяются правила настоящей главы, если иное не предусмотрено правилами о договоре, из которого возникло соответствующее обязательство, и не противоречит существу такого обязательства.1[[1]](#footnote-1)

**Глава 2. Применение коммерческих кредитов**

**2.1. Коммерческий кредит – от анализа к действиям**

По мере того как компания растет, проблема организации денежных потоков становится все более насущной. Потребуется инструмент, с помощью которого можно будет этими потоками эффективно управлять. Инструментом станет кредитная политика, а первым шагом к ее созданию - анализ оборачиваемости дебиторской задолженности.

Несмотря на то что банковский кредит все чаще используется для покрытия дефицита оборотных средств, по-прежнему широко распространен и коммерческий кредит (отсрочка платежа контрагенту). Это объясняется как минимум двумя причинами. Во-первых, трудностями, с которыми сталкиваются небольшие компании при получении банковского кредита. Во-вторых, маркетинговой природой коммерческого кредита, которая заключается в том, что предоставление отсрочки платежа является дополнительным конкурентным преимуществом.

Сегодня практически все компании вынуждены кредитовать своих покупателей, вследствие чего большинство функционирует за счет перекредитования. Поэтому крайне важно, чтобы организации выбирали оптимальные для себя способы кредитования покупателей, тем самым, поддерживая всю цепочку прямо или косвенно взаимозависимых компаний. А начать следует с анализа дебиторской задолженности, к образованию которой приводит выданный коммерческий кредит. Затем результаты анализа будут положены в основу кредитной политики компании, которая должна стать инструментом управления дебиторской задолженностью.

***Основные показатели***

Основная задача анализа - определить оптимальный срок кредитования покупателей. Это важно для того, чтобы впоследствии своевременно погашать обязательства перед кредиторами. В данном примере все внимание будет уделено тому, как на предприятии происходит кредитование покупателей по основному виду деятельности. Для того чтобы показатели затем можно было сравнивать, лучше взять период в два-три года. Если такой возможности нет, то как минимум в один год. В анализе дебиторской задолженности используется коэффициентный метод. Показатели и методики их расчета могут отличаться в зависимости от конкретных условий работы компании, главное, чтобы полученный результат как можно больше соответствовал действительности. В качестве одного из возможных вариантов расчета основных показателей возьмем следующий алгоритм:

а) Оборачиваемость дебиторской задолженности

(Receivables turnover)

Оборачиваемость дебиторской задолженности = Выручка от продаж (в кредит) : Средняя за период дебиторская задолженность;

б) Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях

(Average collection period)

Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях = Средняя за период дебиторская задолженность: Средняя дневная выручка от продаж (в кредит).

Предположим, что расчеты с покупателями по основному виду деятельности отражаются на счете 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками" и вся дебиторская задолженность является краткосрочной. Средняя за период дебиторская задолженность - это среднегодовое значение дебиторской задолженности. Обычно определяется как суммарное дебетовое сальдо по счету 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками" на начало и конец периода, деленное пополам, но можно сделать и более точный поквартальный расчет. Средние данные необходимы для того, чтобы нивелировать изменения деловой активности в течение года.

Выручка от продаж по основному виду деятельности отражается по кредиту счета 90 "Продажи". Тогда для расчета нужно взять кредитовый оборот счета 90, причем только ту его часть, которая появилась в результате продажи товаров в кредит. Если учетная система компании не содержит таких данных, то можно скорректировать общую сумму выручки, основываясь на информации, полученной другими способами. Все же это лучше, чем ничего, если выручка от реализации без предоставления кредита составляет, например, половину от всей выручки.

Заметим, что мы намеренно берем выручку-брутто (со всеми налогами и сборами), чтобы она была сопоставима со средней за период дебиторской задолженностью.

***Интерпретация показателей***

Оборачиваемость дебиторской задолженности показывает, насколько эффективно компания собирает долги покупателей за свою продукцию. В основном используется для того, чтобы отследить динамику развития или сравнить компанию с другими представителями отрасли. Аналогичный показатель в днях показывает, на какой срок, в среднем, компания кредитует покупателей. Чем выше первый показатель и соответственно меньше второй, тем эффективнее управление дебиторской задолженностью. Однако надо быть осторожными и, пытаясь улучшить показатели оборачиваемости дебиторской задолженности, не навредить объемам продаж.

Ухудшение показателей не всегда свидетельствует о снижении эффективности управления. Это может быть следствием осуществления более мягкой политики кредитования покупателей. Такое решение могло быть принято в качестве стимулирования продаж или как ответный шаг на действия конкурентов.

***Оценка результатов анализа***

Для оценки результаты анализа нужно сравнить со среднеотраслевыми или собственными показателями за предыдущие периоды. Первое не всегда доступно, а если и доступно, то может быть недостоверно, поэтому лучше полагаться на аналогичные показатели этой же компании за предыдущие периоды. Правда, могут возникнуть сложности и с их получением - смена программного обеспечения, различные методики расчета (если подобный анализ проводился ранее) и другие факторы приводят к тому, что отправной точкой для текущего и последующих анализов становятся коэффициенты, рассчитанные за последний год. Однако даже они скажут многое, так как отражают те условия, в которых фактически работает компания. Эти условия можно сравнить с теми, в которых она должна функционировать (например, в соответствии с действующими договорами). Для такого сравнения лучше всего подойдет показатель оборачиваемости дебиторской задолженности в днях. Прежде всего, нужно посмотреть:

*во-первых*, насколько оборачиваемость в днях соответствует срокам кредитования, установленным в договорах с покупателями. Разобраться поможет составление списка по всем клиентам, с которыми заключены договоры;

*во-вторых*, может ли компания позволить себе полученную оборачиваемость в днях. Для этого нужно провести анализ источников, за счет которых имеется возможность кредитовать покупателей. Основными источниками, как правило, являются кредиторская задолженность и краткосрочные кредиты банков (авансы покупателей можно исключить, так как они уже были учтены в дебетовом сальдо по счету 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками" при расчете показателей оборачиваемости).

Как правило, выводы неутешительны: фактический срок кредитования покупателей превышает сроки, установленные договорами (или же применяемые по умолчанию в случае отсутствия договора), источниками для финансирования дебиторской задолженности являются кредиторы, которым тоже нужны средства. А в итоге компания теряет время и деньги.

Пример. Предположим, в соответствии с условиями договора средний срок оплаты услуг, предоставляемых ЗАО "Бизнес", составляет 20 календарных дней. Годовой объем продаж на условиях отсрочки платежа составил

4 000 000 руб., средняя дебиторская задолженность - 350 000 руб., тогда:

Средняя дневная выручка от продаж в кредит = 4 000 000 : 365 = 10 959 руб.;

Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях = 350 000 : 10 959 = 32 дня.

Получается, что фактически сложившийся период кредитования покупателей в 1,6 раза превышает договорный. Данное превышение не явилось инструментом маркетинговой политики компании. Скорее всего оно говорит о том, что в ЗАО "Бизнес" неэффективен кредитный контроль. Вложения в дебиторскую задолженность можно рассматривать и как инвестиции. В этом случае появятся альтернативные издержки .

Альтернативные издержки (opportunity costs) - издержки неиспользованных возможностей. Отражают альтернативные возможности использования ресурсов.

Если бы покупатели платили через 20 дней, то в среднем размер дебиторской задолженности составил бы 10 959 x 20 = 219 180 руб. В данном случае превышение срока кредитования покупателей на 12 дней (32 - 20) приводит к отвлечению из оборота дополнительно 10 959 x 12 = 131 508 руб. В то же время ЗАО "Бизнес" имеет возможность вложить деньги в ценные бумаги с годовым доходом 11%. Следовательно, годовой размер альтернативных издержек составит 131 508 x 11% = 14 466 руб.

***Действия***

После того как были выявлены расхождения между тем, что должно быть и что есть на самом деле, следует сократить расхождения до возможного минимума и построить эффективную систему кредитования покупателей. Для этого необходимо:

- повысить эффективность кредитного контроля. А проще говоря, нужно сделать сроки платежей в договорах действующими, а не номинальными. На практике это означает отслеживание сроков платежа по каждому выставленному счету;

- обеспечить наличие необходимых данных. Может быть и так, что кредитный контролер или тот, кто выполняет его функции, трудится хорошо, но есть причины, которые не дают ему делать это эффективно. Так, несвоевременное поступление данных из бухгалтерии может свести на нет усилия десятка кредитных контролеров;

- отслеживать изменения рыночных условий. Возможно, рынок уже не требует таких больших сроков кредитования покупателей. Значит, их нужно сокращать, иначе компания будет неэффективно использовать средства, слишком много вкладывая в дебиторскую задолженность;

- правильно прописывать сроки оплаты в договоре. Например, было принято решение предоставить новому покупателю 15 рабочих дней кредита, разумеется с момента получения им счета. А в договоре клиент настаивает на несколько иной формулировке: "Все счета должны быть оплачены Клиентом в течение 15 рабочих дней со дня получения счета или дня принятия соответствующего акта Клиентом - в зависимости от того, какая из дат наступит позже". Момент принятия (то есть подписания) акта клиентом проконтролировать практически невозможно. Если же в договоре установлен срок рассмотрения акта пять дней, то можно быть уверенными, что клиент обязательно воспользуется этими дополнительными пятью днями кредита. Все это говорит о том, что надо устанавливать такие сроки оплаты, которые впоследствии можно будет отследить.

Конечно, любой показатель, даже если он рассчитан почти в "лабораторных" условиях, будет лишь максимально приближен к тому, что есть на самом деле. Чтобы определить оптимальный срок кредитования покупателей, помимо анализа показателей оборачиваемости необходимо учесть и факторы внешней среды. Тем не менее анализ оборачиваемости дебиторской задолженности может быть очень полезен, если компания закрепит методику расчета основных показателей и будет проводить его в будущем на регулярной основе.

***Примечание. Принципы контроля задолженности***

Елена Даниленко, финансовый директор ООО "Виконт Диа", г. Санкт-Петербург:

"Наша фирма, как и большинство торговых компаний, отпускает продукцию покупателям в кредит. Реализованная у нас система учета и контроля дебиторской задолженности основана на следующих принципах:

- предварительный качественный отбор клиентов, определение оптимальных кредитных условий;

- материальная заинтересованность сотрудников в контроле над задолженностью дебиторов. В частности, при расчете премий ключевых специалистов учитывается период оборачиваемости дебиторской задолженности. А основная часть вознаграждения менеджеров по продажам зависит от своевременности погашения долгов;

- стимулирование клиентов (разовые и накопительные скидки, бонусные программы);

- наличие регламента управления дебиторской задолженностью. В нем определена процедура управления задолженностью - от формирования ежедневного графика ее погашения до предъявления претензий при несвоевременной оплате"[[2]](#footnote-2).

**2.2. Установление цены**

При предоставлении коммерческого кредита установление цены может осуществляться следующими способами:

1. в договоре указывается конечная сумма (с учетом отсрочки или рассрочки платежа). В этом случае проценты за пользование коммерческим кредитом либо скрыты в цене товара, либо вообще не взимаются[6];

2. в договоре указывается базовая цена товара и отдельно фиксируется сумма, которую должен заплатить покупатель за каждый день или за все время отсрочки или рассрочки платежа, обусловленной договором.

**2.3. Достоинства и недостатки коммерческого кредита**

Коммерческое кредитование имеет определенные недостатки и сопряжено с кредитными и валютными рисками, связывает оборотные средства (хотя и не отвлекает их!) и ухудшает балансовые показатели и платежеспособность кредитора. Оно предполагает существование доверительных отношений между контрагентами (что не столь существенно при вексельном кредитовании). Отсюда другое название коммерческого кредита – фирменный кредит. Фирменный кредит, как правило, гибко сочетается с банковским[[3]](#footnote-3). Банки производят акцепт, учет, переучет коммерческих векселей, принимают их в залог. Поскольку за каждым таким векселем стоят определенные товары, продажа которых позволяет погасить обязательства по нему, то эти операции с векселями считаются для банков наиболее безопасными и ликвидными. Существенный недостаток кроется в реальной возможности выписки «бронзовых», «дружеских» (смотрите Главу2) векселей. Они не имеют товарного обеспечения и выписываются только лишь для того, чтобы дисконтировать их в банке или получить под них ссуду. Предъявляя такие векселя различным банкам, партнеры стремятся учесть их. При наступлении срока платежа по векселям операция повторяется, и новыми суммами, полученными в банках, погашаются старые долги. Так, в XIX веке предоставление предприятиями взаимных кредитов, оформляемых дружескими и фиктивными (бронзовыми) векселями, было довольно широко распространенным явлением. Предотвращению выписки таких векселей может служить информирование банков о взаимоотношениях между векселедателем и векселедержателем, об их хозяйственных связях. С этой целью в большинстве развитых стран центральные банки переучитывают лишь первоклассные коммерческие векселя, т.е. такие, которые выставляются на основе реально совершенных сделок купли-продажи, и по которым отвечают как минимум три лица, известных этим банкам безупречной платежеспособностью.

Одна из особенностей коммерческого кредита – возможность включения в себестоимость выпускаемой предприятием продукции процентов по данному кредиту. В состав себестоимости включаются затраты на оплату процентов за отсрочки оплаты (коммерческие кредиты), предоставляемые поставщиками (производителями работ, услуг) по поставленным товарно-материальным ценностям (выполненным работам, оказанным услугам) (подп. «с» п.2 «Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли»[[4]](#footnote-4)). Действующее законодательство не содержит каких-либо требований к форме оплаты коммерческого кредита и процентов по нему, а это означает, что возможно отнесение на себестоимость процентов, которые были оплачены путем предоставления отступного не в денежной форме (например, поставки товаров и т.п.), а также путем зачета взаимных требований.

Коммерческий кредит в большой степени способствует укреплению связей между продавцом и покупателем. Продавец, располагая временно свободными средствами, передает их покупателю на относительно короткий срок путем коммерческого кредитования, получая от него довольно большое вознаграждение (в виде процентов), большее, чем, скажем, ставка по депозитам на такой же срок, но меньшее, чем по прямому банковскому кредиту (что очень важно для покупателя). Таким образом, коммерческий кредит обеспечивает более выгодное размещение временно свободных средств, хотя и не может исключить определенного риска в связи с возможностью задержки платежа по векселю. Покупатель, воспользовавшись такой формой кредитования, может направить имеющиеся у него средства на другие цели. При прямом банковском кредитовании такое маневрирование собственными средствами затруднено.

Среди преимуществ коммерческого кредита как инструмента краткосрочного кредитования, пожалуй, главное – его доступность. Ведь кредиторская задолженность большинства фирм представляет собой форму непрерывного кредитования. В этом случае нет необходимости формально организовывать кредитование, оно уже имеет место. Если в настоящее время фирма использует скидку, возможно дополнительное кредитование посредством уплаты по счетам точно в установленный срок. При этом не нужно вести переговоры с поставщиками, решение принимает фирма.

Использование механизма договора банковского кредита влечет за собой трудности, связанные, прежде всего, со значительно более высокими издержками и, как правило, необходимостью изъятия из оборота определенного объема имущества (например, при залоге). Кредитор может устанавливать некие ограничения и требовать гарантий. При коммерческом кредите тоже возможны ограничения, но практически они маловероятны. Коммерческий кредит – наиболее гибкая форма кредитования. Как правило, поставщик к сбоям в выплатах относится менее категорично, чем банкир или иной кредитор.

**2.4. Коммерческие интернет - кредиты**

В настоящее время банковский сектор изучает возможности использования всемирной сети Интернет для автоматизированного оформления корпоративных и синдицированных кредитов. Результатом этой работы могут стать «реверсивные» (обратные) аукционы, в ходе которых корпорации выставляют свои спецификации по необходимым им кредитам, а банки принимают участие в торгах за право выделения таких кредитов. Несмотря на то, что проведение электронных торгов через сеть Интернет еще не вошло в повседневную практику, рынок активно подталкивает банковский сектор к использованию такой системы. По мнению обозревателей, если банки должным образом не оценят эту идею, то ее реализацию возьмут на себя многочисленные небанковские учреждения.

Система проведения электронных аукционов может позволить банкам сократить операционные расходы, более эффективно обеспечивать кредитные гарантии и осуществлять торговлю кредитами. Выделение коммерческих кредитов через Интернет также может означать, что банки средней величины, зачастую не имеющие возможностей для создания собственных внутрибанковских кредитных схем, смогут получить доступ к ранее недосягаемым для них крупным клиентам из числа транснациональных компаний.

Несмотря на громадные потенциальные преимущества такой системы, целый ряд вопросов остается открытым. Пока не ясно, кто будет обеспечивать организацию таких аукционов — банки или третьи лица. Если в качестве управляющего аукционом будет выступать банк, то другие учреждения могут неохотно пойти на участие в нем по соображениям безопасности и конфиденциальности. Отсутствие же банков среди устроителей аукционов может создать проблемы с ликвидностью таких мероприятий. В свою очередь, опасение потерять контроль над процессом из-за принадлежности кредитных интернет-аукционов небанковским учреждениям может отпугнуть некоторые банки от участия в аукционах такого рода.

По мнению наблюдателей банковского сектора, решение проблемы может быть обеспечено с помощью такой схемы, при которой банки будут выступать в качестве владельцев, а третьи стороны — в качестве управляющих аукционами. «В любом случае, Интернет уже вносит изменения в процесс выделения коммерческих кредитов»,— отмечает Майкл Савеллони, старший менеджер КПМГ по консультациям в области финансовых услуг. В свою очередь, транснациональные компании настойчиво требуют перемен. «Несмотря на то, что этот процесс занимает много времени, использование Интернета сократит сроки оформления кредитов, увеличит количество участников аукциона, способствуя, таким образом, повышению уровня ликвидности»,— утверждает специалист.

На оформление коммерческого кредита могут уйти дни и даже недели. Многочисленные телефонные переговоры, обмен сообщениями по факсу и электронной почте, а также огромный объем канцелярской работы — все это задерживает согласование выдачи кредита. С наступлением эпохи Интернета у банков появляется готовый способ сокращения временных и финансовых затрат. «Банковский сектор заставляет их автоматизировать этот процесс, что в свою очередь будет способствовать значительному снижению операционных затрат»,— говорит Оззеир Хан, менеджер КПМГ по консультациям в области финансовых услуг. «Для оформления бумажных документов банкам приходится тратить большие средства на оплату труда кредитных специалистов, младших сотрудников и административного персонала.»

Проведение кредитных интернет-аукционов открывает новые возможности для бизнеса. Например, банки смогут участвовать в торгах за право организации и последующего поиска потенциальных участников синдицированных кредитов. «Наличие аукционного интернет-сайта позволит банкам выставлять на продажу кредиты, обеспечивать кредитные гарантии или выступать в качестве руководителей групп по организации синдицированных кредитов»,— говорит Савеллони. «Система кредитных аукционов может оказаться полезной и в других сферах корпоративного финансирования, например, в проведении документарных операций»,— отмечает О. Хан. «Аукционный интернет-сайт может быть использован для отправки, обработки и продажи таких экспортно-импортных документов, как аккредитивы.»

«Помимо сокращения затрат на оформление кредитов, главным образом за счет уменьшения расходов на оплату персонала, система электронных аукционов позволит компаниям в считанные часы получать необходимые кредиты»,— отмечает г-н Хан. Компании смогут размещать в Интернете данные о своих потребностях в кредитах, анализировать кредитные соглашения и иную документацию, не прибегая к услугам кредитных подразделений.»

«Проведение таких аукционов ускорит процесс обмена информацией в отношении синдицированных кредитов, участие в которых могут принимать сотни банков»,— утверждает Савеллони. «Сделки могут совершаться быстрее и с меньшими затратами за счет устранения необходимости ввода данных и выполнения иной канцелярской работы»,— продолжает специалист. Использование центрального сайта позволит банкам осуществлять отправку документов и вносить в них необходимые изменения в режиме реального времени.

Некоторые наблюдатели считают, что основными пользователями аукционных сайтов могут оказаться «средние» банки, которые не входят в число крупных банковских учреждений, аккумулирующих значительные денежные средства. По мнению Джона Розелли, консультанта по финансовым вопросам Parson Group, средние по величине банки не располагают достаточными возможностями для содержания собственных финансовых подразделений, осуществляющих выпуск ценных бумаг. Размещая данные о кредитах в Интернете, они превращают кредиты в товар. «А поскольку у средних банков около 80% кредитов достаточно высоко унифицировано, применение автоматизированной системы будет способствовать снижению затрат и повышению эффективности кредитных операций»,— отмечает эксперт.[[5]](#footnote-5)

**2.5.Коммерческий кредит сегодня**

На современном этапе проблема коммерческого кредита в России приобрела скорее практический, нежели теоретический характер. Объективные условия использования коммерческого кредита возникают в связи с активизацией рыночных отношений, переводом на коммерческую основу банков, отказом от сложившейся монопольной организации банковского дела. Накопленный в развитых зарубежных странах опыт в области коммерческого кредита, а также незаслуженно забытая практика взаимного кредитования предприятий до кредитной реформы 30-х годов могут не только подсказать варианты решения поднятой проблемы, но и предостеречь от ошибок.

Правильная организация коммерческого кредитования может быть одним из пунктов программы стабилизации денежного обращения в России. Поскольку появление векселя предусматривает обязательное существование товарной сделки, то и выпущенные в оборот деньги при учете этого векселя в банке или при выдаче ссуды под его залог будут иметь материальное обеспечение. Это, в свою очередь, создаст условия для сокращения количества лишних денег в обращении. Коммерческий кредит становится тем дополнительным элементом к существующему кредитному механизму, который позволяет ему гибко реагировать на хозяйственную ситуацию на отдельных участках хозяйства, не расширяя автоматически общей массы платежных средств и не отказывая предприятиям в обоснованной кредитной помощи.

Очевидно, что под правильной организацией коммерческого кредита понимается адекватный сложившейся ситуации выбор формы кредитования. А они в различных условиях и проявляют себя по-разному, и, значит, универсального плана, рецепта просто не может быть.

Касаемо вексельного обращения, то его внедрение в отечественной практике – сложный процесс. Необходимым условием нормального развития любых банковских операций является стабильность, устойчивость денежной системы. А сложившаяся на сегодняшний день неблагоприятная ситуация характеризуется непредсказуемым своей скачкообразностью инфляционным процессом, дефицитностью государственного бюджета и т.п. При полном отсутствии, кроме того, опыта осуществления учетных операций с векселями, практики протеста векселя, процедур взыскания задолженности с предприятий, залогового права на коммерческое кредитование не следует пока возлагать существенных надежд по оздоровлению экономики. Да и нельзя ждать триумфального возрождения векселя, пробывшего в забвении не один десяток лет. И в стабильной экономической системе на это потребовался бы довольно продолжительный период, а о нашем случае и говорить не приходится. Да, определенные позитивные сдвиги есть, но это, на фоне общего, продолжающегося и становящегося все более угрожающим спада, кажется неестественным. И хотя согласно табл.6 объем учтенных векселей за 1998 год вырос, необходимость в разработке соответствующей правовой базы все еще остается острой.

На современно этапе более перспективно, вероятнее всего, безвексельное взаимное кредитование в форме операций по открытому счету. Это одна из форм расчетно-кредитных отношений, между продавцом и покупателем, упомянутая в Главе 1, при которой продавец отгружает товар покупателю и направляет в его адрес товарно-сопроводительные документы, относя сумму задолженности в дебет счета, открытого им на имя покупателя. Данная форма коммерческого кредита широко распространена в развитых странах[[6]](#footnote-6).

Преимущество открытого счета перед векселем состоит в том, что он препятствует созданию искусственной вексельной инфляции и повышенного требования на кредитование. Вексельная инфляция возможна в результате продвижения одного и того же товара через ряд звеньев государственной и кооперативной торговли. Немаловажно и то, что вексель ограничен определенными рамками, поскольку вексельный кредит может предоставляться предприятиями, производящими средства производства, предприятиям, потребляющим их, либо товаропроизводителями – оптовым и розничным торговым фирмам. Кредит же по открытому счету не имеет столь строгого ограниченного направления. Напротив, механизм кредитования и расчетов по открытому счету чаще всего применяется при взаимных встречных поставках товаров. При двусторонних хозяйственных связях по открытому счету отражаются взаимные финансовые требования и обязательства участников сделок, а также происходит зачет указанных требований и обязательств, что, в известной мере, снижает платежные риски. К тому же такая система кредитования и расчетов более проста в техническом отношении. В известной степени снижение доли вексельного кредита связано с высокой трудоемкостью вексельных операций, наличием большого числа бумажных носителей финансово-кредитной информации в виде тратт, что затрудняет автоматизацию учета и переучета их в коммерческих и центральных банках.

Интересно, что безвексельное коммерческое кредитование существовало в системе Всероссийского текстильного синдиката в середине 20-х годов[[7]](#footnote-7). Он заказывал продукцию производственным объединениям (трестам) и получал ее от них в кредит; отпускал розничной торговле и швейной промышленности также в кредит. Выручка розничной торговли от продажи продукции потребителям по «обратной цепочке» последовательно погашала ссуды. Тем самым все звенья – производство, оптовая торговля, розница – прямо нацеливались на общий конечный результат – удовлетворение спроса. Если изделия не находили сбыт, то магазины не могли вернуть долги синдикату, а он – трестам. Все испытывали нехватку средств на выплату зарплаты, выполнение обязательств перед государственным бюджетом, покупку очередных партий товаров. При такой организации взаимного кредитования работать четко, устойчиво, слаженно оказывается выгоднее для всех без исключения контрагентов.

Предоставление кредита по открытому счету связано с риском неплатежа или несвоевременной оплатой товара, поскольку покупатель при получении товарных документов не выдает продавцу никакого долгового обязательства. При наличии же векселя можно предъявить его к протесту, и векселедатель будет отвечать за несвоевременное погашение задолженности, хотя это и не всегда позволяет избежать неплатежа или несвоевременного платежа по векселю. В целях ликвидации такой опасности открытый счет существует обычно во взаимоотношениях постоянных контрагентов, знающих и доверяющих друг другу. Такая ситуация складывается в последние годы и в нашей стране, что позволяет внедрение открытого счета как инструмента предоставления коммерческого кредита, но полностью исключить риск неплатежа или несвоевременной оплаты нельзя, хотя, как отмечалось выше, работать честно оказывается в интересах и покупателей и продавцов.

Взаимное кредитование фирм за рубежом связано с системой «фрэнчайз». Это – система контрактов между промышленной или торговой транснациональной компанией (ТНК) и сетью мелких розничных магазинов. Система «фрэнчайз» в корне изменила традиционный подход к организации сбытовой деятельности, основанной на функционировании супермаркетов и других крупных предприятий торговли и обслуживания. Мелкие собственники, не имеющие значительного капитала и хозяйственного опыта, под эгидой крупных фирм с меньшими издержками и с большей выгодой получают возможность открыть собственное дело при определенных шансах на успех.

Коммерческий кредит в рамках «фрэнчайза» позволяет розничным торговцам покупать товары в течение всего года с целью организации необходимых запасов перед пиком сезонных продаж и позволяет отсрочить платеж производителю до конца распродажи (игрушек, сувениров и других изделий массового потребления). Главное преимущество при этом способе – возможность выпуска продукции без дополнительных расходов на складирование.

Подобные деловые контакты могли бы развиваться в отечественном хозяйстве во взаимоотношениях между головными предприятиями и их хозрасчетными подразделениями, между кооперативами и гарантами-спонсорами, а также при организации предприятиями специализированных хозрасчетных магазинов, при создании частной торговли.

Представляется возможным стимулировать систему «фрэнчайз», систему льготной поддержки на контрактной основе головным объединением его самостоятельных хозрасчетных звеньев. Формы кредитной помощи могут быть разными (кредит предоставляется в товарной и денежной форме). Практика «фрэнчайз» будет способствовать установлению эффективных взаимоотношений между предприятиями и их фирменными магазинами, между структурами малого бизнеса.

Российские экономисты А.Н. Молчанов и И.К. Ключников связывают современные особенности коммерческого кредита с целым рядом новых явлений в сфере внутренней и внешней торговли, банковского дела[[8]](#footnote-8). Во-первых, несмотря на ускоренное развитие прямых хозяйственных связей, повсеместное внедрение новейших систем транспорта и связи, улучшение организации и упрощение техники расчетов, сокращение их времени (расчетного периода) на основе стандартизации и унификации расчетно-платежных документов, комплексной механизации и автоматизации многих расчетных операций, преобладающей все же является тенденция к удлинению сроков реализации товаров и услуг, причем не только в фазах кризиса и депрессии, но и оживления и подъема. Во-вторых, наряду с развитием прямой продажи продукции ее конечным потребителям возрастает значение посредников, что способствует накоплению больших товарных запасов в различных торговых звеньях. В-третьих, получает значительное развитие торговля потребительскими товарами (в том числе с рассрочкой платежа не только в оптовом, но и в розничном звене), которая все в большей степени влияет как на торговлю в целом, так и на производство, а также на развитие кредитно-расчетных отношений между производителями и потребителями. В-четвертых, все более быстрыми темпами растет внутрикорпоративный оборот товаров и услуг. В-пятых, возрастают различия во времени реализации одних и тех же товаров различными компаниями. ТНК, используя экономические (задержка поступления причитающихся неплательщикам средств, ограничение их кредитования, требования от них телеграфных переводов средств, блокирование расчетных счетов) и внеэкономические (организация ежедневных телефонных звонков руководству фирм-должников, оповещение клиентов о неплатежеспособности компаний) методы, как правило, добиваются некоторого сокращения сроков реализации и оплаты своей продукции по сравнению с соответствующими сроками у других компаний. Прошли те времена, когда ТНК считали неэтичным оказывать давление на крупных клиентов с тем, чтобы они ускорили оплату выставленных счетов. В-шестых, все более актуальной становится проблема задержки возврата средств по векселям. По оценкам западных специалистов, почти каждый пятый вексель погашается с несоблюдением установленных сроков.

В тоже время происшедшие крупные сдвиги в структуре коммерческого кредита, и, в частности, падение удельного веса традиционного коммерческого вексельного кредита при одновременно увеличении доли кредита по открытому счету и внутрикорпорационного коммерческого кредита, явились одним из факторов снижения роли вексельных операций коммерческих банков и соответственно переучетной политики центральных банков.

Богатейший опыт, накопленный за рубежом в области организации вексельного обращения и коммерческого кредита, может и должен быть, по нашему мнению, использован в отечественной хозяйственной и банковской практике.

**Заключение**

Подводя итог сказанному, можно определенно сделать вывод о том, что коммерческий кредит является основой всей кредитной системы. Необходимость его вытекает из - самого процесса воспроизводства. В силу ряда причин (различия во времени производства товаров и времени их обращения, сезонного характера производства и сбыта некоторых товаров) одни отрасли выступают со своими товарами на рынке, а у других товары еще не реализованы, и потому они пока не располагают наличными деньгами. В этих условиях первые отрасли могут реализовать свои товары лишь путем продажи их в кредит. Коммерческий кредит ускоряет реализацию товаров и весь процесс кругооборота капитала. Он необходим также и во взаимоотношениях между промышленными и торговыми предприятиями.

Роль кредита в развитии экономики. Роль кредита в развитии экономики состоит в:

— обеспечении непрерывности кругооборота капитала, что достигается за счет регулярной реализации готовых товаров и предполагает активное коммерческое кредитование, доступность банковского кредитования для предпринимателей, наличие достаточно развитого потребительского кредита.

Для достижения устойчивой непрерывности кругооборота, кроме того, очень важно своевременное приобретение сырья, материалов, обновление основного капитала. Это становится возможным за счет получения коммерческого или банковского кредита;

— ускорении концентрации и централизации капитала, что является необходимым условием экономического роста и стабильного развития, позволяет расширить границы индивидуального накопления.

Практика коммерческого кредитования может способствовать: а) ускорению оборачиваемости оборотных средств, так как создаются дополнительные возможности для сокращения запасов и реализации товарно-материальных ценностей, превышающих объективные потребности хозяйства; б) улучшению качества кредитно-расчетного обслуживания на основе расширения видов услуг и возможностей клиента в выборе наиболее удобных форм кредитных отношений.

Предоставление коммерческого кредита может привести к изменениям темпов инфляции, так как замедляется скорость обращения денежной единицы в результате отсрочки платежа.

В нашей стране необходимо активно развивать новые формы кредитования, такие, как акции и облигации. Наряду с развитием банковских форм кредита необходимо уделять особое внимание внебанковским формам. Все это поможет преодолеть тот кризис, в котором находится российская экономика.

**Список использованной литературы**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Части первая от 21.10.94г. №51-ФЗ, вторая от 22.12.95 г. №14- ФЗ, третья от 26.11.2001 г. №146–ФЗ.
2. Положение ЦБ РФ №54 «О порядке предоставления (размещения) кредитными организациями денежных средств и их возврата (погашения) от 31.08.1998г. в ред. от 10.02.2004.
3. Положение ЦБ РФ № 2-П «О безналичных расчетах в Российской Федерации» от 3.10.2002.

Энциклопедия международных контрактных отношений/ Под ред. М.Б.

Биржакова. –М. –СПб.: ФИЛИНЪ, 1997.

1. Банковское дело. Справочное пособие. Под ред. Ю.А.Бабичевой. – М.: экономика, 2005. – 543с.
2. Е.Б. Ширинская «Операции коммерческих банков и зарубежный опыт». –М.: «Финансы и статистика» 1993
3. Колпакова Г.М. Финансы. Денежное обращение. Кредит. - М.: Финансы и статистика, 2008.
4. Букато, Ю.М. В.Г. Львов. Банки и банковские операции в России, М., 2002.
5. Ю.С. Крупнов. О некоторых тенденциях развития коммерческого кредита. –М.: Деньги и кредит. 1997. №3.
6. Семенюта. О.Г. Деньги, кредит, банки в РФ. Учебное пособие. М, 2003
7. Челноков В.А. Банки: Букварь кредитования. Технологии банковских ссуд. - М.: "Антедор", 2005.
8. Зверева Т.А., Сарафанова Е.В., Татарников Е.А., Замедлина Е.В. Финансы. Базовый курс. Учебное пособие для вузов. - М.: Приор- издат, 2009.
9. "Бизнес и банки", Москва, Банковская газета, N 12, 2003г.
10. Рудская Е.Н. Финансы и кредит. - Ростов н/Д.: Феникс, 2008.
11. "Вестник банка России", Москва, N1, 2004г.

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Части первая от 21.10.94г. №51-ФЗ, вторая от 22.12.95 г. №14- ФЗ, третья от 26.11.2001 г. №146–ФЗ. [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.buhgalteria.ru/article/2542/\_print [↑](#footnote-ref-2)
3. 2Основы договорных отношений в экономическом пространстве СНГ. Энциклопедия международных контрактных отношений/ Под ред. М.Б. Биржакова. –М. –СПб.: ФИЛИНЪ, 1997. [↑](#footnote-ref-3)
4. Утверждено постановлением Правительства РФ от 5 августа 1992 года №552. [↑](#footnote-ref-4)
5. www.bizcom.ru [↑](#footnote-ref-5)
6. *В настоящее время не весь объем коммерческого кредита оформляется векселями. Так, промышленные предприятия во Франции оформляют векселями лишь треть товарных поставок на условиях отсрочки платежа.* [↑](#footnote-ref-6)
7. Е.Б. Ширинская «Операции коммерческих банков и зарубежный опыт». –М.: «Финансы и статистика» 1993. [↑](#footnote-ref-7)
8. Ю.С. Крупнов. О некоторых тенденциях развития коммерческого кредита. –М.: Деньги и кредит. 1997. №3. [↑](#footnote-ref-8)