

## КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ УСЛОВИЙ РАСЧЕТОВ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ

© 2016 Е.А. Кандрашина\*

**Ключевые слова:** конкуренция, стоимость капитала, коммерческий кредит, отраслевой рынок, цепь поставок, отраслевая конкурентоспособность, финансовая конкурентоспособность.

Рассматриваются силы конкуренции, действующие на отраслевых рынках, с позиции влияния данных сил на расчеты между участниками цепи поставок. Определяются условия оптимизации источников финансирования текущих расчетов с учетом сравнительной финансовой и отраслевой конкурентоспособности поставщиков и покупателей.

Рассмотрение вопросов, связанных с анализом конкурентных позиций предприятий на отраслевых рынках, базируется на представлении о влиянии интенсивности конкуренции на потенциал получения прибыли. При этом основное внимание уделяется аспектам, сопряженным с ценообразованием на продукцию и используемые для ее создания ресурсы. В то же время существенное воздействие на потенциал получения прибыли предприятий оказывают издержки, связанные с финансированием их деятельности, при этом природа и величина этих издержек у разных предприятий может иметь значительные расхождения в связи с отличающимися условиями расчетов с контрагентами.

Условия расчетов традиционно являются предметом изучения финансового менеджмента. Опираясь на сформированное и общепризнанное представление о стоимости коммерческого (в ряде источников торгового) кредита, современный финансовый менеджмент рассматривает такой кредит в двух основных аспектах:

1) как финансовое решение, связанное с выявлением предельной суммы кредита, которая может быть предоставлена контрагенту с учетом условий сделки (объем, периодичность закупок, продолжительность предоставляемой отсрочки платежа) и его платежеспособности;

2) как инвестиционное решение, сопряженное с оценкой влияния предоставляемого кредита на объем продаж.

Указанные подходы нашли свое отражение в литературе, в частности в таких учеб-

но-практических пособиях, получивших широкое признание в научных и практических кругах, как "Принципы корпоративных финансов" Р. Брейли и С. Майерса<sup>1</sup>, "Корпоративный финансовый менеджмент: финансовый менеджмент как сфера прикладного использования корпоративных финансов" М.А. Лимитовского, Е.Н. Лобановой и др.<sup>2</sup>

При всей своей значимости данные подходы представляются несколько ограниченными. Кроме финансовых аспектов, следует учитывать и тот факт, что система расчетов между контрагентами складывается под влиянием сил конкуренции. Рассмотрим, каким образом конкурентная позиция организации на отраслевом рынке и в цепи поставок влияет на условия расчетов с поставщиками и покупателями и как предприятие, опираясь на конкурентоспособность, может оптимизировать свою систему расчетов, минимизируя издержки, связанные с финансированием текущей деятельности, и тем самым повышая потенциал получения прибыли.

В качестве основы для рассуждений воспользуемся представлениями о структуре и взаимодействии отраслевых рынков, предложенными М. Портером. Именно М. Портер выявил и структурировал факторы, влияющие на уровень конкуренции, дополнив действия прямых конкурентов - существующих и потенциальных - влиянием поставщиков и покупателей, а также наличием товаров-заменителей. Система указанных факторов приобрела название модели пяти сил конкуренции<sup>3</sup> и прочно вошла в арсенал методов стратегического анализа.

---

\* Кандрашина Елена Александровна, доктор экономических наук, профессор Самарского государственного экономического университета. E-mail: kandrashina@sseu.ru.

Потенциал получения организацией прибыли на конкретном отраслевом рынке определяется складывающейся на этом рынке интенсивностью конкуренции и отраслевой конкурентоспособностью самого предприятия - его сравнительной способностью противостоять воздействию сил конкуренции.

Еще одна важная идея М. Портера, необходимая для наших рассуждений, - это предложенная им концепция цепочки создания потребительской ценности - выстроенная в процесс совокупность основных и поддерживающих видов деятельности компании, которые могут выступать в качестве источников конкурентоспособности<sup>4</sup>. Ценностная цепочка конкретного предприятия увязывается с ценностными цепочками поставщиков и покупателей - эта идея заложила основу управления цепями поставок<sup>5</sup>. Первоначально управление цепями поставок было направлено на согласование деятельности поставщиков и покупателей в целях оптимизации товарно-материальных запасов, в настоящее время такое управление рассматривается как инструмент согласования спроса и предложения на всех этапах создания продукта и доведения его до конечного потребителя.

Графическое обобщение указанных концепций, используемое для дальнейших рассуждений, представлено на рис. 1.

Остановимся подробнее на том, как в классической модели выявляется влияние сил конкуренции на прибыльность предприятия. Конкуренция, возникающая непосредственно в цепи поставок, определяет способность компании получать прибыль от основной деятельности: высокое давление со стороны поставщиков (2) вынуждает организацию соглашаться на все более высокие цены используемых ресурсов, а высокое давление со стороны покупателей (3) заставляет предприятие снижать цены на производимую продукцию. Интенсивная конкуренция на отраслевом рынке между производителями аналогичной продукции (1), а также наличие товаров-заменителей (4) выступают факторами, повышающими способность поставщиков и покупателей оказывать конкурентное давление на участников отраслевого рынка. Чем слабее выражены все перечисленные силы конкуренции, тем выше потенциал получения прибыли на данном отраслевом рынке и, соответствен-

но, выше инвестиционная привлекательность рынка. Как следствие, существенная вероятность появления потенциальных конкурентов (5), их вхождения на отраслевой рынок в итоге приводит к росту интенсивности конкуренции и снижению потенциала получения прибыли всеми участниками.

Интегральной характеристикой текущего воздействия сил конкуренции на предприятие выступает комфортность среды:

◆ комфортная среда позволяет предприятию получать прибыль сверх нормальной благодаря тому, что организация, имея сильную и устойчивую рыночную позицию, сама оказывает конкурентное давление, противоположное действию той или иной силы конкуренции;

◆ в нейтральной среде предприятие не ощущает влияние той или иной силы конкуренции, его прибыльность можно охарактеризовать как нормальную;

◆ агрессивная среда означает, что воздействие сил конкуренции снижает эффективность функционирования предприятия и создает экономические предпосылки к переливу капитала на другие рынки в случае отсутствия значимых барьеров для выхода из бизнеса;

◆ в тех ситуациях, когда воздействие сил конкуренции преобразует деятельность предприятия в неэффективную и формирует экономические предпосылки для его ликвидации даже при отсутствии возможностей изъятия инвестированного капитала, уровень комфортности среды характеризуется как катастрофический<sup>6</sup>.

В качестве важного индикатора комфортности среды могут выступать условия расчетов, складывающиеся на тех или иных отраслевых рынках.

Рассмотрим, как под влиянием сил конкуренции в цепи поставок формируются условия расчетов между поставщиками и покупателями.

Самый простой и нейтральный способ расчетов с точки зрения воздействия на финансовые результаты обеих сторон сделки, совершаемой на том или ином отраслевом рынке, - немедленная оплата товаров (работ, услуг).

Конкурентное давление со стороны одного из участников сделки проявляется в возможности требовать от другого участника

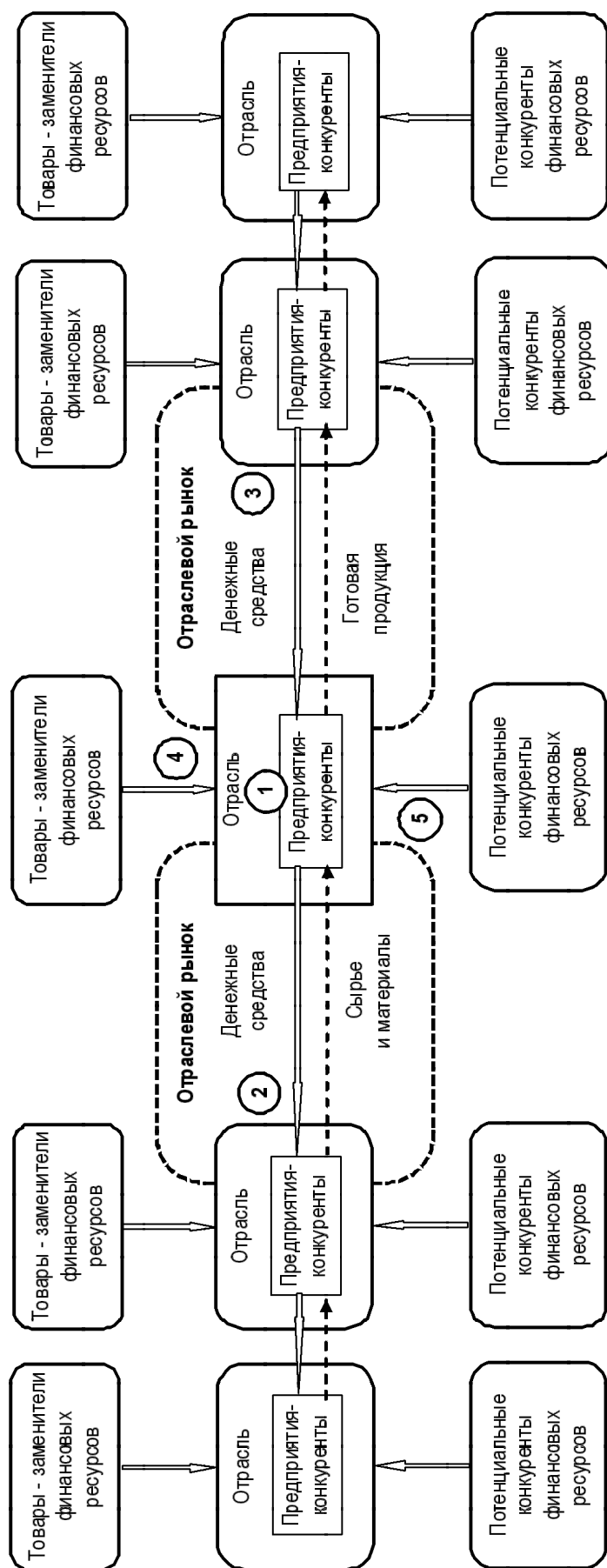


Рис. 1. Модель пяти сил конкуренции М. Портера применительно к цепи поставок

Баланс поставщика	
<b>Актив</b>	<b>Пассив</b>
Внеоборотные активы. Текущие активы: * производственные запасы; * не завершенное производство; * готовая продукция. Дебиторская задолженность + <b>+ задолженность покупателей, приобретающих продукцию с отсрочкой платежа.</b> Денежные средства	Инвестированный капитал: * собственный капитал; * заемный капитал, сформированный за счет финансовых обязательств (кредиты и займы) + <b>+ сумма пополнения оборотного капитала.</b> Заемный капитал, сформированный за счет операционных обязательств (кредиторская задолженность)
Сопровождается финансовыми издержками по обслуживанию дополнительного объема инвестированного капитала	
Баланс покупателя	
<b>Актив</b>	<b>Пассив</b>
Внеоборотные активы. Текущие активы: * производственные запасы; * не завершенное производство; * готовая продукция + <b>+ продукция, приобретенная на условиях отсрочки платежа.</b> Дебиторская задолженность. Денежные средства	Инвестированный капитал: * собственный капитал; * заемный капитал, сформированный за счет финансовых обязательств (кредиты и займы). Заемный капитал, сформированный за счет операционных обязательств (кредиторская задолженность) + <b>+ задолженность перед поставщиками за продукцию, приобретенную на условиях отсрочки платежа</b>
Несопровождается финансовыми издержками	

Рис. 2. Влияние отсрочки платежа на возникновение потребности поставщика и покупателя в финансовых ресурсах

наиболее выгодного товарного предложения, составной частью которого в числе всего прочего служат условия расчетов за поставленные товары (выполненные работы, оказанные услуги).

Для большинства современных рынков характерна ситуация, когда производители (поставщики) конкурируют между собой за ограниченный платежеспособный спрос потребителей (покупателей). Необходимость предоставления покупателям отсрочки платежа обусловлена маркетинговыми аспектами - условия оплаты являются частью товарного предложения в его расширенном понимании и, соответственно, определяют его конкурентоспособность. Однако с финансовой точки зрения поставщику невыгодно кредитовать своих покупателей: возникновение дебиторской задолженности увеличивает потребность в финансовых ресурсах и вызывает дополнительные финансовые издержки по обслуживанию капитала. Покупатели, пользуясь своей рыночной силой, фактически перекладывают на поставщиков финансовые издержки по обслуживанию того объема инвестированного капитала, который замещается при отсрочке платежа коммерческим кредитом.

Влияние предоставляемой поставщиком отсрочки платежа на балансы поставщика и покупателя показано на рис. 2.

Однако возможности коммерческого кредитования, т.е. предоставления финансовых ресурсов в рамках осуществления расчетов за товары, работы, услуги, не ограничиваются отсрочкой платежа, выдаваемой поставщиком своим покупателям. В Гражданском кодексе Российской Федерации (ст. 823) названы типичные случаи коммерческого кредита в его юридическом значении: аванс, предварительная оплата, отсрочка или рассрочка оплаты товаров (работ, услуг)<sup>7</sup>. Таким образом, коммерческим кредитованием можно считать всякое несовпадение во времени встречных обязательств по заключенному договору.

Если отсрочка или рассрочка платежа возникают в ситуациях, когда покупатели имеют возможность оказывать конкурентное давление на своих поставщиков, то аванс и предоплата используются в ситуациях, когда поставщики, опираясь на свою рыночную силу, могут воздействовать на покупателей.

Обобщим финансовые последствия рассмотренных условий расчетов для конкретного предприятия - участника цепи поставок. Получение предприятием коммерческого кредита как в форме аванса или предоплаты от покупателя, так и в форме отсрочки платежа от поставщика создает организации новый источник финансирования в виде кредиторской задолженности и тем самым уменьшает потребности в инвестированном капитале. Предоставление предприятием коммерческого кредита своим контрагентам либо путем аванса или предварительной оплаты поставщику, либо посредством выдачи отсрочки платежа покупателю, напротив, формирует дебиторскую задолженность и увеличивает потребности в финансировании.

Как уже было отмечено выше, предприятие, выступающее кредитором по коммерческому кредиту, делает это, как правило, вынужденно. Условия коммерческого кредитования определяются сравнительной отраслевой конкурентоспособностью поставщика и покупателя.

Для того чтобы заемщики, получающие коммерческий кредит, имели мотивацию хотя бы рассматривать возможность замещения коммерческого кредита другими источниками финансирования, например краткосрочным банковским кредитом, необходимо, чтобы коммерческий кредит имел стоимость, т.е. сопровождался издержками, возникающими у заемщика в связи с использованием данного источника финансирования делового оборота.

Таковыми издержками может быть ценовая разница - цена за товары (работы, услуги) при более ранней оплате - при немедленном расчете по сравнению с отсрочкой платежа или при предварительной оплате по сравнению с немедленным расчетом - должна быть несколько ниже.

Вне зависимости от того, используется ценовая скидка или нет, покупатель признает свои платежи поставщику в полном объеме операционными издержками, что влияет на налогооблагаемую прибыль. Соответственно, существование такой ценовой скидки формирует стоимость коммерческого кредита как источника финансовых ресурсов, что определяется известной формулой:

$$G_{\text{ю.м.м.кр}} = \frac{\text{Скидка за немедленный /} \\ \text{предварительный расчет (\%)}}{100\% - \text{Скидка за немедленный /} \\ \text{предварительный расчет (\%)}} \times \\ \times \frac{360 \text{ дн}}{\text{Отсрочка платежа /} \\ \text{Предварительная оплата (дн)}}$$

Определенная таким образом стоимость коммерческого кредита является скрытой в общей сумме возникающего операционного обязательства, однако выделение стоимости коммерческого кредита с помощью аналитических процедур позволяет сравнивать ее с другими источниками финансирования, например со стоимостью банковского кредита.

Так, если стоимость коммерческого кредита, предоставляемого поставщиком покупателю, выше, чем процент по банковскому кредиту с учетом налоговых последствий, то покупателю целесообразно отказаться от отсрочки платежа, предоставляемой поставщиком (т.е. от использования коммерческого кредита), взять краткосрочный кредит в банке и расплатиться за приобретаемый товар сразу же, воспользовавшись скидкой поставщика за немедленный расчет. Аналогично ценовая скидка может простимулировать покупателя внести аванс и предоплату, таким образом поставщику будет предоставлен коммерческий кредит.

Однако необходимо также учитывать тот факт, что участники расчетов могут иметь не только разную отраслевую конкурентоспособность, но и разную финансовую конкурентоспособность.

Финансовая конкурентоспособность отражает сравнительную способность предприятия формировать инвестированный капитал в конкурентных условиях на финансовом рынке и определяется коллективной оценкой инвесторов и кредиторов уровня риска, связанного с финансированием данного бизнеса. Повышенный риск обуславливает повышенные требования инвесторов и кредиторов к доходности приобретаемых ими финансовых инструментов, что, в свою очередь, приводит к росту стоимости инвестированного капитала для финансируемого предприятия.

Те участники цепи поставок, чья финансовая конкурентоспособность выше, несут сравнительно меньшие финансовые издерж-

ки, связанные с обслуживанием инвестированного капитала. Соответственно, ценовая скидка, предоставляемая поставщиком, будет мотивировать покупателей перенести платеж на более ранний срок (внести аванс по сравнению с немедленным расчетом или осуществить немедленный расчет по сравнению с отсрочкой платежа) только в том случае, если финансовые издержки по обслуживанию инвестированного капитала у покупателя окажутся ниже, чем у поставщика, т.е. если финансовая конкурентоспособность покупателя будет выше.

С учетом того, что предоставление ценовой скидки - прерогатива поставщика, следует различать две ситуации.

Когда покупатели обладают большой рыночной силой, они имеют возможность заместить свой инвестированный капитал операционными обязательствами - кредиторской задолженностью в форме отсрочки платежа, предоставляемой поставщиком. В этом случае ценовая скидка выступает инструментом, направленным на то, чтобы по возможности не допустить перекалывания финансовых издержек покупателя на поставщика, т.е. перемещения их вверх по цепи поставок.

Если большую рыночную силу имеют поставщики, то они, требуя аванс или предоплату, замещают свой инвестированный капитал фактически бесплатными операционными обязательствами, так как у них нет никакой мотивации даже рассматривать вопрос ценовых скидок. Тем не менее, эти скидки приобретают смысл для предприятий, выступающих в качестве покупателей: будучи вынужденными пополнять свои источники финансирования для внесения аванса и предоплаты, такие предприятия могут попытаться перенести возникающие у них финансовые издержки вниз по цепи поставок, не обладая при этом соответствующей рыночной силой, а опираясь на финансовую конкурентоспособность своих покупателей. Подобная ценовая скидка может мотивировать покупателей внести предоплату.

Обоснование конкретных размеров ценовой скидки при этом служит важным инструментом оптимального распределения создаваемой добавленной стоимости между участниками цепи поставок. Основой такого обоснования может служить следующее правило:

$$\begin{array}{c} \text{Рентабельность} \\ \text{инвестированного капитала} \\ \text{поставщика, высвобождаемого} \\ \text{из делового оборота} \end{array} > \begin{array}{c} \text{Ценовая} \\ \text{скидка} \end{array} >$$
  
$$> \begin{array}{c} \text{Рентабельность} \\ \text{инвестированного капитала} \\ \text{покупателя, дополнительно} \\ \text{вовлеченного в деловой оборот} \end{array}$$

Говоря о влиянии системы расчетов на потребность предприятий в инвестированном капитале и, как следствие, на финансовые издержки, связанные с его обслуживанием, необходимо также отметить такой фактор, как сокращение длительности оборота дебиторской задолженности покупателей и увеличение разницы между периодами оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей, что позволяет высвободить из хозяйственного оборота денежные средства без риска снижения деловой активности<sup>8</sup>.

Подводя итоги, подчеркнем, что условия расчетов служат не только следствием конкуренции на отраслевых рынках, но и важным фактором, способствующим выравниванию интенсивности конкуренции в цепях поставок.

Как видно из рис. 1, каждое предприятие функционирует на нескольких отраслевых рынках, выступая одновременно поставщиком для разных групп потребителей и покупателем различных ресурсов. На каждом рынке складывается особая конкурентная ситуация, которая со временем может меняться, причем довольно существенно.

Если предприятие вынуждено кредитовать и покупателей, предоставляя им отсрочку платежа, и поставщиков, внося предварительную оплату, оно фактически берет на себя издержки по финансированию их бизнеса и в результате теряет прибыль. Таким образом, воздействие сил конкуренции создает экономические предпосылки к выходу такой органи-

зации с отраслевого рынка. Если отраслевой рынок является важным элементом цепи поставок, то массовый уход предприятий приводит к кардинальному изменению конкурентной ситуации, когда оставшиеся участники получают возможность оказывать конкурентное давление на своих контрагентов, в том числе и в части условий расчетов, по возможности перенося на них финансовые издержки и снижая давление этих издержек на прибыль. Комфортность среды функционирования и потенциал получения прибыли становятся существенно выше, что создает предпосылки для нового витка роста конкуренции.

<sup>1</sup> Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов : учебник : пер. с англ. 2-е изд. М. : Олимп-Бизнес, 2004. С. 847-851.

<sup>2</sup> Лимитовский М.А., Лобанова Е.Н., Минасян В.Б., Паламарчук В.П. Корпоративный финансовый менеджмент. Финансовый менеджмент как сфера прикладного использования корпоративных финансов : учеб.-практ. пособие. М. : Юрайт, 2014. С. 545-551.

<sup>3</sup> Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. 2-е изд. М. : Альпина Бизнес Букс, 2006.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Oliver R.K., Webber M.D. Supply-chain management: logistics catches up with strategy. London : Chapman Hall, 1982. P. 63-75.

<sup>6</sup> Окунев С.В. Интегральная оценка интенсивности конкуренции // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2011. № 12 (86). С. 73-77.

<sup>7</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ : [ред. от 29.06.2015]. Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".

<sup>8</sup> Смолина Е.С. Особенности оценки показателей ликвидности и платежеспособности на предприятиях сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2013. № 11 (109). С. 63-66.

Поступила в редакцию 04.07.2016 г.