



## ТЪРГОВСКИЯТ КРЕДИТ – ПРЕДПОСТАВКА ЗА ЕФЕКТИВНОТО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА

### TRADE CREDIT: A PREREQUISITE FOR THE EFFECTIVE ENTERPRISES MANAGEMENT

Маринела Илиева  
Marinela Ilieva

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“  
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo

**Abstract:** The article examines the trade credit's importance for company management. The purpose is to clarify the essence of the trade credit and to analyze its advantages and disadvantages in the daily operational activities of enterprises. It also aims to reveal opportunities for business development and growth through the use and provision of the deferred payments. The possibilities and perspectives offered by this type of credit, both for creditors and debtors, are explored in the context of Bulgaria.

**Keywords:** trade credit; advantages and disadvantages; creditworthiness; liquidity.

**JEL:** G30, G35

#### ВЪВЕДЕНИЕ

Кредитите от доставчиците са най-често използваният метод за финансиране на текущата дейност на предприятията. Търговският кредит, известен още като стоков кредит или кредит от доставчика, може да осигури достъп до капитали за дружества, които не могат да си наберат такава чрез традиционните канали. Финансирането чрез търговски кредит е начин организациите с по-добър достъп до пазарите на кредити да подпомогнат по-малките предприятия, за които този достъп е ограничен. Това е начин и за развиване на търговската дейност, което е предпоставка за максимизиране на стойността на компанията. Но когато този процес не се управлява правилно, последиците могат да бъдат фатални. Неизплатените продажби могат да стопят голяма част от паричните резерви на предприятията и да ги доведат до техническа неплатежоспособност и фалит.

Настоящият доклад разглежда значението на търговския кредит за ефективното управление на предприятието. Целта на изследването е да се анализират ползите, слабите страни и приложимостта на търговския кредит в практиката на българските предприятия. Отстоява се тезата, че търговският кредит предоставя възможности за растеж и развитие на бизнеса и за увеличаване на стойността на търговското дружество.

За да се постигне поставената цел и доизгради изследователската визия, са проучени и анализирани литературни източници относно природата и влиянието на търговския кредит върху

дейността на предприятията и е проведено собствено проучване за установяване на опита при използването на търговския кредит в България. За демонстриране на резултатите е използвана методологията на SWOT анализа, като са представени позициите както на кредитополучателите, така и на кредитодателите.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

### ЛИТЕРАТУРЕН ПРЕГЛЕД

Търговският кредит е предмет на множество експертни анализи и научни разработки, като всеки автор се стреми да изясни съдържанието му в зависимост от поставената цел на изследване. Той възниква или с покупката на стоки или услуги на отложено плащане, при което има финансиране на купувача от доставчика, или с предоставянето на авансово плащане от купувача на продавача (Taseva-Petkova, 2016, p.23). По-разпространен е първият вариант, при който купувачът ползва кредит във вид на отсрочено плащане за закупените стоки или услуги и който е обект на анализ в настоящия доклад.

Търговският кредит има стокова форма. Той се прилага между контрагенти, които имат помежду си директни търговски взаимоотношения. Предоставя се от доставчика (продавача) на клиента (купувача). Първият предоставя реален стоков капитал на втория срещу обещанието му, че след изтичането на определен срок длъжникът ще изплати на кредитора дължимата сума, получена на кредит (Vidolova, 2013, p.101-102).

Някои автори подчертават, че когато една компания продава стоки на друга, тя не винаги очаква те да бъдат заплатени веднага. Тези неплатени сметки или търговски кредит съставляват по-голямата част от вземанията от клиенти (Brealey, Myers, Allen, 2009, p. 721). Търговският кредит е предоставяне на условия за отложено плащане от фирма доставчик на компания клиент, понякога придружени с отстъпка за предсрочно погасяване или с договорена лихва при забавяне на плащането. Предоставяйки тези условия, доставчикът се лишава от краткосрочни парични средства и следователно имплицитно ги заема на своите клиенти (Laguna, 2019). Това е кредит по взаимно съгласие между клиент (фирма) и неговият доставчик. Предимството за доставчика е лихвата при просрочването на падежа. За клиента този вид кредит остава алтернатива, особено ако достъпът до банков кредит се окаже скъп и труден (Bouanane, Mounir, 2020).

Héricourt подчертава, че търговският кредит има специфичен характер и често е с кратък падеж. Отложеното плащане позволява на компанията, която се възползва от него, да финансира своите оперативни нужди, като поддържа налични ликвидни средства (или междувременно се разпорежда с тях), които ще бъдат прехвърлени на доставчика на договорения падеж. Независимо че в същността си търговският кредит е отлагане на плащането, той не е съвсем без разходи, тъй като търговските практики изискват плащането в брой обикновено да бъде придружено от договорна отстъпка от порядъка на 2 или 3% от закупната цена. Въпреки това, за много компании търговският кредит обикновено е по-лесно достъпен от банковия (Couppey-Soubeyran, Héricourt, Chaari, 2012, p. 1113 - 1144).

Tsonkova (2014, p. 198-199) посочва следните специфични характеристики на търговския кредит – той е спонтанен, по-достъпен и евтин, както и по-гъвкав източник на финансиране.

Imene (2015) изтъква като отличителна черта приноса на кредита от доставчика за компаниите, които изпитват трудности. Освен че получават безплатно финансиране, чрез кредита се улеснява плащането, предложено от доставчика на клиента. Търговският кредит е изключително гъвкава форма за набавяне на текущо финансиране, тъй като възниква спонтанно със самата покупка на стоки с отсрочено плащане (Stokes, 2015, p.144-160). Договорът се основава на бъдещ трансфер на плащане, а във фактурата е посочена датата, на която плащането трябва да бъде получено по сметката на продавача. Продавачът обаче няма друго обезпечение за задълженията на купувача (Grath, 2021, p.134).

Непаричният характер на кредита от доставчиците е източник на редица предимства, които се анализират в различните теоретични концепции за търговския кредит (Stefanova, 2000, p.78).

Schwartz (1974, p. 643-657) разглежда теорията за предимствата на търговския кредит, според която доставчикът може да има предимство пред традиционните кредитори при проучване на кредитоспособността на клиентите си, както и по-добри възможности при мониторинга и принудителното погасяване на задължението. Търговският кредит може да осигури ценово предимство на доставчика пред финансовите институции при предлагането на кредит на купувача. Има поне три източника на ценово предимство:

- Предимство при получаването на информация – доставчикът може да посещава купувача по-често, отколкото биха направили финансовите институции. Размерът и периодичността на поръчките също дават представа за състоянието на бизнеса на купувача. Невъзможността да се възползва от отстъпките за ранно плащане може да послужи като предупредителен сигнал за доставчика за влошаване на кредитоспособността му. Финансовите институции могат да съберат същата информация, но доставчикът може да я получи по-бързо и на по-ниска цена, тъй като я получава в естествения ход на бизнеса.

- Предимство в контрола върху купувача – поради вида на доставяните стоки е възможно да има малко икономически алтернативни снабдители. В този случай доставчикът може да прекъсне бъдещите доставки, в случай че кредитополучателят предприеме действия, които намаляват шансовете за плащане. Тази заплаха може да бъде абсолютно истинска, ако купувачът заплаща доставките на малки порции. Тук финансовите институции може да имат по-ограничени правомощия и заплахата за спиране на бъдещото финансиране да има малък непосредствен ефект върху дейността на кредитополучателя. Освен това възможността на финансовата институция да изтегли финансирането може да бъде ограничена от законите за фалита.



**Фиг. 1.** Брой участниците в проучването в зависимост от сектора на дейност

Обикновено, когато се изследва търговският кредит, се анализират данните на компании от нефинансовия сектор. Правят се анкети и интервюта с техни представители. Трябва да подчер-

таем, че когато става въпрос за предимствата и недостатъците на търговския кредит и за възможностите и рисковете, които той крие, мнението на факторинг банките, брокерите и кредитните застрахователи не трябва да се пренебрегва и подценява, защото тяхната печалба пряко зависи от насоките, които те ще дадат на своите клиенти – доставчиците. Когато доставчиците не успеят да съберат вземанията си, тежестта на загубите пада върху фактора и застрахователите на кредита. Брокерите също губят част от комисионната си.

Резултатите от изследването относно ефективността на търговския кредит при управление на българските предприятия са представени чрез два SWOT анализа, които оценяват кредита в два аспекта – от позицията на кредитодател и от позицията на кредитополучател.

## РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЯ

Като основно предимство на търговския кредит всички интервюирани кредитополучатели посочват неговата универсална приложимост и практически неизчерпаемия му характер. Достъп до търговски кредит има всяко предприятие без значение мащаба на дейността му и сектора, в който оперира. Освен това при веднъж изградено търговско сътрудничество и оправдано доверие пред доставчика, кредитът може да се ползва отново и отново. 97% от интервюираните признават, че търговският кредит е незаменим източник на финансиране, който им позволява да се снабдят с необходимите материални запаси, без да използват собствените си ресурси, което изключително улеснява и подпомага дейността им. Този вид финансиране е особено подходящо за организации, които са с ограничен достъп до банкови кредити и други финансови ресурси.

Липсата на собствени оперативни средства и оттам невъзможността да бъдат закупени необходимите материали и суровини за завъртане на производствения цикъл, може да доведе до забавяне и спиране на дейността на предприятието. В тези ситуации закупуването на жизнено-важните активи на отложено плащане е особено значим фактор. Търговският кредит може да предотврати сътресенията в производствения цикъл и да осигури непрекъснат работен процес, което, според ползвателите му, води до по-голяма производителност и по-висока ефективност на предприятията и следователно до развитие и растеж.

Друго важно предимство, което се посочва от 89% от събеседниците, е, че отпускането на банков кредит е свързано с множество процедури по доказване на кредитната надеждност на заемодателя, докато отпускането на търговски кредит не изисква допълнителна гаранция. Следователно той може да се използва като основен източник за финансиране на текущата дейност на организациите. Търговският кредит обикновено е безплатен. Не натоварва своите получатели с допълнителни разходи за обработване и разглеждане на молба за искане на кредит, отпускане, потвърждаване и т.н., което го прави значително по-привлекателен в сравнение с банковия.

За 86 % от участниците положителна страна на стоковия кредит е още и това, че купувачът има възможност да провери качеството на стоката, преди да я плати. При плащането в брой, ако стоката се окаже с ниско качество, купувачът рискува да загуби и платената сума, и продукцията. Обикновено доставчиците предоставят гаранции или поемат ангажимент за връщане на парите, но прилагането на тези мерки често е доста продължително. От друга страна през това време средствата на купувача са блокирани и той трябва да докаже лошото качество на продукцията, за да си получи парите обратно. Ето защо кредитополучателите определят търговския кредит като инструмент за преодоляване на асиметрията в информацията.

По отношение на недостатъците на търговския кредит 61% от малките и средни предприятия посочват факта, че не винаги получават условията, които желаят. С цел да намалят риска от несъбраните вземания кредиторите не винаги отпускат желаните кредитен лимит и период на отсрочка, а това ограничава дейността на кредитополучателите. Това мнение се подкрепя и от 88% от брокерите и факторинговите компании. Договорените дни на отложено плащане за МСП са значително по-кратки – обикновено от 15 до максимум 30 дни, което означава, че търговският кредит не е много ефективен за тях като източник на външно финансиране. А огромната разлика между сумата на желания и сумата на получения кредит води до сериозни затруднения при управлението на собствените им оборотни средства.

Други потенциални затруднения са начисленията на лихви по вземанията, когато купувачът забави плащанията. При отпускане на търговски кредит необходимостта от договаряне на лихви може да възникне както във връзка с изясняването на условията по самия кредит, така и при изясняването на материалната санкция, която ще се дължи в случай на неспазване на договорения падеж, като търгувачите са свободни да договарят неограничено размера на дължимата неустойка. Когато истинската причина за неплащането е липсата на парични средства, лихвите и неустойките по търговския кредит допълнително влошават и без това утежненото финансово положение на длъжника.

Въпреки че последното решение винаги е на кредитодателя, по-големите фирми, които са с по-силни позиции на пазара, имат по-голяма способност да привличат финансиране от доставчиците си и са в позиция да диктуват условията по кредитните линии. В този аспект малкият и средният бизнес трудно може да се конкурира с тях. Всеки доставчик би предпочел да работи с финансово стабилни купувачи, докато малките предприятия трябва първо да докажат надеждността си, която, веднъж изгубена, после трудно се печели.

Освен това твърде многото задължения към различни доставчици може да се окажат недостатък при кандидатстване за банков кредит, изтъкват 76% от интервюираните. Високият процент на задълженията по търговските кредити обикновено означава ниска ликвидност, което за банките е индикатор за предприемането на мерки за ограничаване на риска от некоректни длъжници.

Големият процент на натрупани задължения, без значение към кого, винаги намалява кредитоспособността на предприятието, което от своя страна означава намаляване на кредитния рейтинг. Пониженият рейтинг води до намаляване или спиране на кредитния лимит. В съвременния прогресивен и динамичен свят информацията се разпространява толкова бързо, че промените в кредитоспособността и ликвидността на компаниите не остават в тайна. И въпреки че това е информация, за която обикновено се плаща, тя не се пази несподелена. Все повечето компании, които отпускат търговски кредити, хеджират риска от неплащане, като ползват факторинг услуги или застраховат вземанията си. А когато получат информация за некоректен длъжник, факторингът и кредитните застрахователи спират лимитите на този длъжник към всичките му доставчици, ползващи техните услуги. Единствената възможност за купувачите остава плащането в брой или търсене на алтернативни снабдители.

SWOT анализът, който разглежда търговския кредит от позицията на кредитополучател, е представен в таблица 1.

**Табл. 1. SWOT анализ на търговски кредит от позицията на кредитополучател**

<p><b><u>Силни страни:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• позволява на малки предприятия с ограничен достъп до финансиране да поддържат и разширяват дейността си;</li> <li>• лесно достъпен поради универсалната си приложимост и практически неизчерпаем характер;</li> <li>• не са нужни гаранции за отпускането му;</li> <li>• възможност за снабдяване със запаси, без да се използват финансови ресурси;</li> <li>• свободните средства могат да се използват за други цели;</li> <li>• осигуряване на непрекъснат производствен процес, избягване на производствен застой и съкращаване на производствения цикъл, което води до по-висока ефективност на компаниите, по-голяма производителност на техните активи, а успоредно с това до растеж и развитие;</li> <li>• не натоварва кредитополучателите с допълнителни разходи;</li> <li>• спомага за преодоляване на проблема с асиметрията на информацията.</li> </ul>	<p><b><u>Слаби страни:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• кредиторът определя сумата на кредита и периода на погасяването му;</li> <li>• най-малките предприятия ползват сравнително малки по стойност и ограничени по обхват на приложение търговски кредити;</li> <li>• прекалено високите задължения на дадено предприятие към доставчиците се отразяват отрицателно върху оценката на неговата кредитоспособност при кандидатстване за банков кредит.</li> </ul>
<p><b><u>Възможности:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• универсалната приложимост и практически неизчерпаем характер на търговския кредит позволяват достъп до финансиране и на финансово нестабилни предприятия;</li> <li>• може да се използва като основен източник за финансиране на текущата дейност на предприятието, тъй като за отпускането му не се изисква допълнителна гаранция;</li> <li>• фирмите могат да редуцират разходите си, като вместо да плащат при всяка доставка на стоки извършват това периодично.</li> </ul>	<p><b><u>Заплахи:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• при просрочие на периода на плащане може да бъдат начислени лихви;</li> <li>• при неспазване на условията по кредита кредиторът може да поиска плащане в брой за следващи поръчки;</li> <li>• риск от намаляване на кредитния рейтинг, когато кредитът не се погасява на падеж;</li> <li>• при забавяне на плащанията има риск от спиране на кредитните линии почти от всички доставчици, особено когато те работят с агенции за кредитен рейтинг, факторинг компании или застрахователи.</li> </ul>

След определени размери на междуфирмената задлъжнялост и по-конкретно на лошите дългове между предприятията, търговският кредит се превръща от източник за финансиране в потенциална заплаха за съществуването на бизнеса. Просрочените междуфирмени дългове свиват ликвидността на предприятията и повишават риска от несъстоятелност.

Въпреки това провеждането на разумна политика на финансиране от страна на кредитодателите е предпоставка за изграждане на ефективна стратегия по отношение на управлението на търговския кредит. Продажбите на отложено плащане имат своите предимства и недостатъци, възможности и рискове също и за кредиторите. Позициите на кредиторите и техните отговори по отношение на ефективността на търговския кредит при управлението на предприятията у нас са обобщени в SWOT анализ в таблица 2.

Според 81% от кредитодателите основното предимство на търговския кредит е, че увеличава обема на продажбите, а това е предусловие за увеличаване на оборота. Способността на фирмите да продават на отложено плащане на клиентите си подобрява пазарните им позиции и тяхната конкурентоспособност. Търговският кредит позволява привличане на нови купувачи,



навлизане на нови пазари и изграждане на нови дистрибуторски канали, а това е възможност за увеличаване на генерираните приходи и печалби.

При новосъздадени връзки между контрагентите едно предложение за по-дълъг срок на плащане, в сравнение с този, предлаган от другите доставчици, е основно предимство за успеха на партньорските взаимоотношения и, според интервюираните, има по-благоприятен ефект от отстъпките за плащане в брой. Колкото по-дълъг е периодът на отложено плащане по търговския кредит, толкова по-големи приходи от продажби се реализират. С предоставянето на по-свободни условия на плащане, предприятията стават по-конкурентноспособни, като същевременно увеличават броя на активните си клиенти. Така те имат възможност да разширят и асортимента си, което води до относително по-стабилни постъпления. Компаниите, които провеждат по-активна и гъвкава политика, успяват да се адаптират по-лесно към промените на пазара и при равни други условия реализират по-висок нетен положителен финансов резултат. Следователно компаниите, които предлагат по-евтин търговски кредит (по-дълъг срок на плащане и по-нисък размер на отстъпката за незабавно плащане), имат по-високи приходи от продажби. И обратно, високата цена на търговския кредит (по-голяма отстъпка за плащане в брой и по-къс период на падеж) означава по-скромни приходи от продажби. Високата цена на кредита е и предпоставка за просрочване на вземанията от клиентите поради по-късия период на дни на отложено плащане.

За друга положителна черта 56% от кредиторите определят намаляването на разходите за поддържане на складови наличности в следствие на инвестирането в търговски кредит. Особено ако кредитната стратегия, която следват, не е толкова ограничаваща и строга, разходите за съхраняване на свръхзапаси се съкращават.

Респондентите (85%) също подчертават, че търговският кредит подпомага изграждането на дълготрайни взаимоотношения с клиентите. Основа за отпускането на кредита е създаването на добри взаимоотношения между предприятията, при които водещо начало е сътрудничеството и взаимното зачитане на интересите на организациите. Възможността за развиване на положителна и дълготрайна връзка между снабдител и получател допринася за изграждането на мрежа от лоялни, добросъвестни и отговорни купувачи. Следователно кредитът от доставчика оказва съществено значение върху надеждността и стабилността на създадените взаимоотношения между контрагентите.

Като негативна характеристика на търговския кредит всички кредитодатели единодушно посочват некоректните платци. Просрочията при погасяване на задълженията имат пагубен ефект върху комуникацията между компаниите и техните бъдещи взаимоотношения. Също така дългите забавяния или липсата на плащания за вече доставени стоки или извършени услуги пораждат сериозни проблеми с финансовата ликвидност и значително затрудняват нормалното функциониране на предприятията. Компаниите изпадат в положение, при което не са в състояние да закупят необходимите им суровини и да погасят своите собствени задължения към трети страни, а това може да предизвика техния фалит. Особено опасно е натрупването на множество просрочени вземания. В такава ситуация единственият изход е финансиране от друг източник, което по правило е по-скъпо и по-труднодостъпно.

Друг негативен момент е този със събирането на вземанията. 74% от интервюираните подчертават, че за да получат дължимите им суми, не рядко се налага да молят за тях. Натискът и претенциите на големите компании за предоставяне на дълги срокове за погасяване на вземанията и големи суми по кредитните линии ограничава възможностите за развитие, а това означава по-ниски печалби и по-слаба диверсификация на дейностите. Особено за малките фирми е изключително трудно да оказват натиск, за да съберат вземанията си.

Като цяло самите процедури по събирането на вземанията са продължителни, тежки и скъпи, което създава допълнителни трудности за бизнеса. Особено при сключването на компромисни споразумения и обявяване на несъстоятелност оперативните разходи нарастват значително, тъй като исковете на кредиторите се удовлетворяват поетапно и се възстановява само малка част от инвестирания капитал. Липсата на законови разпоредби и най-вече на бързи механизми за при-

нудително събиране на търговските задължения, допълнително изостря недостатъците на този процес.

Освен това, за да проучат кредитоспособността на купувача си, доставчиците не рядко се налага да ползват кредитни доклади и мнение на експерти, т.е. налага им се да си купят информация. Анализът на ликвидността и рентабилността на купувача се прави на база на неговите финансови данни, които често се подправят с цел печелене на по-висок рейтинг и положителна оценка. Затова, когато не познават добре клиента си и нямат надеждна информация за него, 53% от интервюираните кредитори предпочитат да се доверят на решението на агенциите за кредитен рейтинг и експертите.

На следващо място, според отговорите на 44% от кредитодателите, търговският кредит не рядко придобива виртуален, абстрактен и нереален характер. Случва се по-големите компании с по-силни позиции да демонстрират арогантно поведение при воденето на преговори и да не спазват добрия тон на сътрудничество, особено що се отнася до навременното погасяване на задълженията им. Поведението им на некоректни платци обаче остава ненаказуемо и това обезличава целия замисъл на търговския кредит.

Кредиторите (34%) отбелязват още, че трябва да се внимава със завладяването на новите пазари и отпускането на дълги кредитни периоди. Стъпването на нови пазари налага внимателното проучване на платежоспособността и надеждността на тамошните участници. Нови купувачи се печелят с по-добри условия за сътрудничество, както и с по-високо доверие и ангажираност към партньорите. Това са фактори, с които някои от контрагентите може да злоупотребят. Ето защо организациите трябва добре да преценяват възможностите си.

**Табл. 2.** SWOT анализ на търговски кредит от позицията на кредитодател

<u><b>Силни страни:</b></u>	<u><b>Слаби страни:</b></u>
<ul style="list-style-type: none"><li>• стимулира продажбите;</li><li>• позволява навлизане на нови пазари, изграждане на нови дистрибуторски канали и печелене на нови клиенти;</li><li>• допринася за конкурентоспособността;</li><li>• оказва съществено влияние върху надеждността и стабилността на създадените взаимоотношения между контрагентите.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• некоректни длъжници;</li><li>• търговският кредит не рядко придобива виртуален, абстрактен и нереален характер;</li><li>• разходи за проверка на платежоспособността на купувачите;</li><li>• разходи по събирането на вземанията;</li><li>• нарастване на оперативните разходи при обявяване на несъстоятелност и сключване на компромисни споразумения с кредиторите;</li><li>• липсата на законови и най-вече бързи механизми за принудително изплащане на търговските задължения;</li><li>• просрочията при погасяване на задълженията имат пагубен ефект върху взаимоотношенията между компаниите и тяхното бъдещо поведение;</li><li>• високата цена на търговския кредит води до намаление на приходите от продажби.</li></ul>



<p><b><u>Възможности:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• възможност за увеличаване на генерираните приходи и печалби;</li> <li>• възможност за увеличаване на броя на активните клиенти и разширяване на асортимента;</li> <li>• възможност за развиване на положителни и дълготрайни търговски взаимоотношения, които допринасят за изграждането на мрежа от лоялни, добросъвестни и отговорни купувачи;</li> <li>• инвестирането в търговски кредит може да доведе до съкращаване на разходите за поддържане на складовите наличности;</li> <li>• възможност за подобряване на финансовата ликвидност на компаниите.</li> </ul>	<p><b><u>Заплахи:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• некоректни платци и риск от несъбиращи вземания;</li> <li>• големите компании с огромен брой купувачи лесно могат да наложат своите условия при търговското кредитиране, докато малките предприятия са принудени да се съобразяват с правилата, които диктуват техните клиенти;</li> <li>• риск от недобронамерени отношения и конформистки подход към бизнеса;</li> <li>• завладяването на нови, непроверени пазари, може да доведе до надценяване на собствените възможности;</li> <li>• неправилното определяне на дните на отложено плащане може да доведе до сериозни сътресения в дейността на кредитора.</li> </ul>
---	---

Повечето кредитодатели се стараят да изравняват нивата на търговските си вземания и задължения. С финансирането от доставчиците те си осигуряват необходимия ресурс за производство на продукция и за финансиране на вземанията от клиенти, като по този начин стимулират и продажбите си. Но същевременно това изравняване се прави и с цел хеджиране на риска по търговското кредитиране.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представеният литературен преглед и извършените авторови проучвания водят до извода, че най-важните предимства на търговския кредит са достъпността му за всички участници на пазара и възможността да се закупят стоки и услуги, без да са необходими финансови ресурси в момента на тяхното закупуване. Кредитите от доставчиците оказват положително влияние върху ликвидността и производителността на компаниите, печеленето на конкурентни позиции, нови клиенти и пазари и увеличаването на входящите парични потоци.

Сред главните недостатъци на търговския кредит изпъква рискът от нелоялните платци, чиято платежоспособност трябва внимателно да се проучва и системно да се анализира. Натрупването на множество просрочия от страна на купувачите предизвиква сериозни затруднения в цялостната дейност на предприятието и може да стане причина за неговия фалит. Освен че може да увеличи продажбите и печалбата, търговският кредит може да бъде причина и за несъстоятелност, особено когато събирането на вземанията от клиенти стане невъзможно. Този проблем може да бъде разрешен чрез подходящи законови разпоредби, които да ограничават и да противодействат на рисковете от некоректните длъжници, като например приемане на Закон за събиране на вземания по потребителски договори и бързи и ефективни съдебни процедури за събиране на лошите дългове.

Въпреки недостатъците си търговският кредит остава една от най-предпочитаните алтернативи на външно финансиране. Неговата универсална приложимост, неизчерпаемият му характер и ниските разходи за получаването му го правят лесно достъпен източник за осигуряване на средства дори и за финансово нестабилните компании. Значимостта му се потвърждава още и от факта, че той позволява разширяване на асортимента и дейността, подобряване на финансовата ликвидност и нарастване на производителността на труда, следователно и генериране на повече приходи. При правилно изградена кредитна стратегия и постоянен мониторинг на вземанията от клиенти, търговският кредит предоставя възможности за растеж и развитие на бизнеса и за увеличаване на стойността на българските предприятия.

## REFERENCES

- Bouanane, A., Mounir, Z. (2020).** Structure financière et coût de capital. Faculté des Sciences Juridiques, U.F.R. : Ecole Doctorale De Gestion.
- Brealey, R., Myers, S., Allen F. (2009).** Principles of Corporate Finance.
- Coupepy-Soubeyran, J., Héricourt J., Chaari I. (2012/6 (Vol. 63),).** Le crédit commercial : un substitut au crédit bancaire... quand le développement financier est faible, Une analyse empirique sur données de firmes de la région MENA. *Revue économique*, p. 1113-1114.
- Ferris, J. (1981).** A Transactions Theory of Trade Credit Use. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 96, issue 2, 243-270.
- Grath, A. (2021).** The Handbook Of International Trade And Finance.
- Imene, B. (23 Jul 2015).** Le Credit Fournisseur. Extracted from: <https://fr.scribd.com/document/272355710/Le-Credit-Fournisseur#>
- Laguna, M. (2019).** Le crédit commercial en temps de crise. *Option Finance*.
- Mian, S. L. , Smith Jr., C.W. (1992).** Accounts Receivable Management Policy: Theory and Evidence. *The Journal of Finance*.
- Nivak, D., Jorjinski, S. (2020).** A Quality Approach to Trade Credit in Business Organisations. D.A.Tsenov Academy of Economics, Tsenov Publishing House.
- Petersen, M. A., Rajan, R.G. (1997).** Trade credit: theories & evidence. *Review of Financial Studies*, Vol. 10 No. 3, pp. 661-691.
- Schwartz, R. (1974).** An Economic Model of Trade Credit. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Published By: Cambridge University Press, Vol. 9, No. 4, p. 643-657.
- Stefanova, P. (2000).** Banks and credit intermediation, *Trakia M.* (in Bulgarian)
- Stokes, J. R. (2015).** Dynamic cash discount when sales volume is stochastic. *The Quarterly Review of Economic and Finance*, vol. 45, pp 144-160.
- Taseva-Petkova, G. (2016).** Trade Credit and Financial Status of the Companies, Sofia: UNWE Publishing Complex. (in Bulgarian)
- Tsonkova, V. (2014).** Basics of Financial Management, Plovdiv: Astarta. (in Bulgarian)
- Vidolova, M. (2013 ).** The banking. Distance Learning Textbook, Veliko Tarnovo. (in Bulgarian)

---

### За контакти:

Маринела Илиева, докторант  
Служебен адрес: В. Търново, ул. „Арх. Георги Козарев“ 1, корпус 4  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет  
Катедра „Финанси и счетоводство“  
Ел. поща: [m.y.ilieva@ts.uni-vt.bg](mailto:m.y.ilieva@ts.uni-vt.bg)

---