

УДК 622.349.5

*Л.М. Солодовник, Н.А. Черненко*

## **ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФАКТОРИНГОВОЙ ОПЕРАЦИИ**

Семинар № 8

**П**редприятие, предоставляющее отсрочку платежа, т.е. выдающее краткосрочный кредит, должно контролировать поступление платежей, организовывать систему предупреждений, при необходимости производить взыскания и принимать на себя риск потерь. Все эти функции, в принципе, могли бы быть выделены из поля деятельности предприятия. Если партнер согласно договору принимает эти функции на себя, то образуется факторинговая система.

В настоящее время вопросам факторинга — как одного из способов снижения дебиторской задолженности посвящены работы таких известных ученых как: П.В. Савицкой, И.А. Бланк, В.А. Козловского, Т.В. Маркина, М. Швайцера, Г. Шмалена. Внимание ученых уделено рефинансированию дебиторской задолженности, т.е. ускоренного перевода ее в другие формы оборотных активов предприятия. Однако, в исследованиях недостаточно внимания уделено определению эффективности факторинговой операции для предприятия-продавца. Эти вопросы требуют дальнейшего рассмотрения и развития.

С экономической точки зрения, факторинг относится к посредническим операциям. Факторинг можно определить как деятельность специализированного учреждения (факто-

ринговой компании или факторингового отдела банка) по взысканию денежных средств, с должников своего клиента (промышленной или торговой компании) и управлению его долговыми требованиями [3, 4].

В факторинговых операциях участвуют три стороны:

1. факторинговая компания — специализированное учреждение, покупающее счета-фактуры у своих клиентов;

2. клиент (поставщик товара, кредитор) промышленная или торговая фирма, заключившая соглашение с факторинговой компанией;

3. предприятие (заемщик) — фирма-покупатель товара.

Взаимоотношения этих сторон представлены на рисунке.

Факторинговые услуги предоставляются «без финансирования» или «с финансированием».

В первом случае клиент, продавший счет-фактуру факторинговой компании, получает от последней сумму счета-фактуры при наступлении срока платежа.

Во втором случае, клиент может требовать немедленной оплаты счета-фактуры вне зависимости от предусмотренного срока платежа за товар. При этом факторинговая компания по сути дела предоставляет кредит своему клиенту, т.е. осуществляет финансирование в виде досрочной оплаты поставленных товаров. Дру-



### Организация факторинга

гими словами, факторинговая компания возмещает клиенту большую часть суммы, указанной в счете-фактуре. Оставшаяся сумма обязательно возмещается продавцу в момент наступления срока платежа за товар [2,5].

Факторинговая компания может оплатить счет в момент наступления срока платежа или досрочно. В последнем случае она выполняет функции банка, поскольку досрочное предоставление денежных средств клиенту равносильно выдаче ему кредита. Наиболее важной услугой здесь является гарантия платежа клиенту. Эта гарантия охватывает полный объем внутренних и международных операций: факторинговая компания обязана оплатить клиенту все акцептованные счета-фактуры даже в случае неплатежеспособности должников.

Стоимость факторинговых услуг складывается из двух элементов:

1) комиссии (платы за обслуживание в процентах от суммы счета-фактуры);

2) процентов, взимаемых при досрочной оплате представленных документов.

Факторинговая операция позволяет предприятию-продавцу рефинансировать преимущественную часть

дебиторской задолженности по предоставленному покупателю кредиту в короткие сроки, сократив тем самым период финансового и операционного цикла. К недостаткам факторинговой операции можно отнести лишь дополнительные расходы продавца, связанные с продажей продукции, а также утрату прямых контактов (и соответствующей информации) с покупателем в процессе осуществления им платежей [1].

Обозначим,  $Q$  - объем дебиторской задолженности проданной банку;  $\gamma$  — комиссионная плата за осуществление факторинговой операции от суммы долга, %;  $\beta$  — кредит предпринятию-продавцу в форме предварительной оплаты в сумме долга, %;  $\alpha$  — процентная ставка за предоставляемый банком кредит, %;  $Z_{cp}$  — средний уровень процентной ставки на рынке денег, %.

Дополнительные расходы предприятия по осуществлению факторинговой операции:

$$DP = \frac{Q * (\gamma * \beta * \alpha)}{100} \quad (1)$$

Определим уровень дополнительных расходов по отношению к дополнительно полученным денежным активам:

$$Z = \frac{ДР * 100}{Q * \beta} < Z_{cp} \quad (2)$$

Эффективность факторинговой операции для предприятия-продавца определяется путем сравнения уровня расходов по этой операции со средним уровнем процентной ставки по краткосрочному банковскому кредитованию.

Если приравнять  $Z_{cp}$  и  $Z$ , найдем предельное значение дебиторской задолженности проданной банку. Так эффективность факторинговой операции для предприятия-продавца и получение финансового кредита, на период оплаты долга покупателем, одинаковы.

$$Z_{cp} = \frac{Q(\gamma + \beta * \alpha)}{Q * \beta} = \frac{\gamma + \beta * \alpha}{\beta} = \frac{\gamma}{\beta} + \alpha, \quad (3)$$

Отсюда, определим предельную ставку банка за предоставленный кредит:

$$\alpha = Z - \frac{\alpha}{\beta}. \quad (4)$$

Научная новизна полученных результатов исследования заключается в том, что при сопоставлении полученного показателя со средним уровнем процентной ставки на рынке денег мы видим, что осуществление факторинговой операции для предприятия-продавца более выгодно, чем получение финансового кредита на период оплаты долга покупателем продукции.

Возможность инкассирования дебиторской задолженности, т.е. получения денег по неоплаченным требованиям и счетам-фактурам, особенно привлекательна для мелких и средних предприятий, ибо именно у них проблема временного недостатка ликвидных средств и недополучения прибыли из-за неплатежеспособности должников стоит наиболее остро. Полезность факторинга для предприятий в первичный период их создания и начала производственной деятельности трудно переоценить. ■■■

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бланк И.А., Быкова Е.В., Стоянова Е.С. Управление оборотным капиталом. Учебно-практическое пособие. — М.: Издательство «Перспектива». 1998. — 127 с.
2. Козловский В.А., Маркина Т.В. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. СПб: «специальная литература», 1998. — 366 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности М.ИИИФРА, 2003. С. — 255.
4. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия. — М.: Финансы и статистика, 1996. — 356 с.
5. Экономика предприятия. Перевод с немецкого; — М.: ИИИФРА-М, 1999. — XVI, под редакцией Беа Ф.К., Дихтла Э., Швайцера — М.: — 842 с.

#### Коротко об авторах

Солодовник Л.М. — профессор, доктор технических наук,  
Черненко Н.А. — аспирант,  
Национальный горный университет, г. Днепропетровск, Украина.

Доклад рекомендован к опубликованию семинаром № 8 симпозиума «Неделя горняка-2007».  
Рецензент д-р техн. наук, проф. В.А. Харченко.