

Авторы:

Воробьева Анна Михайловна

студентка

Альхименкова Алина Робертовна

студентка

Научный руководитель:

Шипунова Вера Васильевна

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный

индустриальный университет»

г. Новокузнецк, Кемеровская область

ФАКТОРИНГ: КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Аннотация: в данной статье рассмотрено понятие «факторинг». В работе выделены преимущества данного финансового инструмента, а также отмечена эффективность использования факторинга в работе поставщиков продуктов питания.

Ключевые слова: факторинг, фактор, факторинговое обслуживание, бизнес, компания.

Впервые факторинг был внедрён в 1988 году в качестве эксперимента «Промстройбанком» и «Жилсоцбанком». Из-за полного отсутствия на тот момент какой-либо методической литературы и невозможности получить доступ к мировому опыту, сущность этой услуги была довольно специфической. Факторинговым отделам переуступалась только просроченная дебиторская задолженность, соглашение заключалось как с поставщиком, так и с покупателем. Поставщику гарантировались платежи путём кредитования покупателя. Факторинговое обслуживание носило характер разовых сделок без обеспечения комплекса страховых, информационных, учётных и консалтинговых услуг, подразумеваемых факторингом.

В 1996 году в Гражданском кодексе Российской Федерации была введена 49-я глава, посвящённая отношениям факторинга, которые именуется как «финансирование под уступку денежного требования» [3].

По данным рейтингового агентства RAEX, в 2015 году объём денежных требований, уступленных факторам, составил около 1,85 трлн рублей. Крупнейшими российскими факторами являются «Сбербанк», «ВТБ Факторинг», «Промсвязьбанк», «Альфа-Банк», банк «ФК Открытие», «Газпромбанк», «Национальная факторинговая компания», «Капитал Факторинг» и т. д.

Большинство российских факторов входят в Ассоциацию факторинговых компаний, выступающей как негосударственная некоммерческая организация и профессиональное общественное объединение участников рынка факторинга.

В 2015–2016 годах на российском рынке появились решения в сфере электронного факторинга, где все сделки по переуступке дебиторской задолженности проходят на основе юридически значимых электронных документов, заверенных электронной подписью. По оценкам аналитиков, на их долю приходится от 0,5 до 3% от всего объёма сделок на рынке. Крупнейшая их работающих площадок – FactorPlat с оборотом порядка 3,7 млрд рублей в квартал [1].

Преимущества факторинга составляет то, что малый бизнес заинтересован в финансировании, так как его источники ограничены. Ему необходим усеченный факторинг, представляющий собой кредитование под залог дебиторской задолженности. Средний же бизнес заинтересован в инструменте увеличения объема продаж, а потому ему нужен полноценный коммерческий факторинг.

Факторинг по своей сути, это финансирование под уступку денежного требования, комплекс услуг, который направлен на активный преимущественный рост компании [1]. Факторинг позволяет за короткие сроки увеличивать объем продаж в несколько раз и дает возможность компании развиваться более эффективно, чем при кредитовании. Цель факторингового

обслуживания банком заключается в том, чтобы обеспечить клиенту возможность заниматься основной деятельностью – продажами, а не отвлекаясь на постоянное решение финансовых вопросов.

Эффект от факторингового обслуживания максимален в случае, если финансирование направлено на закупку товара, который также отгружается с отсрочкой платежа, компания снова получает финансирование и т.д. «Такая работа позволяет бизнесу активно расти и приносит существенные конкурентные преимущества. Работа банка с покупателями как правило, приводит к сокращению сроков оплаты поставок покупателями. За счет факторинга уменьшается проектный риск, связанный с активным ростом компании».

Зачастую факторинг сравнивают с банковским кредитом, хотя данные финансовые продукты направлены на удовлетворение разных потребностей поставщиков. Так, досрочные платежи, получаемые в рамках факторингового обслуживания, компании, как правило, используют для финансирования текущей деятельности, а кредитные ресурсы – в качестве инвестиционных или инновационных средств. Кроме того, погашение кредита не гарантирует получение нового, а факторинговое обслуживание носит систематичный характер.

Поэтому основными отличиями факторинга от кредита можно отметить, что кредит как правило, выдается под залог и возвращается банку заемщиком, а также выплачивается в обусловленный договором день на заранее обусловленную сумму. В случае же факторинга, это прежде всего не требуется обеспечения, погашается из средств, выплачиваемых дебитором на срок фактической отсрочки платежа в день поставки товара и размер финансирования не ограничен и может увеличиваться в соответствии росту объема продаж.

Использование факторинга позволяет компаниям прежде всего:

1. Повысить ликвидность дебиторской задолженности.
2. Ликвидировать кассовые разрывы.

3. Застраховать риски, связанные с предоставлением отсрочки платежа покупателям.

4. Развить отношения с существующими покупателями и привлечь новых.

5. Расширить свою долю на рынке.

Если отмечать сложности факторинга, то основная из них в том, что у многих компаний слабо организован документооборот, поэтому фирмы сталкиваются с проблемой организации процесса документооборота при факторинговом обслуживании. Бывает, что поставщик сталкивается с неготовностью некоторых дебиторов работать по факторингу. Часто поставщику трудно рассчитать свои издержки из-за наличия скрытых комиссий. Но значительные преимущества, получаемые поставщиками при использовании факторинговых услуг, превосходят, поэтому факторинг и пользуется очень высокой популярностью.

Отметим, что спрос на факторинговые услуги в сегменте МСБ (Малый и средний бизнес) растет. Компании МСБ в силу различных причин не могут привлечь заемные средства в достаточном для роста своего бизнеса объеме, так как кредитная оценка основывается на прошлой работе компаний-клиентов. Многие компании, которые не могут получить стандартные кредитные продукты, могут рассчитывать и на факторинговое финансирование, так как факторы оценивают не только текущее финансовое состояние клиента, но и качество дебиторской задолженности. Весьма часть некрупные компании осуществляют поставки на известных на рынке дебиторов и это значительно снижает риски факторов и способствует принятию положительного решения о сотрудничестве.

Анализируя вышесказанное, можно выделить несколько сложностей при факторинге. Многие клиенты сегмента МСБ не являются достаточно финансово устойчивыми для принятия на них рисков. Компании не отражают действительное состояние бизнеса в официальной финансовой отчетности. У большинства компаний нет четко отработанной схемы документооборота, что затрудняет процесс запуска и текущей работы с клиентами по факторингу [5].

В современных условиях ведения бизнеса компании-поставщики часто вынуждены предоставлять покупателям отсрочку платежа. В зависимости от степени ликвидности продаваемого товара, средний срок отсрочки колеблется в пределах 7–45 дней.

Преимущества товарного кредита же для покупателя очевидны: нет необходимости выводить из оборота значительные денежные средства, как в случае предоплаты или оплаты по факту; покупатель может планировать график погашения задолженности, а также свести к минимуму риск получения некачественного товара. В итоге, согласие поставщиков на предоставление товарного кредита приводит к сокращению оборотных средств и ухудшению текущей ликвидности этих компаний, возникновению кассовых разрывов и снижению финансовой устойчивости, что в итоге негативно сказывается на рентабельности бизнеса и объемах получаемой прибыли. «Бремя» долга по поставкам с отсрочкой платежа еще больше усугубляется в случае, если покупатель не соблюдает указанные в договоре сроки. Это приводит к десинхронизации товарных и денежных потоков и кассовым разрывам в платежной системе самого поставщика. Тем не менее, предоставление или увеличение отсрочки платежа является серьезным конкурентным преимуществом на рынке, а порой и единственным аргументом, привлекающим покупателей [4].

Стремясь не допустить возникновения просроченных или безнадежных долгов, поставщики ежедневно проводят мониторинг состояния дебиторской задолженности. В большинстве компаний за своевременный приход денежных средств на расчетный счет отвечают менеджеры по продаже, что изначально не совсем корректно. Ведь, с одной стороны, менеджер, привлекший клиента, заинтересован в долгосрочной работе с ним, а, следовательно, в поддержании «хороших отношений». С другой стороны, менеджеру необходимо найти рычаги воздействия на компанию в случае, если она нарушает договорные сроки.

Наиболее эффективное управление дебиторской задолженностью возможно при наличии независимого контроля, например, со стороны факторинговой компании.

В рамках факторингового обслуживания банк-фактор проверяет платежную дисциплину и деловую репутацию покупателей, контролирует своевременность оплаты поставок дебиторами, управляет рисками по поставкам с отсрочкой платежа, помогает поставщику грамотно строить лимитную и тарифную политику [5].

Факторинг, наряду с финансированием, Банк осуществляет управление дебиторской задолженностью поставщика, освобождая последнего от массы аналитической и практической работы. Получая от банка исчерпывающую информацию, достаточную для принятия квалифицированных управленческих решений, сотрудники компании-поставщика могут сконцентрировать свои усилия на развитии производства, сбыта, изучении рынков, решении хозяйственных, организационных и других вопросов.

Важно отметить, что при факторинге банк покрывает основные риски поставщика, возникающие при отгрузках с отсрочкой платежа, – риск неоплаты и несвоевременной оплаты поставки покупателем [2].

Оценка эффективности использования факторинга в деятельности компаний показывает все преимущества этого финансового инструмента. Достаточно проанализировать рост объема продаж товаров при условии практически неограниченного финансирования и организационного обеспечения. Безусловно, комиссия банка за факторинг сокращает размер выручки с каждой конкретной поставки, но рост количества отгрузок значительно увеличивает итоговый объем выручки, а соответственно положительным образом влияет на абсолютные и относительные показатели деятельности компании.

На сегодняшний день факторинг весьма успешно используется в работе поставщиков продуктов питания, и др.

Все эти отрасли объединяет высокая ликвидность продаваемых товаров, поскольку спрос на них постоянен и высок. Однако следует отметить, что факторинг может быть применен в любых отраслях, где практикуется отсрочка платежа, безналичный расчет и существуют постоянные торговые связи.

Список литературы

1. Факторинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
2. Бизнес-портал AUP.Ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14–03.
4. Российский рынок факторинга: Материалы I Всероссийской конференции «Факторинг – финансовый инструмент развития российских компаний». – РА «Эксперт РА».
5. Бабичев С.Н. Использование реверсивного факторинга в повышении эффективности бизнеса // Региональная экономика. – 2004.
6. Шульгина Т.С. Факторинг; быть или не быть? / Т.С. Шульгина, В.И. Гусева // Бизнес и банки. – 2000. – №33.
7. Филиппчук О.М. Факторинг: ключевой фактор развития бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://za4eti.ru/referat/mrsvo> (дата обращения: 15.12.2016).