

дувати меті «відповідати вимогам клієнтів і формувати спільні цінності», прагнути бути компанією, яка прагне до «досягнення високого рівня обслуговування та отримання всесвітнього визнання з боку громадськості», а також щиро пропонувати клієнтам «впевненість, виконання зобов'язань, доброзичливість і сприйнятливість».

Усе це потягне за собою безперервне просування вперед у напрямку стратегічної мети: «стати конкурентоспроможною на світовому ринку, стійко розвиваючи і примножуючи прибуток і забезпечуючи пасажирів чудовими і винятковими враженнями про поїздку», увійти до 2017 року в число лідируючої великомасштабної мережі в області світової авіаційної промисловості.

Основною стратегічною ціллю авіакомпанії являється вихід на ринок авіаційних перевезень України, на якому китайська компанії зіштовхнеться з рядом перешкод, проте може отримати значний пасажиропотік.

Список використаних джерел

1. Airbus report «delivering the future» [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Competition_between_Airbus_and_Boeing
2. Air China Ltd Annual Report, 2012. Режим доступу: http://www.rns-pdf.londonstockexchange.com/rns/0792R_-2009-4-23.pdf
3. Article from newspaper «The Economist» «Global Insight, Embraer» [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.embraer.com/Multimedia/China_Market_Outlook_English.pdf
4. Airbus Global Market Forecast 2011 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.airbus.com/company/market/forecast/
5. Embraer «Market Outlook» [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.embraercommercialjets.com/img/download/306.pdf>
6. ICAO [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.icao.int>
7. Список аеропортів Китаю [Електрон. ресурс] / Yan Zhonghua // Xinhua – 2006. – Режим доступу: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/685093>

Ю.О. ЄРЕШКО,
к.е.н., Національний технічний університет України «КПІ»

Факторинг як економічний інструмент оптимізації грошових потоків підприємства

Досліджено сутність та економічну природу факторингу та удосконалено факторинговий механізм захисту грошових надходжень у розрізі оптимізації грошових потоків та оцінено його дію.

Ключові слова: грошовий потік, оптимізація, факторинг, дебіторська заборгованість.

Исследована суть и экономическая природа факторинга, а также усовершенствован факторинговый механизм защиты денежных поступлений в разрезе оптимизации денежных потоков и произведена оценка его применения.

Ключевые слова: денежный поток, оптимизация, факторинг, дебиторская задолженность.

There were explored the essence and the economic nature of factoring. The receipts protection factoring mechanism in the context of the cash-flow optimization was improved and valued.

Keywords: cash-flow, optimization, factoring, accounts receivable.

Постановка проблеми. Сучасна практика господарювання в умовах економічної нестабільності свідчить про неспроможність більшості вітчизняних підприємств здійснювати ефективно управління дебіторською заборгованістю, що виступає передумовою втрати купівельної спроможності

грошових активів підприємств-кредиторів, зростання потреби у позичковому капіталі і, як наслідок, збільшення витрат, пов'язаних із обслуговуванням кредиту, втрачених можливостей отримання прибутку, недостатнього рівня поточної і абсолютної ліквідності, а також виникнення ризику банкрутства. Характерними ознаками низької платоспроможності є несвоечасність повернення дебіторської заборгованості в неповному обсязі, що сприяє виникненню сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості, а також збільшення строків обіговості оборотних коштів. За даними Держкомстату України, обіговість дебіторської заборгованості по промисловості і машинобудуванню України збільшилася відповідно за останні роки на 12 та 28%.

За оцінкою Юценко та Лисицького, товаровиробники тривалий час будували свій бізнес без огляду на наявну грошову пропозицію, нарощуючи номінальні обсяги виробництва, без огляду на можливість компенсувати грішми споживача свої виробничі витрати. Така «необачливість» виглядає просто дивною. Важко усвідомити, чим саме керувалися директори підприємств усіх форм власності, які 1827 днів поспіль виготовляли та реалізовували продукцію без отримання грошового еквіваленту своїх витрат. Можна стверджувати, що такий перебіг подій не міг не влаштувати з якихось причин значну частину керівного корпусу підприємств. Можливо, це була реліктова спадщина планово-розподільчої «зрівнялов-

ки» [9]. (Для порівняння: обіговість дебіторської заборгованості в Німеччині, Швеції та Норвегії – 48 днів, в Данії – 50, Нідерландах – 52, Фінляндії – 55, Швейцарії – 60, Бельгії та Іспанії – 75, Великобританії – 78, Італії – 90, Франції – 108 [10].) Збільшення обіговості дебіторської заборгованості впливає на збільшення фінансового циклу підприємства. А це свідчить, що за умовами укладених контрактів підприємство вимушене розраховуватися зі своїми постачальниками раніше, ніж надходять кошти від дебіторів за реалізовану продукцію та надані послуги, що призводить до вимивання грошового капіталу з обороту і зниження платоспроможності. Це є наслідком широкого використання в операційній діяльності механізму товарного кредитування. І якщо значні обсяги кредиторської заборгованості свідчать про відповідні обсяги фінансових ресурсів, що перебувають у тимчасовому розпорядженні підприємства, то значні обсяги дебіторської заборгованості (питома вага в оборотному капіталі по промисловості – 0,60, по машинобудуванню – 0,55) – про неможливість використання відповідної суми коштів.

Як правило, управління дебіторською заборгованістю вітчизняних підприємств асоціюється лише з її обліком, що призводить до нераціонального управління фінансовими ресурсами підприємства і, як наслідок, до втрати ними частини вартості. Світовий досвід управління активами підприємства доводить необхідність факторингових операцій з метою ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємств, а також як найефективніший інструмент рефінансування активів і уникнення ризиків делькредере.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Важлива роль у дослідженні проблематики управління та оптимізації грошових потоків підприємства належить таким вченим, як Л. Бернстайн, І. Бланк, Є. Брігхем, А. Гальчинський, А. Гріценко, А. Гроалелі, А. Даниленко, О. Евтух, Дж.М. Кейнс, В. Ковалев, Т. Ковальчук, Т. Косова, І. Лютий, Д. Міль, В. Міщенко, В. Нусінов, С. Онишко, А. Поддєрьогін, Р. Пустовіт, В. Лисицький, Е. Нікбахт, Л. Харис, Дж. Хікс, Дж. Ван Хорн, В.М. Савчук, М. Савлу, О. Терещенко, А. Турило, Л. Шабхиста, В. Шевчук, М. Швайка, В. Федоров, А. Чухно. Проте на сьогодні не приділено достатньої уваги використанню факторингу як інструменту оптимізаційної політики у складі управління грошовими потоками підприємства.

Мета статті полягає в дослідженні сутності і природи факторингу, а також обґрунтуванні доцільності його використання як інструменту оптимізації грошових потоків підприємства.

Виклад основного матеріалу. Теоретично факторинг являє собою різновид торгово-комісійної операції, складовою частиною якої є кредитування оборотного капіталу клієнта. Основою факторингової операції є придбання факторинговою компанією рахунків фактур постачальника за відвантаженою продукцією негайної оплати і одночасно передача постачальником права вимоги платежу з дебітора. Отже, під факторингом слід розуміти продаж незакріпленою цінним папером дебіторської заборгованості.

Вітчизняний досвід факторингових операцій офіційно починається у 2001 році з появою такого роду послуг серед пропонувананих клієнтам АБ «Укрсоцбанк». Однак, за даними щорічних звітів FCI, формування ринку факторингу в Україні почалося у 2005 році, його обсяг при цьому становив 330 млн. євро. На даному етапі свого розвитку український ринок факторингу характеризується більшою подібністю до європейського, що пов'язано з тим, що ключовими гравцями даного ринку виступають комерційні банки, рідше – відділи цих банків або банківських структур і в одиничних випадках – незалежні факторингові компанії. Потенційно ринок факторингу – це весь ринок товарного кредитування. За даними оцінки експертів компанії National Factor Group, станом на 1 квітня 2011 року обсяг дебіторської заборгованості в Україні становив 560 млрд. грн., а загальний розмір портфелів переуступлених прав вимоги учасників вітчизняного ринку факторингу не перевищував 1,5 млрд. грн., що відповідно становить менше 1% від обсягу потенційного ринку. Протилежна ситуація склалася на ринках країн, що характеризуються високим рівнем економічного розвитку – так, в Японії обсяг факторингових операцій становить 2% від ВВП, у Франції – 6,2%, у Сполученого Королівства – 12%. В Україні, незважаючи на тенденцію до зростання, у 2011 році обсяг ринку факторингових послуг становив не більше 0,6% ВВП, в сусідній Російській Федерації – 0,9% [10, 11].

Незначний обсяг факторингових операцій і недостатня поширеність факторингу як інструменту управління дебіторською заборгованістю та страхування активів підприємства у вітчизняній економіці пояснюється неоднозначністю розуміння підприємцями істинної сутності даного поняття, різниці між ним і більш звичним банківським кредитуванням, а також відсутністю єдиної законодавчої бази з регулювання факторингових операцій. Основною причиною помилкового тлумачення сутності факторингової операції є відлуння радянського досвіду з надання послуг даного виду, за яким, як вже було зазначено раніше, кредитувалися покупці компанії, що призводило до втрати даним інструментом свого істинного призначення. По-друге, на даний час існує декілька тлумачень сутності даного фінансового інструменту, більшість яких трактують його як вид кредитування продавця або операцію з викупу його боргів, нівелюючи при цьому основне призначення даної послуги – страхування активів підприємства від ризиків і управління його дебіторською заборгованістю. Так, Ю.М. Лисенко наголошує на тому, що факторинг – фінансова операція, за якою одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження іншої сторони за плату, а клієнт поступається або зобов'язується поступитися фактору своїм правом вимоги до третьої сторони (боржника) [7, с. 179]. На думку Т.Є. Белялова, сутність факторингу полягає в купівлі спеціалізованою факторинговою компанією або банківською установою грошових вимог постачальника до покупця за визначену винагороду з негайною інкасацією 80–90% дебіторської заборгованості [1, с. 53–58].

Крім того, відсутність єдиного конкретного законодавчого визначення поняття «факторинг» в Україні значною мірою ускладнює розуміння його сутності, оскільки відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» факторинг – це «придбання банком права вимоги виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари або надані послуги; при цьому банк приймає на себе ризик виконання таких вимог і здійснює прийом платежів»[5]. Відповідно ж до статті 1 Оттавської конвенції УНІДРУА про міжнародні факторингові операції під контрактом по факторним операціям належить розуміти контракт, укладений між однією стороною (постачальником) і іншою стороною (факторною компанією, або інакше – цесіонарієм), згідно з яким: 1) постачальник може або має уступити цесіонарієві обов'язкові вимоги, передбачені контрактами з продажу товарів і послуг між даним постачальником і його дебіторами, за винятком тих, що призначені в основному для особистого, сімейного і домашнього користування і споживання; 2) цесіонарій має прийняти на себе не менше двох з таких зобов'язань:

- 1) фінансування постачальника;
- 2) ведення обліку обов'язкових вимог;
- 3) пред'явлення до оплати дебіторської заборгованості;
- 4) захист від неплатоспроможності дебіторів [6].

У США мова йде про факторингову операцію лише в тому випадку, коли наявне адміністративне обслуговування постачальника (управління і інкасація дебіторської заборгованості); страхування кредитних ризиків; кредитування у формі передплати. Однак на даний час питання про критерії визначення фінансової операції факторинговою серед закордонних вчених залишається відкритим.

Одним із ключових факторів, стримуючих розвиток ринку факторингу в Україні, є відносно більша вартість факторингових операцій порівняно з вартістю банківського кредитування. Головна причина полягає у відстороненості ціноутворення факторингових послуг від показників фінансового ринку, що безпосередньо впливають на розмір кредитних ставок. Вартість факторингу передусім залежить від маржі, що закладена постачальником при реалізації товару, частиною якої виступає власне плата за факторинг. Переважна більшість підприємців віддають перевагу банківському кредитуванню з огляду на значно нижчу вартість позикового капіталу, що пояснюється необізнаністю з приводу сутності даної операції, яка полягає не тільки і не стільки у кредитуванні, скільки у фінансуванні, страхуванні та управлінні дебіторською заборгованістю. Беручи до уваги увесь спектр послуг, що надаються фактором, впливає, що факторинг завжди дешевший за кредитування і самостійне управління дебіторською заборгованістю, що передусім пов'язано із постійною абсолютною і поточною ліквідністю, а отже безперервним операційним, а відповідно і коротшим фінансовим циклом, уникненням ризику неплатежів за рахунок ефективного управління дебіторською заборгованістю і страхування безнадійних боргів. При цьому для достовірної оцінки переваг

факторингу над банківським кредитуванням доцільно порівнювати обсяг комісійних фактора не зі ставкою кредитування, а зі ставкою кредитування плюс вартістю товарного кредиту і розміром комісійних за нього. Відповідно, можемо зробити висновок про сутність факторингу як фінансового інструменту, що вирішує завдання із фінансування діяльності підприємства, управління дебіторською заборгованістю та страхування ризиків неплатежів контрагентів.

Отже, факторингова операція – це нова форма управління дебіторською заборгованістю – її рефінансування, тобто прискорене переведення в іншу форму оборотних активів. Факторингова компанія купує у свого клієнта (постачальника) дебіторські рахунки завчасно, оцінивши кредитоспроможність наявних і можливих дебіторів, визначає максимальний розмір безнадійних боргів, величину відсотка торговельного дисконту і комісійних. Після аналізу інформації, одержаної від постачальника, факторингова компанія укладає з ним угоду на факторингове обслуговування. Визначене поняття договору та умови особливості укладання договору здійснено у Цивільному кодексі України (ЦКУ). Стаття 626 ЦКУ трактує поняття «договір» як домовленість двох або більше сторін, спрямовану на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків (ЦКУ). Стаття 1077 визначає поняття факторингу як форми фінансування під відступлення права грошової вимоги однією стороною передати грошові кошти в розпорядження другій стороні за плату, а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника) [8]. В договорі обумовлюються: перелік покупців, вимоги яких будуть переуступатися; сума переуступок; розмір авансу в рахунок майбутніх платежів; відсоткові ставки за кредит; максимальна ставка комісійних за прийняття рахунків-фактур; строк надання товарного кредиту (кредитний ліміт); граничний строк платежу для покупця; відповідальність сторін за порушення договору; умови розірвання договору, строк дії договору тощо.

Як для будь-якої фінансової операції, так і для факторингової операції як критерій ефективності нами запропоновано умови зростання чистого грошового потоку $\Delta\Pi$ та обсягу реалізації продукції виробника в порівнянні з комісійною винагородою цесіонарія C_{ϕ} , а саме:

$$\Delta\Pi \geq C_{\phi}. \quad (1)$$

З метою формування політики погашення дебіторської заборгованості доцільно визначити відносини між виробником і покупцем у межах договору поставки, а також між фактором і виробником та фактором і покупцем у межах договору факторингу, враховуючи економічний зміст проведених операцій між ними, відповідну характеристику та відмінні особливості видів факторингу. Відповідно до договору поставки виробник, як правило, зацікавлений у максимізації обсягів реалізації продукції компанії і забезпеченні своєчасного надходження грошових коштів і мінімізації простроченої заборгованості.

Виходячи із політики договору поставки компанія орієнтується на управління товарним кредитом, використовуючи два

показника: обсяг продажів у кредит та середній відрізок часу поміж реалізацією товару і отриманням виручки від реалізації. Ця політика передбачає також використання дисконту (величини знижки), який надається покупцю за сплату до строку наданого товару у кредит (level of the cash discount rate).

Строк надання товарного кредиту – кредитний період характеризує граничний період, на який покупцю надається відстрочка платежу за реалізовану продукцію. Збільшення строку надання кредиту стимулює обсяг реалізації продукції і в той же час сприяє збільшенню суми фінансових ресурсів, які інвестуються в дебіторську заборгованість і підвищенню тривалості фінансового і операційного циклів підприємства. Тому, коли встановлюється розмір кредитного періоду, необхідно оцінювати його вплив на формування грошового потоку.

Розмір надання кредиту (кредитний ліміт) характеризує максимальну межу заборгованості покупця за товарним кредитом. Його треба встановлювати у відповідності до рівня прийнятого ризику, запланованого обсягу продажу на умовах відстрочки платежів, середнього обсягу угод по реалізації продукції. Крім того, вартість надання кредиту характеризується системою цінних знижок, які можна запропонувати при здійсненні негайних розрахунків за придбану продукцію. Разом із показником «строк надання товарного кредиту» цінова знижка характеризує норму відсоткової ставки за наданий кредит. Алгоритм розрахунку характеризується такою формулою:

$$d_k = U_3 \times \frac{360}{t_k}, \quad (2)$$

де d_k – річна відсоткова ставка за продаж товару в кредит; U_3 – цінова знижка, яка надається покупцю при здійсненні негайних розрахунків за придбаний товар, %;

t_k – строк надання кредиту (кредитний період), дн.

Термін кредиту на граничний період часу, який фірма дає клієнтам для того, щоб внести плату. Наприклад, кредит може надаватися на 30, 60 або 90 днів. Термін надання знижки за ранні платежі – період часу, протягом якого за більш ранню оплату рахунку покупець може одержати знижку, наприклад 10 днів.

Знижки за ранні платежі – скорочення ціни купівлі або продажу, виражене у відсотках, що надається в разі оплати рахунку–фактури раніше погашення встановленого терміну. Цей захід стимулює покупців, які купують товар у кредит, сплачувати рахунки якнайшвидше. Надання знижки вигідно як покупцю, так і продавцю.

Перший – має пряму вигоду від зменшення витрат на купівлю товарів. Варто відзначити, що знижки за оплату рахунків (на 5–10 день) у більшості країн Європи становлять 3%. Якщо кожен рік купується продукції на 100 тис. грн., то легко підрахувати, що така знижка зробить 3 тис. грн. Тому покупцям вигідно користуватися знижками. Другий отримує непряму вигоду у зв'язку з прискоренням оборотності коштів, вкладених у дебіторську заборгованість, яка, як і виробничі запаси, представляє іммобілізацію грошових коштів.

Запис «8/10, EOM, нетто 60» (або «8/10, EOM, чисті 60») означає, що покупець може отримати 8-відсоткову знижку з ціни продукції, якщо оплатить рахунки протягом 10 днів після закінчення місяця (EOM – end of month). У випадку відмови від знижки він повинен здійснити повну оплату протягом 60 днів з моменту виписки рахунків. Поширеною схемою надання комерційного кредиту є кредитні умови «10/1, нетто 30», тобто 10-відсоткову знижку з ціни продавець може отримати, якщо негайно розрахується за продукцію при максимальній відстрочці платежу один місяць. Наприклад, якщо покупець вирішить відмовитися від знижки і заплатити на 30-й день, це означає, що він отримає додатковий п'ятнадцятиденний кредит, але при цьому заплатить за продукцію на 3% дорожче. Це еквівалентно позиції за ставкою 74,2% річних.

Для підприємства вигідніше витратити 10% вартості заборгованості за перші 10 днів після закінчення терміну дебіторської заборгованості, ніж продати фактору за 70–75% від суми заборгованості, проте зазвичай не всі дебітори здатні погасити вчасно свої рахунки.

При всій суб'єктивності вибору цих показників компанія переслідує одну ціль – максимізацію чистого грошового потоку, що відповідає умовам формування динамічного фінансового циклу компанії. Для оцінки наслідків формування політики товарного кредитування нами запропоновано формалізований алгоритм розрахунку:

$$\Delta\Pi = \sum_{i=1}^m S - K_u \sum_{i=1}^m S - T_c \times \frac{\sum_{i=1}^m S}{360} \times K_u \times \\ \times U_3 - K \sum_{i=1}^m S - U_3 \times \sum_{i=1}^m S \times K_u - \sum_{a=1}^6 Aa, \quad (3)$$

де $\Delta\Pi$ – приріст прибутку за поточний період; $\sum_{i=1}^m S$ – обсяг продажу по підприємству, грн.; K_u – коефіцієнт, що відображає відношення валового прибутку до собівартості реалізованої продукції; T_c – середній період часу і погашення дебіторської заборгованості, $T_c = t, m \dots t_n, m_n$, де t_i – тривалість i -го періоду, в якому здійснюється сплата за товар; m_i – частка покупців, які придбали товар, за i -й період часу $i = 1, \dots, n$; U_3 – цінова знижка, яка надається покупцю при здійсненні негайних розрахунків за придбаний товар, %; Aa – адміністративні витрати фінансового відділу, який здійснює політику погашення дебіторської заборгованості.

Український ринок факторингу динамічно розвивається, потенціал переведення підприємств на факторингове обслуговування залишається дуже привабливим для банків-факторів. Однак сьогодні лише десять фінансових установ реально пропонують і надають клієнтам цю послугу. За даними компанії «Просто банк Консалтинг», основними операторами ринку факторингу в Україні є Укрсоцбанк, Укррексімбанк, ПриватБанк, Сведбанк (ТАС Комерцбанк), «Райффайзен Банк Аваль», банки «Петрокомерц-Україна», «Європейський», компанії «Арма факторинг», Перша

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Факторингова Компанія та «Факторинг». Перша трійка лідерів займає 60–65% ринку.

Застосування факторингової операції для рефінансування дебіторської заборгованості базується на таких засадах:

– загальні витрати на рефінансування не повинні перевищувати очікуваний прибуток від використання вивільнених коштів у господарському обороті;

– витрати на рефінансування не повинні перевищувати вартості короткострокових коштів для підтримки платоспроможності підприємства до інкасації дебіторської заборгованості;

– витрати на рефінансування бути кореговані з інфляційними витратами у випадку затримки платежів.

Ціну рефінансування дебіторської заборгованості за допомогою факторингу без регресу можна представити в формалізованому вигляді, як:

$$C_{\phi} = D_3 \times 0,8 \times K_{кр} + D_3 \times K_{к.в.}, \quad (4)$$

де C_{ϕ} – ціна факторингу; D_3 – сума дебіторської заборгованості, грн.; $K_{кр}$ – кредитна ставка, %; $K_{к.в.}$ – ставка комісійної винагороди.

На суму 178 237 тис. грн. дебіторської заборгованості за 2011 рік визначимо ціну рефінансування.

Проведемо розрахунки:

1. Плата за кредит: $(178237 \times 0,8) \times 0,18 = 25666$ т. грн.

2. Комісійна винагорода: $178237 \times 0,02 = 3564$ т. грн.

3. Загальні витрати на рефінансування: $25666 + 3564 = 29320$ т. грн.

4. Відносно додатково отриманих коштів визначимо % ціни рефінансування: $29320 \div (178237 \times 0,8) \times 100 = 20,6\%$

$$20,6\% < 24\%,$$

де 24% середній рівень процентної ставки на ринку грошових коштів.

Тобто факторингові витрати менші, ніж сплата відсотків за кредит для компенсації дебіторської заборгованості у випадку використання факторингу. Крім того, економічна доцільність рефінансування дебіторської заборгованості може бути оцінена за допомогою коефіцієнта втрат ($K_{вт}$), який розраховується як співвідношення чистого грошового потоку від рефінансування ($ЧГП_{ДЗ}$) до балансової суми дебіторської заборгованості (D_3). Чим менше значення має коефіцієнт втрат, тим більш привабливою є дана форма рефінансування:

$$K_{вт} = \frac{178237 - 29320}{178237} = 0,84 \text{ – по факторингу}$$

$$K_{вт} = \frac{237182 - 16603}{237182} = 0,93 \text{ – при обліку векселів}$$

Як помітно з розрахунків, в обох формах рефінансування $K_{вт} > 0,5$, що вказує на ефективність рефінансування дебіторської заборгованості для даного підприємства.

Висновки

У процесі дослідження здійснено обґрунтування сутності та економічної природи факторингу. Доведено доцільність його використання як інструменту оптимізації грошових потоків підприємства, а саме з метою збільшення вхідного грошового потоку та як механізму захисту грошових надходжень від переуплати прав на дебіторську заборгованість. Удосконалено факторинговий механізм рефінансування дебіторської заборгованості та оцінено результат його використання. Для оцінки наслідків політики товарного кредитування запропонований формалізований алгоритм розрахунку, згідно з яким доведено, що факторингові витрати завжди менше за погашення відсотків по кредиту для компенсації дебіторської заборгованості.

Отримані результати є основою для побудови емпіричних моделей управління надходженнями грошових коштів на підприємстві з метою збереження оптимального рівня поточної та абсолютної ліквідності, а також платоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Беяльов Т.Є. Аналіз форм і методів управління дебіторською заборгованістю у складі оперативних фінансових активів корпорації / Т.Є. Беяльов // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №9(51). – С. 30–36.
2. Єрешко Ю.О. Сутність і структура механізму управління грошовими потоками підприємства / Ю.О. Єрешко // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К.: ВПІ ВПК «Політехніка». – 2011. – №8. – С. 20–25.
3. Єрешко Ю.О. Управління грошовими потоками підприємства: дис... к.е.н.: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Ю.О. Єрешко. – К., 2012. – 270 с.
4. Єрешко Ю.О. Грошовий потік підприємства як предмет практичної фінансової діяльності / Ю.О. Єрешко // Науково-технічний розвиток: Економіка, Технології, Управління: матер. V Міжнар. конф. [«Крок молоді у майбутнє»] 15–18 квітня 2009 р. / М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т України «КПІ». – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 367 с.
5. Закон України «Про банки і банківську діяльність». – К.: 7 грудня 2000 р. – №2121-III.
6. Конвенція УНІДРУА «О міжнародном факторинге» (Оттава, 28.05.1998). – М.: Статут, 2004. – 388 с.
7. Лисенко Ю.М. Валютно-фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / Ю.М. Лисенко. – К.: 2005. – С. 179.
8. Цивільний Кодекс України: офіційний текст / Міністерство юстиції України. – К.: Юрінком Інтер, 2004. – 464 с.
9. Ющенко В.А. Гроші: розвиток попиту та пропозиції в Україні. / В.А. Ющенко, В.І. Лисицький. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К.: Скарби, 2000. – 336 с.
10. Factors Chain international Annual Review 2012 [electronic source] http://factors-chain.test.amgate.com/uri/?uri=AMGATE_7101-2_1_TICH_R819617915010.
11. [PDF] World Development Indicators. www.worldbank.org/Workforce/20997_devindicators.pdf