

УДК 336.77(045)

**І. В. Фарінович**

*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті розглянуто механізм проведення операцій класичного та реверсивного факторингу; відображено взаємовідносини торговельних підприємств з контрагентами та фактор-банком; розглянуто розподіл функцій між фактор-банком та торговельним підприємством в межах механізму управління факторингом.

*Ключові слова:* механізм, управління, факторинг, класичний факторинг, реверсивний факторинг.

В статье рассмотрен механизм проведения операций классического и реверсивного факторинга; отражено взаимоотношения торговых предприятий с контрагентами и фактор – банком; рассмотрено распределение функций между фактор – банком и торговым предприятием в рамках механизма управления факторингом.

*Ключевые слова:* механизм, управление, факторинг, классический факторинг, реверсивный факторинг.

The article considers the mechanism of conduction an operation of classic and reverse factoring; the relationship is shown between trade businesses with their contractors and factor bank; further examined is the distribution of functions among the factor bank and commercial enterprises within the framework of factoring management mechanism.

*Keywords:* mechanism, management, factoring, classic factoring, reverse factoring.

В сучасних умовах господарювання практично всі підприємства торгівлі зіштовхнулися з проблемою фінансування господарської діяльності, яка пов'язана із девальвацією гривні, низькою платоспроможністю населення, що в свою чергу призвело до зменшення попиту на товари. Зважаючи на такі фактори, важливим постало питання використання нових інструментів фінансування господарської діяльності торговельних підприємств. Одним із таких маловідомих, проте ефективних інструментів є факторинг. Факторингові операції можна визначити як гнучкий інструмент в розрахунково-платіжних відносинах покупців та постачальників, який максимально враховує інтереси сторін і є перспективним напрямом розвитку як для фінансових компаній, що ним займаються, так і для їх клієнтів [1]. Актуальність теми дослідження обумовила за доцільне розглянути організаційно-економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств.

Деякі автори, такі як Нижник Н. Р. розглядає механізм управління як категорію управління, що включає цілі управління, елементи об'єкта та її зв'язки, на які здійснюється вплив, дії в інтересах досягнення цілей, методи впливу, матеріальні та фінансові ресурси управління соціальним та організаційним потенціалами [2, с.37].

На думку Габор В. С. організаційний механізм є необхідною складовою господарського механізму і вважає, що це система взаємозв'язку і взаємодії форм та методів господарювання [3]. Гавриляк О. О. та Миронов Ю. Б. трактують поняття «організаційний механізм» як перелік певних складових елементів, які в сукупності створюють організаційну основу певних процесів та явищ [4].

Більш широко поняття організаційного механізму розглянуто в працях Л. О. Баластрик та Л. В. Транченко, які вважають, що організаційний механізм включає такі складові, як структурний механізм, інформаційний механізм, механізм організації управління [5].

Багато науковців неоднозначно трактують організаційний механізм та ототожнюють його з організаційно-економічним механізмом. Так, за твердженням

Козаченко Г. В. організаційно-економічний механізм це інструмент управління, що являє собою сукупність управлінських елементів і способів їхньої організаційної, інформаційної, мотиваційної та правової підтримки, шляхом використання яких, з урахуванням особливостей діяльності підприємства, забезпечується досягнення певної мети [6, с. 36].

На думку О. Савченко О. В. та Соловйова В. П. організаційно-економічний механізм є частиною системи господарювання в конкретний період розвитку національного господарства будь-якої країни та являє сукупність двох різнорідних, але взаємопов'язаних складових – організаційної складової та економічного компонента [7].

Отже, узагальнюючи все вищевикладене можна вважати, що *організаційно-економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств – це визначений і певним способом регламентований порядок здійснення зв'язків між торговельним підприємством, контрагентом та фактор-банком чи факторинговою компанією в процесі факторингового обслуговування з метою досягнення економічного результату.*

Метою даного дослідження є вдосконалення організаційно-економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств, як основного інструменту фінансування господарської діяльності.

В умовах фінансово-економічної нестабільності все більшого розповсюдження набуває реалізація товару з відтермінуванням платежу, що є однією з необхідних умов пришвидшення реалізації товарів в торгівлі. У зв'язку з цим виникає потреба в налагодженні взаємовідносин між торговельними підприємствами та контрагентами з урахуванням їх особливостей та умов середовища. Особливі умови повинні базуватися на взаємовигідних пропозиціях для всіх сторін торговельних відносин. Однією із таких пропозицій є застосування факторингу в діяльності підприємств. Внаслідок цього виникає потреба в удосконаленні організаційно-економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств.

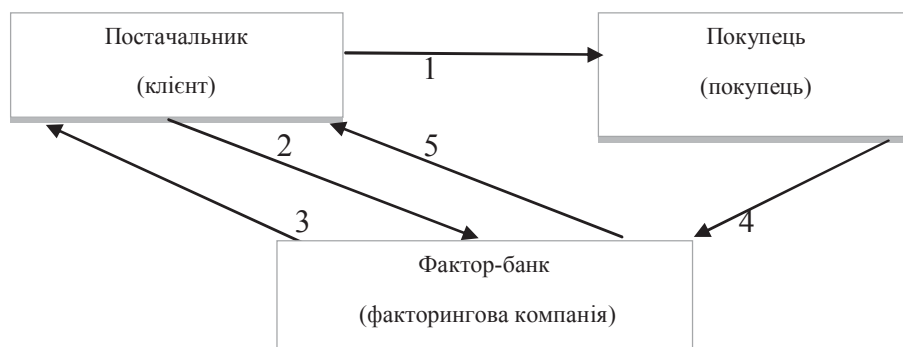
Враховуючи характер діяльності торговельних підприємств їх можна поділити на два види: підприємства роздрібною торгівлі та підприємства оптової торгівлі. Для кожного виду торговельних підприємств притаманні свої особливості ведення бізнесу. Якщо підприємства оптової торгівлі при фінансуванні своєї діяльності залежні від своїх покупців, то підприємства роздрібною торгівлі – від своїх покупців, а також від постачальників товарів, які в більшості випадках вимагають передоплату за поставлені товари. Враховуючи цей фактор, для кожного виду торговельних підприємств можна розробити унікальний механізм фінансування діяльності на основі факторингу. Так, для підприємств оптової торгівлі пропонуємо фінансувати свою діяльність за допомогою класичного факторингу, а для підприємств роздрібною торгівлі – використання реверсивного факторингу. Відмінність класичного факторингу від реверсивного полягає в тому, що ініціатором класичного факторингу є постачальник, а реверсивного – покупець. А також, якщо для класичного факторингу характерним є фінансування постачальника, управління дебіторською заборгованістю, ведення бухгалтерського обліку, страхування, то для реверсивного – фінансування кредиторської заборгованості покупця та покриття ризиків постачальника.

Розглянемо механізм здійснення операції при класичному факторингові (рис. 1).

Основними переваги класичного факторингу для постачальника (клієнта) є:

- фінансування надається на термін фактичного відтермінування платежу;
- сума фінансування не збільшує кредиторську заборгованість клієнта зменшуючи при тому обсяг дебіторської заборгованості;

- фінансування погашається з коштів, що надходять від дебіторів;
- розмір фінансування може збільшуватися в міру зростання обсягів продажу товарів;
- фінансування може супроводжуватися додатковими послугами, таким як управління дебіторською заборгованістю, захист від ризиків та ін.

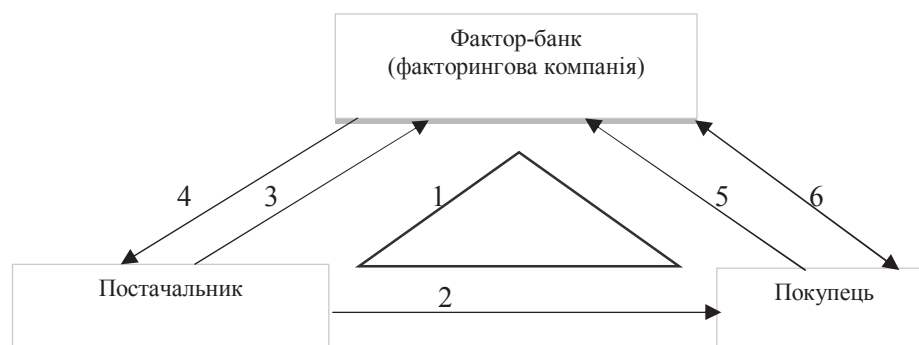


**Рис. 1. Схема проведення операцій класичного факторингу:**

1 – постачання товару на умовах відтермінування платежу; 2 – надання документів і відступ дебіторської заборгованості; 3 – перерахування частини коштів (від 60-90%); 4 – оплата 100% суми за відвантажені товари; 5 – перерахування залишку коштів (від 40-10%) за мінусом комісійних

Також переваги використання факторингу мають і покупці товарів оскільки отримують вигідні умови оплати, що не вимагають вилучення значних грошових коштів з обігу у разі передоплати або оплати за фактом тим самим збільшуючи свою купівельну спроможність.

Розглянемо схему проведення операції реверсивного факторингу (рис. 2).



**Рис. 2. Схема проведення операцій реверсивного факторингу:**

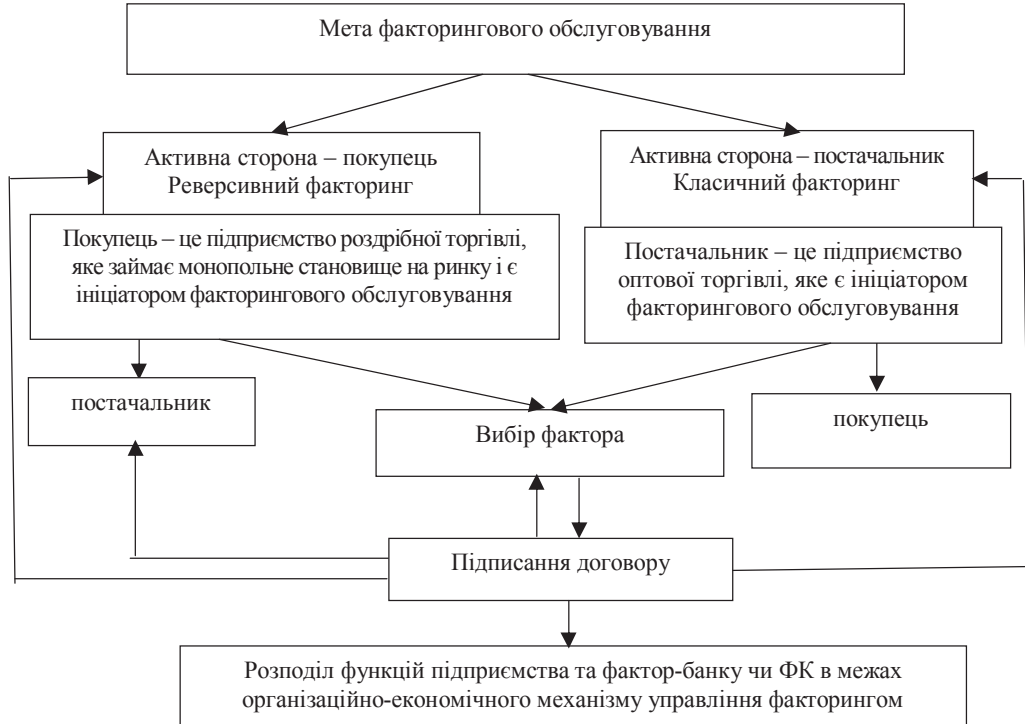
1 – підписання трьохстороннього договору факторингу; 2 – постачання товару на умовах відтермінування платежу; 3 – надання документів, які підтверджують відвантаження товару; 4 – перерахування коштів до 100% від суми поставки; 5 – оплата покупцем 100% суми за отримані товари за мінусом комісійних; 6 – можливість укладення договору про надання додаткового відтермінування платежу покупцю

Реверсивний факторинг характеризується такими перевагами для покупців [8]:

- можливість отримати знижку від постачальника завдяки оплаті за товар одразу після його відвантаження;
- можливість отримати відтермінування платежів від постачальників та додаткове відтермінування від фактор-банку;

- ефективність використання оборотних коштів шляхом планування та розподілу грошових потоків.

Для постачальників товарів реверсивний факторинг також має ряд переваг, а саме: поповнення оборотних коштів; скорочення касових розривів; захист від ризиків не платежу покупцями. На рис. 3 відобразимо взаємовідносини торговельних підприємств з контрагентами та фактор-банком чи факторинговою компанією в процесі факторингового обслуговування.



**Рис. 3. Взаємовідносини торговельних підприємств з контрагентами та фактор-банком чи факторинговою компанією в процесі факторингового обслуговування**

Розглянемо особливості реверсивного та класичного факторингу:

- при реверсивному факторингу ініціатором факторингового обслуговування виступає покупець, а не постачальник товарів, а при класичному, навпаки – постачальник;

- основна мета для покупця при реверсивному факторингу – збільшення відтермінування платежу за поставлені товари, а для постачальника при класичному факторингу – фінансування оборотних коштів;

- при реверсивному факторингу фактор-банк чи факторингова компанія може запропонувати покупцю додаткове відтермінування платежу;

- при реверсивному факторингу оплата за факторингове обслуговування здійснюється покупцем, проте в деяких випадках може розподілятися між постачальником та покупцем, а при класичному – постачальником;

- обсяг фінансування постачальника може досягати 100% при використанні реверсивного факторингу, а при класичному – не більше 95%.

Порівняльна оцінка використання факторингу торговельними підприємствами представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика складових	Торговельні підприємства	
	підприємства оптової торгівлі	підприємства роздрібною торгівлі
Мета	Фінансування оборотних коштів; збільшення обсягів продажу; збільшення прибутку; зайняття більшої частки на ринку; збереження клієнтів; зростання конкурентоспроможності на ринку	Відтермінування платежу за поставлений товар; зростання конкурентоспроможності на ринку; збільшення прибутку
Вибір фактора	Оцінка умов договору	
Підписання договору	Двосторонній договір (постачальник; фактор-банк або факторингова компанія)	Трьохсторонній договір (покупець; постачальник; банк або факторингова компанія)
Розподіл функцій підприємства та фактор-банку чи ФК в межах організаційно-економічного механізму управління факторингом	Фінансування дебіторської заборгованості – ФК Оцінка платоспроможності постачальника та покупця – ФК Управління ДЗ – ПОТ і ФК Страховання ризиків – ПОТ і ФК	Фінансування кредиторської заборгованості – ФК Оцінка платоспроможності покупця – ФК Страховання ризиків – ПРТ і ФК
Відповідальність за виконання умов договору	Внутрішні відділи підприємства та фактор-банк чи факторингова компанія	

Як видно, з табл. 1 використання факторингу торговельними підприємствами має ряд відмінних ознак. Так, основна мета використання факторингу для підприємств оптової торгівлі є фінансування оборотних коштів, а для підприємств роздрібною торгівлі – отримання відтермінування платежу за поставлений товар.

При виборі фактора торговельні підприємства зосереджують свою увагу на основних умовах договору факторингу, а саме: ліміт та сума фінансування, термін фінансування та комісійні. Для підприємств важливо щоб ліміт та термін фінансування був максимальним, а розмір комісії – мінімальним. Наступним етапом після вибору фактора є підписання договору факторингу. Підприємства оптової торгівлі є ініціаторами підписання договору класичного факторингу. Якщо ініціатором підписання договору факторингу є покупець, тобто підприємство роздрібною торгівлі, тоді укладається трьохсторонній договір реверсивного факторингу.

Важливим етапом виконання умов договору факторингу є розподіл функцій в межах організаційно-економічного механізму управління факторингом (табл. 1). Враховуючи той факт, що торговельні підприємства також приймають участь у виконанні функцій в межах організаційно-економічного механізму управління факторингом розглянемо розподіл цих функцій між внутрішніми відділами підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

**Розподіл відповідальності між відділами підприємства  
в межах організаційно-економічного механізму управління факторингом**

Відділ підприємства	Питання, що входять до компетенції відповідних відділів
Маркетингу	Організація збуту товарів на умовах факторингового обслуговування; раціональне використання грошових коштів, які надійшли за відвантажені товари на умовах факторингу
Фінансовий	Управління дебіторською заборгованістю; аналіз обороту по факторинговій схемі; аналіз ефективності використання факторингу
Юридичний	Юридичний супровід кредитних ризиків на умовах факторингу з регресом (робота із стягнення заборгованості у судовому порядку)

В межах організаційно-економічного механізму управління факторингом до функцій маркетингового відділу належить організація збуту товарів та раціональне використання грошових коштів, які надійшли за відвантажені товари на умовах факторингу. Якщо підписано договір факторингу з правом регресу та без додаткових послуг факторингу, тоді на фінансовий відділ підприємства покладено функцію управління дебіторською заборгованістю, а також проведення аналізу обороту по факторинговій схемі та аналіз ефективності використання факторингу. У випадку не повернення коштів за реалізовані товари від покупців юридичний відділ попереджає дебіторів та готує документи до суду на примусове стягнення заборгованості.

**Висновки.** Вдосконалення організаційно-економічного механізму управління факторингом сприятиме вирішенню однієї з найважливіших проблем торговельних підприємств – фінансування господарської діяльності, з метою збільшення виторгу від реалізації продукції. Отже, використання факторингу в діяльності торговельних підприємств має свої переваги. Досить проаналізувати ріст обсягу продажів товарів за умови практично необмеженого фінансування й організаційного забезпечення. Безумовно, комісія банку за факторинг скорочує розмір виторгу з кожної конкретної поставки, але ріст кількості відвантажень значно збільшує підсумковий розмір виручки, тобто, позитивно впливає на абсолютні й відносні показники діяльності компанії [9].

### Бібліографічні посилання

1. Говорушко Т. А. Факторинг як форма рефінансування дебіторської заборгованості [Електронний ресурс] / Т. А. Говорушко, І. П. Ситник, К. М. Степаненко. – Режим доступу : [www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua)
2. Нижник Н. Р. Системний підхід в організації державного управління : навч. посіб. / Н. Р. Нижник, О. А. Машков ; за ред. Н. Р. Нижник. – К. : УАДУ, 1998. – 160 с.
3. Габор В. С. Формування механізму ефективного господарювання сільськогосподарських підприємств / В. С. Габор // Інноваційна економіка. – № 3. – 2012. – С. 101–104.
4. Гавриляк О. О. Організаційний механізм управління діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Гавриляк, Ю. Б. Миронов. – Режим доступу : <http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html>
5. Баластрик Л. О. Проблеми удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством / Л. О. Баластрик, Л. В. Транченко // Теоретичні і прикладні питання економіки : зб.наук. праць. – 2005. – Вип. 7. – С. 188–195.
6. Козаченко Г. В. Організаційно-економічний механізм як інструмент управління підприємством / Г. В. Козаченко // Економіка. Менеджмент. Підприємство. – 2003. – № 11. – С. 35–40.
7. Савченко О. В. Сутність та складові організаційно-економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві [Електронний ресурс] / О. В. Савченко, В. П. Соловійов // Ефективна економіка. – 2013. – № 12. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>
8. Реверсивный (закупочный) факторинг – «ПОЛИТЕКС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.politeks.ru/factoring/reversefactoring](http://www.politeks.ru/factoring/reversefactoring)
9. Апарова О. В. Фінансово-економічна характеристика факторингу в Україні [Електронний ресурс] / О. В. Апарова, Ж. В. Кудрицька // Ефективна економіка. – Режим доступу : [www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)

*Надійшла до редколегії 09.10.15*