

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДРОГОБИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

На правах рукопису

Фаринович Ірина Володимирівна

УДК 339.178.3 : 061.5 (043.5)

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник –
к.е.н., доцент Кvasnій Л.Г.

Дрогобич – 2017

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	10
1.1. Наукові погляди щодо природи і змісту факторингу.....	10
1.2. Порівняльна характеристика факторингу та інших джерел фінансування оборотних коштів підприємств торгівлі.....	25
1.3. Формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств..... Висновки до розділу 1	38 57
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	60
2.1. Дослідження фінансового стану торговельних підприємств в Україні.....	60
2.2. Методичний інструментарій управління факторингом на торговельних підприємствах	77
2.3. Оцінювання економічної доцільності використання факторингу у діяльності підприємств сфери торгівлі в умовах кризи	99
Висновки до розділу 2	111
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	114
3.1. Інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств.....	114
3.2. Оптимізація факторингового портфеля торговельних підприємств.....	131
3.3. Ефективність економічного механізму управління факторингом на підприємствах сфери торгівлі..... Висновки до розділу 3	145 161
ВИСНОВКИ.....	163
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	166
ДОДАТКИ.....	184

ВСТУП

Актуальність теми. Загострення інфляційних процесів, зростання економічної нестабільності, збільшення неплатежів і недостатність оборотних коштів мотивує торговельні підприємства впроваджувати нові інструменти фінансування господарської діяльності, одним із яких є факторинг.

Досвід багатьох країн свідчить про те, що використання факторингу дає змогу не тільки нарощувати обсяги продажу, підвищувати ліквідність та рентабельність торговельних підприємств, але й позитивно впливає на економічний розвиток країни. За даними Міжнародної факторингової асоціації «Factors Chain International» обсяг світового факторингового обороту досягнув рекордного значення в 2016 році і склав 2,373 млрд. євро. Приріст обсягу факторингових послуг у світі за останнє десятиліття становив 134%, тоді як в Україні – 32%. Однак, євроінтеграційні прагнення України спонукають торговельні підприємства застосовувати факторинг як особливий інструмент підтримки бізнесу, що характерний для європейського фінансового ринку.

Унікальність цього інструменту полягає в тому, що він не лише виконує функції кредиту, але й вирішує цілий спектр завдань щодо підвищення ефективності управління дебіторською заборгованістю торговельних підприємств. Це вказує на необхідність формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств, що надає можливість уникнути негативних явищ у боргових відносинах між підприємствами торгівлі в майбутньому.

Дослідженню питань, які стосуються управління факторинговими операціями, присвячено праці багатьох вітчизняних вчених, зокрема: М. Алексеєнко, І. Бланка, Н. Білоус, І. Бучко, О. Вовчак, А. Герасимовича, Н. Демчук, Л. Кvasnій, Т. Ковальової, В. Коверди, Н. Левченко, О. Лепъохіна, В. Макарович, О. Пальчук, І. Парасій-Вергуненко, Є. Склепового, В. Смачило, О. Ступницького, Г. Шпаргало та зарубіжних науковців: М. Бікерса, Дж. Гілберта, Ф. Селінджа, М. Форман та ін. Серед учених, які займалися

вивченням питань управління факторингом торговельних підприємств, слід виділити таких фахівців, як: О. Белей, С. Белей, О. Гусєва, Н. Попович, Н. Стасюк та ін.

Незважаючи на велику кількість наукових напрацювань із питань факторингу, теоретико-методичні аспекти управління ним не можна вважати остаточно дослідженими, адже спостерігається відсутність єдиних поглядів у частині тлумачення понятійно-категоріального апарату за даною тематикою. Потребують удосконалення методичні підходи до управління факторингом. До того ж, формування та впровадження економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств в Україні сприятиме підвищенню ефективності використання ними оборотних коштів шляхом рефінансування дебіторської заборгованості. Необхідність вирішення вищевказаних питань у сучасних умовах господарювання обумовила актуальність обраної теми, визначила структуру дисертаційної роботи, її цільове спрямування, мету та завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт ДВНЗ «Запорізький національний університет» за темою «Кластерний підхід в управлінні складними соціально-економічними системами мезо- та мікрорівня» (номер держреєстрації 0112U006659, 2014 – 2016 pp.), в якій автором обґрунтовано доцільність використання факторингу в діяльності торговельних підприємств, що сприятиме підвищенню ефективності управлінських рішень зі зменшення неплатежів шляхом рефінансування дебіторської заборгованості.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних підходів та розробка науково-практичних рекомендацій щодо формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств. Для досягнення поставленої мети в дисертації передбачено вирішення таких завдань:

- узагальнити наукові погляди щодо економічного змісту факторингу;
- доповнити класифікацію факторингових операцій з урахуванням

організаційного та економічного підходів;

- уточнити трактування сутності поняття «економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств»;
- сформувати економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств;
- розробити методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу на торговельних підприємствах;
- запропонувати інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств;
- розвинути методичний підхід до ранжування дебіторів з використанням методу ABC-XYZ аналізу, що ґрунтується на правилі Парето, з метою визначення груп дебіторів, до яких можливо застосувати факторинг;
- обґрунтувати ефективність впровадження економічного механізму управління факторингом на торговельних підприємствах шляхом оптимізації їх факторингового портфелю.

Об'єктом дослідження є процеси формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні, організаційні та практичні аспекти формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, а саме: критичного аналізу, наукової абстракції та узагальнення наукового досвіду сучасних теоретичних досліджень (при визначені напрямів удосконалення понятійного апарату, вивчені теоретичних зasad та побудови процесу управління факторингом); структурного та динамічного аналізу (з метою дослідження фінансового стану торговельних підприємств); коефіцієнтний аналіз (при обґрунтуванні економічної доцільності факторингу в діяльності торговельних підприємств); ABC-XYZ аналіз (для ранжування дебіторів); метод диверсифікації (з метою формування факторингового портфелю торговельних

підприємств).

Інформаційну базу дослідження становлять нормативно-правові акти України, монографії, періодичні наукові видання, статистичні дані Державної служби статистики України та міжнародних факторингових асоціацій, звітність торговельних підприємств, а також результати власних досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в теоретико-методичному обґрунтуванні та вирішенні завдань, пов'язаних із формуванням економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств, зокрема:

удосконалено:

- економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств шляхом застосування інструмента рефінансування дебіторської заборгованості за участі третіх сторін, що сприятиме ефективному управлінню процесами залучення коштів з позицій прибуткового підходу;
- науково-методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств на основі визначення показників 4-ох груп: економічного зростання, швидкості обертання оборотних активів, витратовіддачі (витратомісткості), співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту, що уможливить оцінку ефективності застосування факторингових операцій та підвищить обґрутованість управлінських рішень;
- інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств, які складаються з п'яти блоків (аналіз платоспроможності дебіторів торговельного підприємства з метою переведення їх на факторингове обслуговування; аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання її реальної вартості; планування грошових потоків від факторингових операцій; оцінка реалізації факторингу; моніторинг та контроль погашення дебіторської заборгованості в процесі факторингового обслуговування), що дає змогу обґрутувати практичні рекомендації щодо підвищення рівня ефективності управління факторингом;

- методичний підхід до ранжування дебіторів з використанням методу ABC-XYZ аналізу, в основу якого покладено правило Парето, що дає можливість виокремити групи дебіторів, до яких можливо застосувати факторинг;
- науково-методичне забезпечення процесу управління факторингом шляхом оптимізації факторингового портфелю з використанням методики Cronbach&Gleser для розрахунку прибутку від факторингових операцій. Це дозволяє визначити збільшення прибутку від факторингових операцій залежно від кількості дебіторів у факторинговому портфелі при заданих обмеженнях доходності та кредитного ризику факторингу;

набули подальшого розвитку:

- ідентифікація економічного змісту поняття «факторинг» як фінансово-комісійної операції, за якої клієнт переуступає дебіторську заборгованість банку чи факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу та пришвидшення оборотності коштів у розрахунках, що супроводжується елементами кредитування, адміністрування, моніторингу, контролю дебіторської заборгованості, а також страхуванням ризиків за відповідну винагороду;
- класифікація факторингових операцій, яка, на відміну від існуючих, більш повно охоплює класифікаційні ознаки з точки зору організаційного та економічного підходів і враховує способи погашення боргових зобов'язань, нарахування відсотків за факторинговими операціями, що дає змогу оптимізувати витрати підприємств за цими операціями;
- трактування сутності поняття «економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств» як системи взаємопов'язаних методів, принципів, функцій та інструментів, спрямованих на досягнення ефективного управління факторингом на підприємствах торгівлі з метою зменшення неплатежів і збільшення прибутку, її успішне функціонування якої досягається через інформаційне забезпечення платоспроможності дебіторів та нормативно-правове регулювання факторингу.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що наукові розробки та пропозиції дисертаційної роботи доведено до рівня методичного забезпечення економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств в Україні. Пропозиції щодо формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств та методичний підхід щодо управління факторингом на основі оптимізації факторингового портфелю впроваджено в роботу Виконавчого комітету Дрогобицької міської ради (довідка № 3-34/1637 від 23.02.2016 р.).

Розроблену систему показників оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств та методичний підхід до управління факторингом затверджено у ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» (довідка № 29 від 25.12.2015 р.).

Запропоновані автором методичні підходи до оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності підприємств торгівлі, управління факторингом на основі оптимізації факторингового портфелю, а також положення щодо формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств знайшли практичне застосування в діяльності ТзОВ «Торговий Дім «Кімак» (акт № 17 від 17.11.2015 р.) та ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» (довідка про впровадження № 24 від 22.12.2015 р.)

Окремі положення дисертаційної роботи використано в навчальному процесі Навчально-наукового інституту підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка» при викладанні дисциплін: «Фінансовий менеджмент», «Гроші та кредит 2», «Фінанси підприємств» (довідка № 22-09-01 від 11.02.2016 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням. Наукові результати, які містяться в дисертації, отримано автором особисто та відображені в наукових публікаціях. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційній роботі використано лише ті ідеї та положення, які отримані автором самостійно.

Особистий внесок у наукові праці, опубліковані у співавторстві, конкретизовано у списку публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертаційної роботи доповідалися й одержали позитивну оцінку на таких конференціях: Міжвузівській науково-технічній конференції науково-педагогічних працівників (м. Львів, 2006 р.), II та V Міжвузівській науково-технічній конференції науково-педагогічних працівників «Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп’ютерних технологій в Україні» (м. Львів, 2007 р., 2010 р.), міжнародних конференціях: «Инновационные и информационные технологии в развитии бизнеса и образования» (м. Москва, 2012 р.), «Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп’ютерних технологій в Україні» (м. Львів, 2013 р., 2014 р.), «Наука та інновації як основні шляхи вирішення проблем модернізації економіки» (м. Одеса, 2015 р.).

Публікації. Наукові положення, висновки і результати дослідження викладено в 16 наукових працях загальним обсягом 5,78 друк. арк., з яких особисто автору належить 5,5 друк. арк., у т.ч: 1 колективна монографія (0,54 друк. арк., особисто автору належить 0,47 друк. арк.); 6 статей – у наукових фахових виданнях (3,29 друк. арк., особисто автора – 3,19 друк. арк.), у т.ч. 2 статті – у виданнях, які включено до міжнародних наукометрических баз даних; 1 стаття – у зарубіжному виданні (0,58 друк. арк., особисто автору належить 0,52 друк. арк.); 7 публікацій – у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій (0,8 друк. арк., особисто автора – 0,75 друк. арк.); 1 стаття – в іншому науковому виданні (0,57 друк. арк.).

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертаційної роботи становить 207 сторінок друкованого тексту (160 сторінок – основного), що містить 48 таблиць, 25 рисунків, список використаних джерел, який налічує 172 найменування на 18 сторінках та 7 додатків на 24 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Наукові погляди щодо природи і змісту факторингу

В сучасних умовах господарювання підприємства торгівлі зіштовхнулися з проблемою фінансування господарської діяльності, пов'язаною із девальвацією гривні, низькою платоспроможністю населення, що в свою чергу призвело до зменшення попиту на товари та збільшення дебіторської заборгованості. У зв'язку з тим, постало питання доцільноті використання нових механізмів управління господарською діяльністю підприємств, пов'язаних із їх фінансуванням. Одним із перспективних інструментів фінансування підприємств в сучасних умовах господарювання є факторинг.

Основна функція факторингових операцій в сучасних умовах полягає у зменшенні неплатежів, пришвидшенні товарообігу та покращенні фінансування господарської діяльності підприємств, що позитивно вплине на їх розвиток [59, с. 48].

Термін «факторинг» походить від англійського слова «посередник», «агент». Факторинг з'явився в XVII столітті у Великобританії, за часів активної торгівлі з англійськими колоніями. Як операція, факторинг почав розглядатися створеним в Англії Будинком факторів (Houseofactors). Враховуючи, що фінансові установи (Фактори) володіли достовірною інформацією про товарний ринок країн-колоній, їхні закони та звичаї, перед ними поставало завдання пошуку надійних покупців, а також збереження та збуту товарів [26].

Однак широкого застосування він набув у Північній Америці в другій половині XIX ст. з появою в США Закону «Про фактори» (1889 р.).

Факторингові послуги в більш сучасному розумінні були надані в 1947 р. американським банком «Ферст Нешнл Бенк оф Бостон», а згодом – в 50-ті роки

факторинг використовувався в діяльності «Бенк офф Америка». Офіційно факторингові послуги в США визнано в 1963 році [130, с. 37].

Перша міжнародна факторингова асоціація International Factors Group (IFG) була створена у 1960 році з метою об'єднання компаній-факторів із різних країн світу та надання їм технічних можливостей по здійсненню міжнародних факторингових операцій у всьому світі. Ще одна міжнародна факторингова асоціація – Factors Chain International (FCI), діяльність якої спрямована на розвиток міжнародної торгівлі за допомогою факторингу, була створена у 1968 році.

З метою стимулювання розвитку факторингу на території країн СНД і Східної Європи створена факторингова асоціація East European Factoring Association.

У Великій Британії перша факторингова компанія була відкрита в 1960 році, у Франції – факторинг запроваджено з 1965 року, а в Німеччині – у 1963 році створений Товариством загального кредитного страхування та DG-банком «ДГ Дисконт Банк», який має великий досвід проведення факторингових операцій та посідає провідне місце на європейському ринку [130, с. 38].

У 1988 р. Промбудбанк СРСР вперше запровадив факторинг у своїй діяльності. Порядок здійснення факторингових операцій регулювався інструкцією Держбанку СРСР від 12 грудня 1989 р. «Про порядок здійснення операцій по поступці постачальниками банкові права одержання платежу по платіжних вимогах за поставлені товари, виконані роботи і зроблені послуги» [124, с. 259].

Незважаючи на те, що в Україні факторингові послуги почали застосовуватися з 1992 року, коли НБУ прийняв Методичні рекомендації по наданню послуг підприємствам та організаціям через факторинг, на практиці ця послуга на фінансовому ринку почала використовуватись і динамічно розвиватись з 2001 року. На фінансовому ринку України, першим хто запровадив послуги факторингу, був Unit Credit Bank (АКБ «Укрсоцбанк»),

який на сьогоднішній день є членом міжнародної факторингової асоціації Factors Chain International.

Членом міжнародної факторингової асоціації Factors Chain International також є перша українська факторингова компанія «Арма факторинг».

Розвиток факторингових послуг в Україні обумовив різноманітність трактувань поняття «факторинг», як з точки зору нормативно-законодавчих актів, так і вітчизняних та зарубіжних вчених.

В Україні факторинг регулюється таким основними законодавчими актами як:

- ЗУ «Про банки та банківську діяльність»,
- ЗУ «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг»,
- Цивільним кодексом України,
- Господарським кодексом України,
- Конвенцією УНІДРУА про міжнародний факторинг.

Зокрема, в Законі України «Про банки та банківську діяльність» факторинг визначається, як «придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги, приймаючи на себе ризик виконання таких вимог та прийом платежів (факторинг)» [55].

Згідно Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг» факторинг є фінансовою послугою й надавати ці послуги може фінансова установа [56].

Відповідно до Цивільного кодексу України, статті 1077 «...за договором факторингу (фінансування під відступлення права грошової вимоги) одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату (у будь-який передбачений договором спосіб), а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника)» [160].

У Господарському кодексі України, статті 350 факторинг визначається наступним чином: «...банк має право укласти договір факторингу

(фінансування

під відступлення права грошової вимоги), за яким він передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони за плату, а друга сторона відступає або зобов'язується відступити банку своє право грошової вимоги до третьої особи» [36].

У Конвенції УНІДРУА про міжнародний факторинг відмічено, що операція вважається факторингом тоді, коли виконуються хоча б дві умови з чотирьох [75]:

- наявність кредитування у формі попередньої оплати боргових вимог;
- ведення бухгалтерського обліку постачальника;
- інкасація його заборгованості;
- страхування постачальника від кредитного ризику.

В нормативно-правових актах України досить стисло відображається зміст факторингу і зводиться до фінансування під відступлення права грошової вимоги. Таке трактування факторингу не відповідає Конвенції про міжнародний факторинг. Тобто, розуміння факторингу в Україні згідно законодавчих актів не розкриває глибокої сутності та функцій факторингу, що гальмує розвиток ринку факторингових послуг.

Дослідивши наукові джерела щодо сутності факторингу з погляду різних вчених, можна дійти висновку про неоднозначне та стисле бачення цього поняття і науковцями.

Зокрема, Бланк І.О. трактує факторинг як «...фінансову операцію, що полягає в поступці підприємством-продавцем права одержання коштів по платіжних документах за поставлену продукцію на користь банку або спеціалізованої компанії, що приймають на себе всі кредитні ризики по інкасації боргу. Факторингова операція сприяє скороченню періоду фінансового та операційного циклу» [8, с. 244].

Лисенко Ю.М. вважає що «...факторинг – фінансова операція, за якою одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження іншої сторони (клієнта) за плату, а клієнт поступається або

зобов'язується поступитися фактору своїм правом грошової вимоги до третьої особи (боржника)» [81, с.11].

Стоянова Е.С. характеризує факторингову операцію як «...діяльність спеціалізованої установи по стягненню коштів з боржників свого клієнта і керуванню його борговими вимогами» [132, с. 322].

Руденко Л.В. так розуміє факторинг: «...це комісійно-посередницька діяльність, пов'язана з поступкою банкові клієнтом-постачальником неоплачених платежів-вимог (рахунків-фактур) за поставлені товари, виконані роботи, послуги і, відповідно, права одержання платежу за ними, тобто з інкасуванням дебіторської заборгованості клієнта (одержанням коштів за платіжними документами)» [124, с. 258].

Басюк Т.П. дає наступне визначення факторингу: «... система фінансування, за умовами якої підприємство – постачальник продукції переуступає короткотривалі вимоги за торговельними операціями банківської установі (факторинговій компанії)» [5].

Гусаков М.П., Бєлова І.М., Стрєніна М.О. вважають факторинг як «...операцію, пов'язану з переуступкою банку (факторинговій компанії) клієнтом-постачальником неоплачених платежів (рахунків-фактур) за відвантажені товари, виконані роботи, надані послуги і відповідно – права отримання платежів по них» [41, с. 191]. О. Береславська пояснює факторинг як «метод кредитування експорту і розглядає як продаж права щодо вимоги торговельних боргів» [87, с. 137].

Коцковська Р. вважає, що «...факторинг – це придбання банком (чи фактор-фірмою) права вимоги щодо виплати за фінансовими зобов'язаннями, що виникли між контрагентами в процесі реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» [102, с. 257].

На думку Внукової Н.М., факторинг є комплексом фінансових послуг, які поєднують кредитну операцію та посередницько-комісійні послуги [21, с. 33].

Остафіль О. вважає, що суть факторингу полягає у «перевідступленні боргових прав підприємства іншому суб'єктovі, який гарантує платіж, звільнені

постачальника від необхідності брати додаткові кредити в банку» [104]. Васильєва Л.С. трактує факторинг як фінансовий інструмент, тобто продаж дебіторської заборгованості банку або факторинговій компанії [16, с. 348]. Зарубіжний вчений Бочаров В.В. також вважає, що «...факторинг – це продаж дебіторської заборгованості підприємства (зі скидкою) спеціальному агенту - фактору» [13, с. 162].

Партин Г.О. та Загородній А.Г. пояснюють факторинг як «...систему фінансування, за умовами якої банк (чи фактор-фірма) скуповує права вимоги щодо виплат за фінансовими зобов'язаннями, придбаними у різних осіб. Здебільшого банк купує дебіторські рахунки (рахунки-фактури) на поставлені товари чи надані послуги» [110, с. 189]. Згідно з факторинговою угодою, підприємство-постачальник поступається банкові-посереднику правом отримання платежів від покупців за поставлені товари.

Козик В.В. трактує факторинг наступним чином: «...це придбання банком або спеціалізованою факторинговою компанією права вимоги щодо виплат за фінансовими зобов'язаннями здебільшого у формі дебіторських рахунків за поставлені товари чи надані послуги» [70, с. 276].

Вовчак О.Д. та Шпаргало Г.Є. вважають, що факторинг – це «...комплекс послуг, що надаються клієнту спеціалізованою компанією (фактором) в обмін на уступку дебіторської заборгованості (обов'язковим є перехід права власності на дебіторську заборгованість)» [22].

Зарубіжні вчені такі як: М. Форман, Дж. Гіберт, Ф. Селінджер, М. Бікерс [170 – 172] розглядають факторинг як комплексну послугу, яка включає не тільки фінансування, але й адміністрування дебіторської заборгованості, страхування кредитних ризиків тощо. Таке трактування найбільш точно характеризує сутність факторингу.

Отже, різні підходи науковців до трактування сутності факторингу дають змогу умовно поділити їх на п'ять груп. (табл. 1.1).

Проаналізувавши різноманітні підходи до трактувань факторингу, можна стверджувати, що більшість вітчизняних вчених вважає, що факторинг – це

переуступлення банкові (фактор-фірмі) права одержання коштів за поставлену продукцію або придбання банком (фактор-фірмою) права грошової вимоги.

Таблиця 1.1

Підходи науковців до визначення сутності факторингу

№п/п	Підхід	Автори
1	фінансова операція, згідно якої підприємство-продавець поступається своїм правом одержання коштів по платіжних документах за поставлену продукцію	І. Бланк, Ю. Лисенко, Т. Басюк, М. Гусаков, І. Бєлова, М. Стрєніна, О. Остафіль
2	придбання банком права вимоги щодо виплат за фінансовими операціями	Р. Коцовська, Г. Паргин, А. Загородній, В. Козик, Е. Стоянова
3	комісійно-посередницька діяльність банку	Л. Руденко
4	продаж дебіторської заборгованості	Л. Васильєва, В. Бочаров
5	комплексна послуга, яка включає не тільки фінансування, але й адміністрування дебіторської заборгованості, страхування кредитних ризиків та ін.	М. Форман, Дж. Гіберт, Ф. Селіндже, М. Бікерс, О. Вовчак, Г. Шпаргало

* узагальнено автором на основі джерел [5; 8; 13; 16; 22; 41; 81; 70; 102; 104; 110; 124; 132; 170-172]

Інші науковці схильні вважати факторинг як продаж дебіторської заборгованості.

Враховуючи специфіку здійснення факторингових операцій, вважаємо не доцільно розглядати факторинг лише як продаж дебіторської заборгованості чи переуступку банкові грошової вимоги, оскільки факторинг характеризується комплексністю надання послуг. Тому, на нашу думку, найбільш точним є трактування сутності факторингу зарубіжними вченими, як комплексної послуги.

Аналіз наукових підходів до трактування сутності факторингових операцій, дав змогу сформувати авторське бачення сутності цього поняття.

Факторинг – це фінансово-комісійна операція, за якої клієнт переуступає дебіторську заборгованість банку чи факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу та пришвидшення оборотності коштів у розрахунках, що супроводжується елементами кредитування, адміністрування, моніторингу, контролю дебіторської заборгованості, а також страхуванням ризиків за відповідну винагороду. Таке трактування характеризує факторинг як комплексне поняття, що дає змогу не тільки фінансувати господарську діяльність підприємств торгівлі, а й можливість здійснення адміністрування, моніторингу, контролю дебіторської заборгованості та страхування ризиків торговельного підприємства за відповідну винагороду.

З огляду термінології факторингу, доцільно розглянути суб'єкти факторингових операцій. Суб'єктами факторингових операцій є підприємство-постачальник, банк (або факторингова компанія) та підприємство-покупець (рис. 1.1).

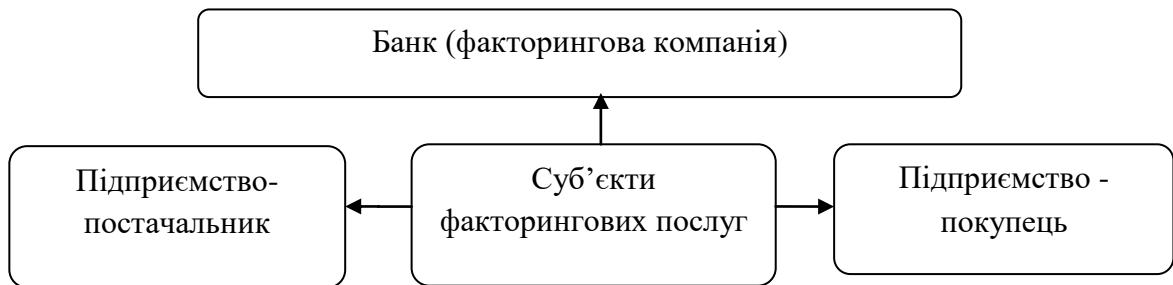


Рис. 1.1. Суб'єкти факторингових послуг при внутрішньому факторингу

Банк (факторингова компанія) – це фінансова установа, яка пропонує послуги факторингу тоді, як підприємство-постачальник являється клієнтом банку (факторингової компанії), а підприємство-покупець – дебітором підприємства постачальника.

Сутність факторингових операцій проявляється в їх функціях, що представлено на рис. 1.2.

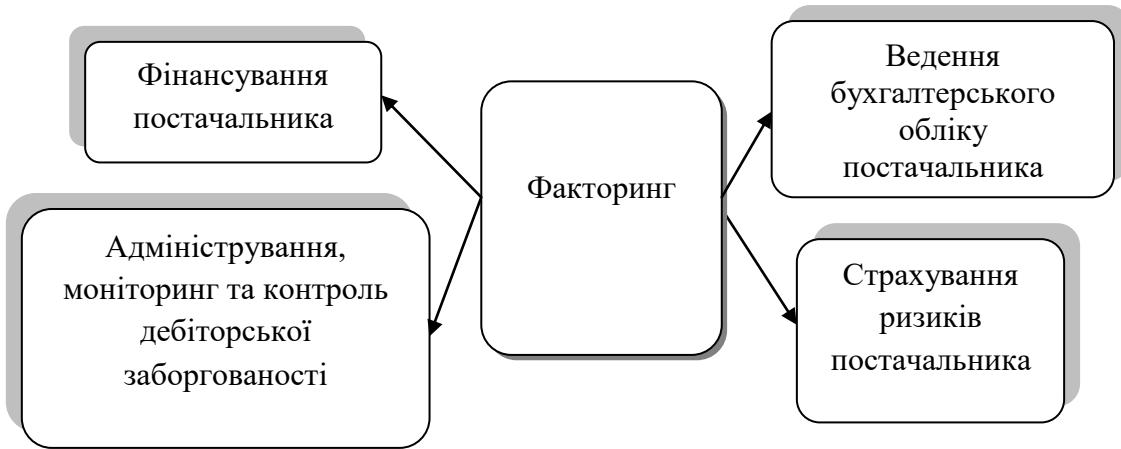


Рис. 1.2. Функції факторингу в процесі здійснення факторингового обслуговування

* узагальнено автором на основі джерел [73; 78; 126; 129]

Основна функція управління факторингом полягає у фінансуванні оборотних коштів суб'єктів господарювання. Перевагами факторингового фінансування для підприємств-постачальників є:

- фінансування надається на термін відтермінування платежу;
- використання факторингу не збільшує суму кредиторської заборгованості підприємства-постачальника, водночас впливає на зменшення обсягу дебіторської заборгованості;
- фінансування погашається з коштів, що надходять від дебіторів постачальника;
- фінансування супроводжується страхуванням ліквідного, кредитного ризику та інформаційним забезпеченням;
- використання факторингу не потребує забезпечення.

Застосування факторингу шляхом фінансування оборотних коштів впливає на пришвидшення оборотності оборотних коштів та покращення фінансових результатів.

Важливою функцією управління факторингом є адміністрування, моніторинг та контроль дебіторської заборгованості. Ця функція управління полягає у проведенні аналізу фінансово-господарської діяльності дебіторів та контролі за своєчасним надходженням коштів від дебіторів, нагадування

покупцям у випадку протермінування платежів, а також надання інформації фінансовій установі про стан дебіторської заборгованості, здійснені клієнтом поставки та платежі покупців. Основною метою цієї функції є покращення фінансового стану підприємства-постачальника товарів шляхом врегулювання розрахунково-платіжної дисципліни покупців, зменшення обсягу дебіторської заборгованості та термінів її погашення [126; 129].

Не менш важливою функцією є ведення обліку підприємства-постачальника (за умови погодження з ним) за відповідну винагороду.

Наступною функцією управління факторингом є страхування ризиків. Банк чи факторингова компанія при факторинговому обслуговуванні бере на себе такі види ризиків: кредитні (ризики неповернення коштів за реалізовані товари); ліквідні ризики, що характеризують несвоєчасну оплату за товари покупцями; процентні ризики (характеризуються змінами ринкової вартості ресурсів та валютні ризики, що пов'язані з коливанням валутного курсу в період відтермінування платежу) [60; 85].

Виходячи із вище перерахованих функцій, нами виділено основні завдання факторингу, які умовно можна поділити на маркетингові та фінансово-економічні (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Основні завдання факторингу

Завдання факторингу	
фінансово-економічні	маркетингові
1	2
<ul style="list-style-type: none"> – збільшення оборотності оборотних коштів і, як наслідок, зменшення потреби в них; – захист від втраченої вигоди; – отримання фінансування без застави; – поліпшення ліквідності балансу; – зменшення кредитного навантаження; – прогнозованість та стабільність грошових надходжень; – гарантія надходжень коштів від покупців у встановлений термін; 	<ul style="list-style-type: none"> – захист своєї частки на ринку та недопущення на нього конкурентів; – розвиток власного бізнесу (сегмент, ринок, галузь); – одержання конкурентних переваг; – виведення на ринок нових продуктів, торговельних марок; – збереження потенційного покупця; – поліпшення іміджу у свого постачальника завдяки регулярності та точності в розрахунках;

Продовження таблиці 1.2

1	2
<ul style="list-style-type: none"> – зменшення дефіциту оборотних коштів; – зменшення вартості оборотних коштів; – оптимізація оплати ПДВ 	<ul style="list-style-type: none"> – можливість забезпечення товаром свого покупця, незалежно від строку платежу (наприклад, якщо у покупця тимчасовий дефіцит оборотних коштів); – необхідність збільшення обсягів продаж; – необхідність зниження ризиків при продажах в кредит; – встановлення контролю над платіжною дисципліною дебіторів

* узагальнено автором на основі джерел [10; 22; 32; 35; 106; 126; 161]

Специфіка здійснення факторингових операцій обумовила появу різних їх класифікаційних ознак [92; 102; 108; 110; 115; 124]:

За місцем перебування суб'єктів факторингової операції або за місцем проведення:

- внутрішні – операції, які здійснюються в середині однієї країни;
- зовнішні або міжнародні, тобто операції, які здійснюються між двома країнами.

За місцем знаходження фактора (банку чи факторингової компанії):

- імпортні, коли імпорт-фактор виступає основним гарантом свого клієнта;
- експортні, коли експорт-фактор фінансує свого клієнта (експортера).

За ступенем охоплення фактором розрахунків за реалізовану продукцію:

- оплата всієї реалізованої продукції;
- оплата частини реалізованої продукції.

За способом повідомлення дебіторів:

- конвенційний факторинг (відкритий), за якого підприємство-постачальник повідомляє свого покупця про участь фактор-фірми;
- конфіденційний факторинг (закритий), за якого підприємство-постачальник не повідомляє свого дебітора про участь у факторинговому обслуговуванні.

За порядком оплати розрахункових документів підприємства:

- факторинг з попередньою оплатою, за якого оплату розрахункових документів здійснюють негайно (60-90%);
- факторинг без попередньої оплати, за якого оплату розрахункових документів банк чи факторингова компанія здійснює в день оплати покупцем.

Залежно від ініціатора підписання факторингового договору:

- класичний;
- реверсивний.

За формує взаємовідносин підприємства і банку чи факторингової компанії:

- факторинг із правом регресу, при якому у випадку несплати боргових зобов'язань покупцем банк чи факторингова компанія має право пред'явити розрахункові документи підприємству-постачальнику до сплати;
- факторинг без права регресу, при якому банк чи факторингова компанія бере на себе усі ризики підприємства-постачальника.

За повнотою надання послуг:

- повний факторинг, який охоплює весь спектр факторингових послуг;
- частковий, який виконує функцію фінансування поставок товарів.

За видом зобов'язань:

- прості операції;
- вексельні операції.

З позицій міжнародного факторингу Гусаков М.П., Бєлова І.М., Стрєніна М.О. виділяють такі його види: двофакторний факторинг, пряний експортний, пряний імпортний [41, с. 192].

При двофакторному факторингу беруть участь чотири сторони (суб'єкти): експортер; імпортер; експорт-фактор та імпорт-фактор. Переваги такого факторингу полягають в тому, що для компанії, яка обслуговує імпортера боргові зобов'язання є не зовнішні, а внутрішні. Недоліком цього виду факторингу є висока вартість внаслідок залучення великої кількості суб'єктів.

Прямий експортний факторинг включає три сторони (суб'єкти): імпортер; експортер та експорт-фактор. Ця модель застосовується, коли експортер співпрацює з різними країнами. При цьому експорт-фактор забезпечує ці відносини. Прямий імпортний факторинг включає також три сторони (суб'єкти): експортер, імпортер та імпорт-фактор. Цю модель факторингових відносин зручно використовувати, коли експортер співпрацює з однією країною. В такому випадку імпорт-фактор забезпечує гарантію платежу за свого клієнта.

Необхідність класифікації факторингових операцій обумовлена умовами факторингового обслуговування, а також удосконаленням методики ефективності фінансування оборотних коштів за допомогою факторингу.

Аналіз літературних джерел дав змогу систематизувати види факторингу за різними класифікаційними ознаками (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Погляди вчених щодо класифікації факторингових операцій

Автори Класифікаційні ознаки та види факторингу	Г. Паргин, А. Загородній	А. Поддєрьогін	Р. Коцковська	А. Мороз	Л. Руденко	М. Гусаков	О. Пальчук
1	2	3	4	5	6	7	8
За місцем перебування суб'єктів факторингової операції або за місцем проведення: - внутрішні; - зовнішні.	+	+	+	+		+	+
За місцем знаходження фактора**: - імпортний; - експортний.			+				
За ступенем охоплення фактором розрахунків за реалізовану продукцію: - оплата всієї реалізованої продукції; - оплата частини реалізованої продукції.	+	+		+			+
За способом повідомлення дебіторів: - конвенційний (відкритий); - конфіденційний (закритий).	+	+	+	+	+	+	+
За формою взаємовідносин підприємства і банку чи факторингової компанії: - факторинг із правом регресу; - факторинг без права регресу.	+	+	+	+		+	+

Продовження таблиці 1.3

1	2	3	4	5	6	7	8
Залежно від ініціатора підписання факторингового договору: - класичний; - реверсивний.							+
За повнотою надання послуг: - повний факторинг; - частковий.	+	+		+			+
За порядком оплати розрахункових документів підприємства: - факторинг з попередньою оплатою; - факторинг без попередньої оплати або на певну дату.	+	+	+	+			+
За видом зобов'язань: - прості; - вексельні.			+				

* узагальнено автором на основі джерел [92; 102; 108; 110; 115; 124]

** фактор – фінансова установа, яка має ліцензію на здійснення факторингових послуг

Не поширеним серед науковців є поділ факторингу за місцем знаходження фактора, залежно від ініціатора підписання факторингового договору та за видом зобов'язань.

Більшість авторів [92; 108; 110; 115; 124] не вбачають потреби поділяти факторинг на імпортний та експортний (за місцем знаходження фактора), оскільки ці види факторингу відображають специфіку здійснення внутрішнього та міжнародного факторингу. Аналіз видів факторингу, з точки зору різних авторів, дає змогу зробити висновок про різноманітність трактувань видів факторингу. Так, автори Мороз А.М., Паргин Г.О., Загородній А.Г. та Поддерьогін А.М. [92; 110; 115] розглядають конвенційний (відкритий) факторинг, за якого підприємство-постачальник повідомляє підприємству-покупцю про те, що право на одержання оплати переуступлено банкові або факторинговій компанії та конфіденційний (закритий) факторинг, за якого контрагентів постачальника не повідомляють про переуступку прав на одержання оплати банкові чи факторинговій компанії, тоді як Руденко Л.В. вважає, що конвенційний факторинг – це універсальна система фінансового обслуговування клієнтів, що включає бухгалтерський облік, розрахунки з постачальниками і покупцями, страхове кредитування, представництво, а

конфіденційний – обмежений факторинг і полягає тільки в поступці права на одержання грошей, оплати боргів [124].

Економічно обґрунтована класифікація факторингу є важливою передумовою ефективного факторингового обслуговування, оскільки позитивно впливатиме на управління факторингом торговельних підприємств та в кінцевому підсумку – на збільшення його фінансових результатів.

Класифікаційні ознаки та види факторингу з урахуванням організаційного та економічного підходів складено на основі джерел [92; 102; 108; 110; 115; 124] та доповнено автором (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Класифікаційні ознаки та види факторингу

№ п/п	Ознаки	Види
Організаційний підхід		
1.	За місцем перебування суб'єктів факторингової операції або за місцем проведення	Внутрішній; Зовнішній
2.	За місцем знаходження фактора	Імпортний; Експортний
3.	За способом повідомлення дебіторів	Конвенційний (відкритий); Конфіденційний (закритий)
4.	За формою взаємовідносин підприємства і банку чи факторингової компанії	Із правом регресу; Без права регресу
5.	За повнотою надання послуг	Повний; Частковий
6.	За видом зобов'язань	Простий; Вексельний
7.	Залежно від ініціатора підписання факторингового договору	Класичний; Реверсивний
Економічний підхід		
8.	За порядком оплати розрахункових документів підприємства	Факторинг з попередньою оплатою; Факторинг без попередньої оплати або на певну дату
9.	За ступенем охоплення фактором розрахунків за реалізовану продукцію	Оплата всієї реалізованої продукції; Оплата частини реалізованої продукції
10.	*За способом нарахування відсотків по факторингових операціях	Відсотки нараховуються від вартості відвантажених товарів зазначеної у видатковій накладній; Відсотки нараховуються від суми фінансування
11.	*За способом погашення боргових зобов'язань	Оплачується водночас в кінці терміну фінансування; Оплачується протягом терміну фінансування рівними частинами

складено на основі джерел [92; 102; 108; 110; 115; 124] та доповнено автором*

Класифікація факторингових операцій з точки зору організаційного підходу дає можливість систематизувати інформацію для прийняття та реалізації рішень щодо управління факторингом, тоді як економічний підхід дає змогу торговельним підприємствам оптимізувати витрати за цими операціями.

На думку автора, доцільно виділити ще дві класифікаційні ознаки факторингу з точки зору економічного підходу: спосіб нарахування відсотків за факторинговими операціями та спосіб погашення боргових зобов'язань.

За способом нарахування відсотків за факторинговими операціями розрізняємо факторинг, за яким відсотки нараховуються від вартості відвантажених товарів зазначененої у видатковій накладній та факторинг, за яким відсотки нараховуються від суми фінансування. За способом погашення боргових зобов'язань факторинг поділяємо на такий, що оплачується водночас в кінці терміну фінансування та на такий, що оплачується протягом терміну фінансування рівними частинами (наприклад – щомісяця).

Поділ видів факторингу за такими класифікаційними ознаками дасть змогу підприємствам приймати ефективні управлінські рішення, пов'язані з оптимізацією витрат за цими операціями.

1.2. Порівняльна характеристика факторингу та інших джерел фінансування оборотних коштів підприємств торгівлі

В нинішніх умовах невизначеності та ризику функціонування суб'єктів підприємницької діяльності важливим є забезпечення підприємства оборотними коштами. Безперервність процесу виробничої та комерційної діяльності потребує постійного інвестування коштів у елементи оборотних активів для здійснення розширеного відтворення. Відсутність чи надлишок коштів призводить до розбалансування руху матеріальних і фінансових ресурсів, недофінансування господарської діяльності та до фінансових проблем на підприємствах [142].

Ефективність використання оборотних коштів підвищує ліквідність підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність та рентабельність. І навпаки, неефективність використання цих коштів на підприємствах, внаслідок нераціонального використання виробничих засобів; часткової реалізації готової продукції; незбалансованості дебіторської заборгованості з кредиторською; невизначеності частки дебіторської заборгованості в оборотних активах (значна частка дебіторської заборгованості в оборотних активах призводить до ризику неповерненості грошових коштів від дебіторів); незбалансованості грошових коштів на рахунках в банку чи в касі підприємства (велика сума грошових коштів може знецінитись під час інфляції, а незначна сума коштів свідчить про низьку ліквідність та платоспроможність підприємства), в кінцевому результаті може привести до зменшення прибутку.

На сьогоднішній день проблема забезпечення підприємств оборотними коштами є першочерговою, враховуючи їх визначальну роль в процесі як виробничого, так і торгового циклів.

Для здійснення безперервного торговельного процесу підприємство повинно мати необхідну суму оборотних коштів. Надлишок чи нестача цих коштів може привести до їх знецінення внаслідок інфляційних процесів або до скорочення продажу і в результаті – до зменшення прибутку.

Для покращення роботи підприємства та збільшення економічного прибутку йому необхідно порівнювати фактичну наявність оборотних коштів з нормативом, що дає змогу визначити нестачу або надлишок власних оборотних коштів.

Так, основними причинами нестачі власних оборотних коштів підприємства можуть бути підвищення цін унаслідок інфляційних процесів, неефективне їх використання; несвоєчасне фінансування приросту нормативу оборотних коштів; наявність дебіторської заборгованості тощо. Надлишок власних обігових коштів може виникнути внаслідок перевиконання плану прибутку, безоплатного надходження (отримання) товарно-матеріальних

цінностей від інших суб'єктів господарювання, не цільового використання прибутку підприємства, передбаченого фінансовим планом тощо [34, с.112].

Проте, найгострішою проблемою нестачі оборотних коштів в сучасних умовах господарювання є несвоєчасне надходження коштів від дебіторів за відвантажену продукцію, тобто утворення на підприємстві дебіторської заборгованості, що призводить до іммобілізації власного капіталу, а збільшення її частки в оборотних активах може впливати на зменшення ліквідності та платоспроможності. Така ситуація характерна для нинішнього стану вітчизняної економіки з її перманентними неплатежами.

Найбільш відомим інструментом інкасації дебіторської заборгованості є надання знижок за негайну оплату товарів. Застосування механізму знижок можливе за умови дотримання розрахунково-платіжної дисципліни дебіторами торговельних підприємств з урахуванням як термінів, так і сум погашення дебіторської заборгованості [12].

Нетрадиційним для національних підприємств, хоча і перспективним, вважаємо такий інструмент рефінансування дебіторської заборгованості як факторинг.

Без використання факторингу дебіторська заборгованість потребує додаткових джерел фінансування, оскільки ця заборгованість певний період знаходиться на балансі підприємства-постачальника. При використанні факторингу підприємство може отримати фінансування в межах 70 – 90 % від суми дебіторської заборгованості, негайно закупити нові товари і знову відвантаживши їх, переуступити фактору нову дебіторську заборгованість та заново зробити закупку товарів [2].

Факторингові послуги поширені в усіх розвинутих країнах світу. Розвиток факторингу зумовлений прагненням підприємств до пришвидшення обігу коштів у розрахунках, зменшення вартості дебіторської заборгованості у часовому лазі та скорочення обсягу неплатежів.

Отже, визначення джерел фінансування оборотних коштів є важливим завданням кожного підприємства. Традиційно виділяють власні та залучені джерела фінансування оборотних коштів підприємств.

Джерела фінансування оборотних коштів торговельних підприємств відображені на рис.1.3 [142].



Рис.1.3. Джерела фінансування оборотних коштів торговельних підприємств

Джерелами фінансування оборотних коштів виділено не тільки власні (зареєстрований (пайовий капітал), частина прибутку) та залучені кошти, а запропоновано використовувати факторинг як альтернативний інструмент фінансування оборотних коштів.

Факторинг вирішує проблему, притаманну вітчизняній економіці, поповнення оборотних коштів підприємства для забезпечення безперервного процесу відтворення.

Враховуючи, що власні фінансові ресурси підприємства є обмеженими, кредиторська заборгованість характеризується невеликим терміном

фінансування, в такому випадку підприємства часто звертаються до різних видів короткострокових кредитів банків та факторингу.

На думку автора, доцільно здійснити порівняльний аналіз джерел фінансування оборотних коштів підприємств торгової галузі, виявити їх основні переваги та недоліки (табл. 1.5) [73; 77; 165].

Таблиця 1.5

**Переваги та недоліки джерел фінансування
оборотних коштів підприємств торгової галузі**

Джерела фінансування Критерії порівняння	Власні	Залучені			Альтернативні
	Власні кошти	Банківський кредит	Овердрафт	Кредитна лінія	Факторинг
Доступність	так	ні	так	ні	так
Наявність забезпечення	ні	так	ні	так	ні
Необхідність повернення	ні	так	так	так	ні
Обмежений строк використання	ні	так	так	так	ні
Обмеження суми	так	так	так	так	ні
Документальне оформлення	ні	так	ні	ні	ні
Оперативність в залученні	так	ні	так	так	так
Страхування ризиків	ні	ні	ні	ні	так

*складено автором на основі джерел [22; 73; 77; 165]

Провівши аналіз джерел фінансування оборотних коштів підприємств за різними критеріями, дійшли висновку, що найбільш вигідними є власні джерела та факторинг, оскільки вони є найбільш доступними, не мають забезпечення та мають відсутні обмеження в сумі фінансування.

Проте факторинг, порівняно із власними джерелами фінансування, має ще одну перевагу – страхування ризиків.

Враховуючи, що факторинг часто ототожнюють із банківським кредитом, доцільно здійснити їх порівняльну характеристику і виявити відмінності. З огляду на проведений аналіз літературних джерел досліджено, що науковці в своїх працях часто надають порівняльну характеристику факторингу, банківському кредиту та овердрафту. Проте, на думку автора, необхідно здійснити порівняльну характеристику факторингу із кредитною лінією, оскільки ці банківські продукти є також затребуваними підприємствами з метою фінансування оборотних коштів.

Порівняльну характеристику факторингу, банківського кредиту, овердрафту та кредитної лінії пропонується здійснювати за критеріями, відображенными в табл.1.6 [39; 73; 77; 105; 112; 164].

Таблиця 1.6

Порівняльна характеристика факторингу з іншими джерелами фінансування оборотних коштів торговельних підприємств

Джерела фінансування Критерії порівняння	Залучені			Альтернативні
	Банківський кредит (на термін)	Кредитна лінія	Овердрафт	
1	2	3	4	5
Термін фінансування	фіксований термін обумовлений в угоді	протягом обумовленого періоду	як правило від 30 до 90 днів	до 180 днів
Термін отримання коштів	в термін обумовлений кредитним договором	Відповідно до відкриття кредитної лінії (після погашення кредиту)	Надання кредиту здійснюється в межах затвердженого ліміту овердрафтного кредитування	протягом 1-3-ох днів після відвантаження товару
Термін погашення коштів	в термін обумовлений кредитним договором	в терміни обумовлені кредитним договором	Усі надходження автоматично списуються на погашення овердрафту та відсотків	в день оплати дебітором товару
Обсяг фінансування	обумовлений кредитним договором	Обмежений (ліміт фінансування)	залежить від обороту клієнта	необмежений

Продовження таблиці 1.6

1	2	3	4	5
Джерела погашення	погашається позичальником			погашається дебітором
Наявність забезпечення	із забезпеченням	Забезпечення (сума депозитного залишку)	із забезпеченням	без забезпечення
Наявність та види ризиків	фінансовий ризик			ризик неплатежу
Банківське обслуговування	Вимагається на перехід до банку на розрахунково-касове обслуговування			не вимагається на перехід до банку на розрахунково - касове обслуговування
Документальне оформлення	наявність великої кількості документів	Одноразове оформлення пакету документів		Фінансування здійснюється за надання рахунка-фактури
Можливість отримання додаткових послуг	Крім кредитування, інші послуги не надаються			Додаткові послуги: управління ДЗ, ведення бухг. обліку клієнта, страхування ризиків
Можливість отримання нового фінансування	Погашення кредиту не гарантує отримання нового	Отримання нового кредиту можливе протягом терміну укладеної угоди		Фінансування продовжується безстроково
Призначення фінансування	для покриття касових розривів	Недостатня кількість коштів фінансування оборотних коштів		для збільшення обсягів продаж та розширення виробництва

* складено автором на основі джерел [39; 73; 77; 105; 112; 164]

Здійснюючи порівняльну характеристику банківських продуктів та факторингу, нами зроблено висновок, що факторинг є дійсно альтернативним джерелом фінансування оборотних коштів підприємств, який не потребує забезпечення та супроводжується додатковими послугами (див. табл. 1.5; 1.6).

На сучасному етапі основними джерелами фінансування оборотних коштів є короткострокові банківські кредити, тому доцільним є розглянути економічні переваги факторингу перед короткостроковим банківським кредитом [127, с. 45]: плата за факторингове фінансування становить в межах 25 – 35%, а по банківському кредиту: 25 – 38%; забезпечення при факторингу не

оформляється, а при банківському кредиту оформляється нотаріально і становить 0,1% від вартості заставного майна; при факторингу експертна оцінка відсутня, а при банківському кредиту становить від 200 грн. до 3000 грн.; страхування майна при використанні факторингу відсутнє, а при банківському кредиту становить 1% – 5% вартості застави; при факторингу відсутня комісія за оформлення документів та видачу фінансування, а при банківському кредиту така комісія може становити від 50 грн. до 1000 грн.

Таким чином, можна виділити основні економічні переваги факторингу як джерела фінансування оборотних коштів підприємств торгівлі:

- скорочення дебіторської заборгованості та перетворення її в реальні гроші;
- незалежність від термінів платежу зі сторони дебіторів;
- зменшення фінансових ризиків неплатежу;
- збільшення ліквідності, рентабельності та прибутків підприємства.

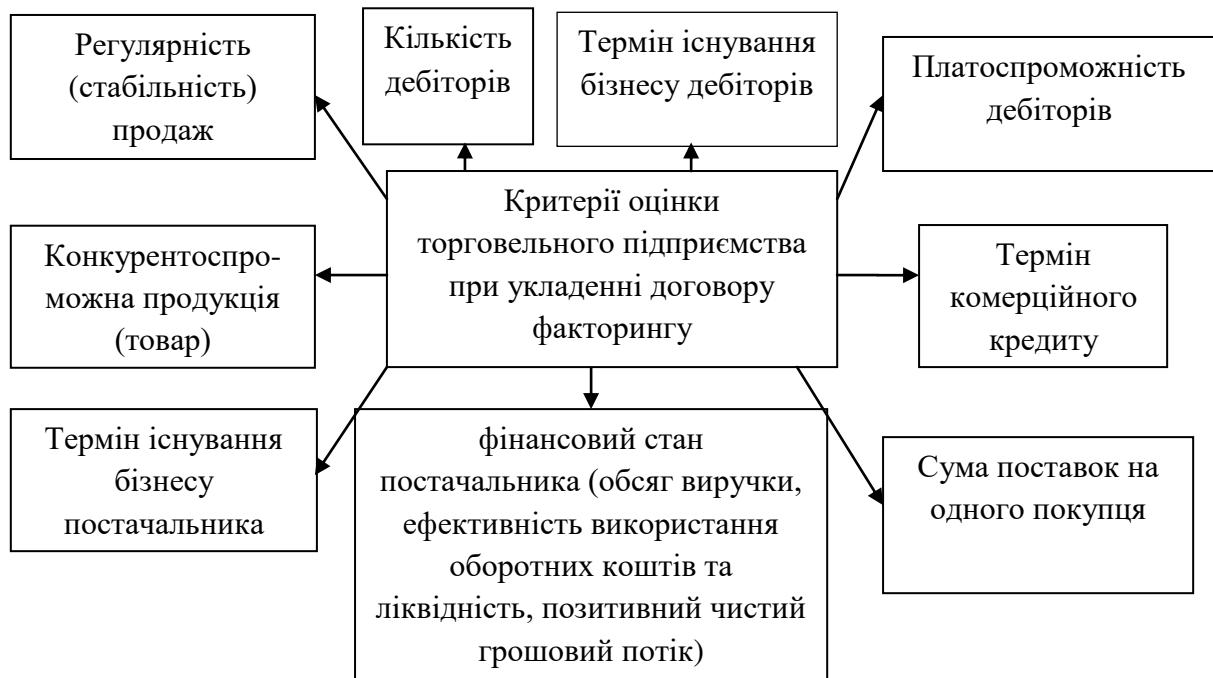
Незважаючи на основні переваги факторингу як ефективного джерела фінансування оборотних коштів підприємств сфери торгівлі, в Україні цей вид послуг не є поширеним.

На зменшення попиту використання факторингу як ефективного інструменту фінансування оборотних коштів в діяльності торговельних підприємств впливають жорсткі вимоги банку чи факторингової компанії до клієнтів, які мають бажання обслуговуватися за договором факторингу, а саме: [39; 49; 107]

- необхідність здійснення регулярних поставок товарів;
- обов'язковість постачання ліквідних товарів, які користуються попитом на ринку;
- дебіторська заборгованість клієнта повинна бути диверсифікованою;
- надходження грошових коштів на поточні рахунки повинні бути регулярні;
- наявність стабільного фінансового стану клієнта;
- співпрацювати з дебіторами не менше 3-х місяців;

- передбачена мінімальна сума поставок на одного покупця;
- позитивна кредитна історія дебіторів;
- регулярні закупки товарів дебіторами у постачальника.

Враховуючи це, нами виділено виділити основні критерії, які характеризують вимоги банку (факторингової компанії) до підприємств торгівлі (клієнта) та оцінки його фінансового стану (рис.1.4).



**Рис. 1.4. Критерії оцінки торговельного підприємства
при укладенні договору факторингу**

* узагальнено та сформовано на основі джерел [39; 49; 107]

Необхідно врахувати той факт, що факторингові операції не проводяться за борговими зобов'язаннями приватних осіб; за вимогами бюджетних установ, організацій; за зобов'язаннями держорганів; за зобов'язаннями філій або відділень держорганів; за довгостроковими договорами поставок, а також за простроченою дебіторською заборгованістю.

Основними клієнтами, що користуються послугами факторингу в Україні, є виробники продовольчих товарів [72] з коротким циклом виробництва (кондитерські підприємства, виробництво снеків, пива й води), підприємства поліграфії, фармацевтичні, сфери послуг (туристичні, рекламні, транспортні,

інтернет-бізнесу, мобільного зв'язку і телекомунікацій), підприємства оптової торгівлі (як продовольчими, так і непродовольчими групами товарів) та інші, тобто це ті підприємства, в яких постійно є потреба в оборотних коштах [3].

З допомогою факторингу підприємства можуть збільшити свій оборот в два або більше рази. Прискорення оборотності оборотних коштів дає можливість підприємству збільшувати дохід таким чином, щоб він перевищував розмір витрат за факторинговим фінансуванням.

Отже, впливаючи на прискорення оборотності оборотних коштів підприємств, факторинг підвищує їх ліквідність, платоспроможність, фінансову стійкість та конкурентоспроможність.

Факторинг виступає ефективним інструментом рефінансування дебіторської заборгованості, та його використання має ряд переваг, як для підприємств-постачальників, підприємств-покупців, так і для фінансової установи, яка надає послуги факторингу [10; 11; 17] (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Переваги факторингу для суб'єктів факторингової угоди

Переваги факторингу для суб'єктів факторингової угоди		
Постачальник (торговельне підприємство)	Покупець (дебітор торговельного підприємства)	Фактор (фіністанова, яка надає послуги факторингу)
Прискорення обігу оборотних коштів; Збільшення кількості покупців; Забезпечення конкурентоспроможності; Поліпшення показників балансу та фінансового стану; Збільшення обсягу продаж	Отримання товарного кредиту; Зміцнення ринкових позицій; Розширення купівельних операцій	Збільшення доходів; Розширення сфери послуг, диверсифікація; Зростання клієнтської бази; Диверсифікація кредитного ризику

* складено автором на основі джерел [10; 11; 17]

Незважаючи на переваги факторингу, можна виокремити основний недолік цієї послуги для підприємств торговельної галузі – вища вартість порівняно із банківським кредитом.

Вартість факторингових послуг складається з двох частин: [14]

- плата за фінансування;
- комісії (плата за обслуговування).

Плата за факторингове обслуговування стягується за звільнення від необхідності вести облік, за страхування від появи боргів та надання інших суміжних послуг, пов'язаних з обслуговуванням дебіторської заборгованості й обчислюється як відсоток від суми рахунків-фактур. У середньому на вітчизняному ринку розмір плати за обслуговування встановилася в межах 1% – 3% від вартості рахунків-фактур, проте відсоток може бути більшим за домовленістю сторін та з урахуванням надання додаткових послуг і гарантій.

З метою покриття витрат на факторингове обслуговування торговельні підприємства можуть встановлювати націнку за продаж товару з відтермінуванням платежу, яка може бути більшою ніж витрати, які потрібно оплатити у вигляді комісійних при застосуванні факторингу.

Крім того, якщо в товарі є валютна складова, то, встановлюючи ціну у гривнях, підприємства торгівлі змушені підстрахуватися на випадок різкої зміни курсу долара чи євро і тим самим покриють витрати при використанні факторингових операцій.

Також, для зменшення витрат по обслуговуванню факторингових операцій, підприємства торгівельної галузі можуть не використовувати додаткові послуги, які пропонуються при використанні факторингу.

З огляду на вищесказане, можна стверджувати, що факторинг як ефективний інструмент фінансування оборотних коштів дає змогу підприємству: [11; 40; 105]

- мінімізувати дебіторську заборгованість;
- підтримувати весь асортимент товарів в тій кількості, яка необхідна для задоволення попиту покупців;
- пропонувати своїм дебіторам конкурентні умови купівлі товарів, що дає можливість розширити клієнтську базу;

- розширювати ринки збуту та можливість розвивати інфраструктуру підприємницької діяльності за рахунок коштів, отриманих шляхом зменшення касових розривів;
- збільшити оборотність оборотних активів та оптимізувати їх структуру;
- підвищити фінансову стійкість, ліквідність та рентабельність;
- збільшити доходи шляхом пришвидшення обсягу продаж;
- економити грошові кошти за рахунок можливості купівлі матеріалу у постачальників за більш вигідною ціною внаслідок можливості скорочення терміну оплати;
- зменшити фінансові, кредитні, інфляційні та валютні ризики;
- покращити фінансове планування;
- вирішити проблему дефіциту оборотних коштів;
- збільшити прибутки.

На основі викладеного матеріалу автором запропоновано схему ефективності застосування факторингу в управлінні оборотними коштами торговельних підприємств (рис. 1.5).

Управління оборотними коштами торговельних підприємств шляхом застосування факторингу полягає в ефективності формування та використання цих коштів і досягається шляхом прискорення оборотності оборотних коштів та збільшенні їх рентабельності [152].

Пришвидшення оборотів оборотних коштів та збільшення їх рентабельності з використанням факторингових операцій можна досягнути:

- за рахунок безперервного торговельного процесу (оскільки використання факторингових операцій дає змогу підприємству отримати грошові кошти одразу після відвантаження продукції);
- за рахунок збільшення клієнтської бази (внаслідок надання конкурентних термінів відтермінування платежу своїм клієнтам);
- за рахунок розширення асортименту продукції (шляхом збільшення клієнтської бази);

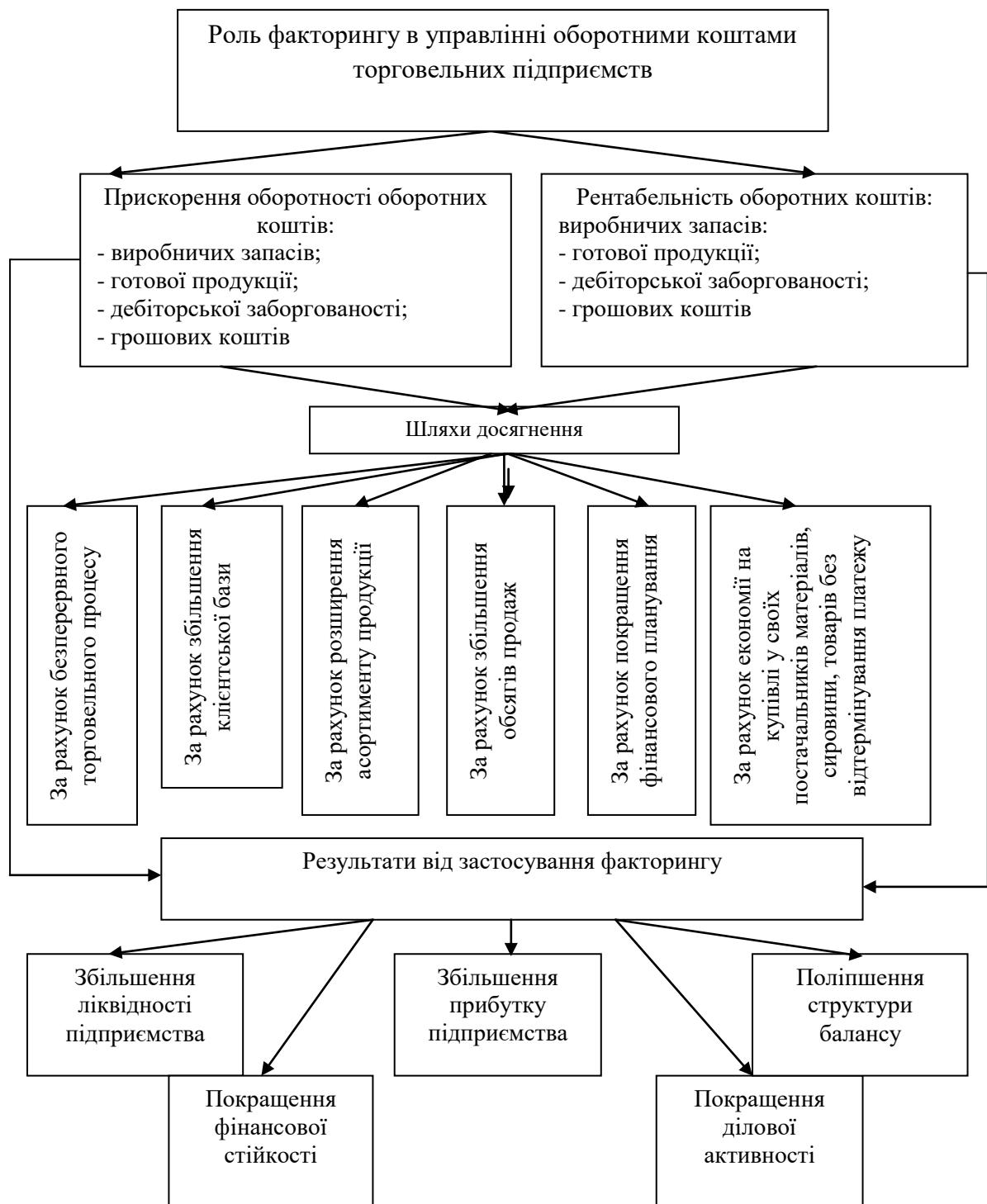


Рис. 1.5. Роль факторингу в управлінні оборотними коштами торговельних підприємств

* розроблено автором

- за рахунок збільшення обсягів продаж (шляхом збільшення клієнтської бази);

- за рахунок покращення фінансового планування (оскільки використання факторингових операцій дає змогу підприємству чітко планувати свої надходження від реалізації продукції);
- за рахунок економії на купівлі у своїх постачальників матеріалів, сировини, товарів без відтермінування платежу.

Отже, виходячи з вище викладеного, можна стверджувати, що застосування факторингових операцій в управлінні оборотними коштами впливатиме на збільшення ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності, поліпшення структури балансу та збільшення прибутку торговельних підприємств.

1.3. Формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств

Дослідження механізму управління факторингом є фундаментальним завданням із врахуванням визначальної його ролі в економічному розвитку підприємств.

Механізм управління факторингом відрізняється у різних країнах, оскільки його формування залежить від таких чинників, як економічний розвиток країни, платіжна дисципліна покупців, розвиток малого та середнього бізнесу, необхідність спеціальних дозволів та ліцензій, а також розвиток ринку факторингових послуг з позицій сформованих європейської та американської моделей [108].

Європейська модель ринку факторингових послуг представлена факторинговими компаніями, які мають банківське походження, тоді як американська модель – факторинговими компаніями без участі банківських установ [133, с. 21].

Україна пішла шляхом європейської моделі, оскільки першими, хто запропонував послуги факторингу, були банки, а вже згодом з'явились

факторингові компанії. Однак, світова фінансова криза II половини 2008 – 2009 рр. змінила орієнтири розвитку ринку факторингових послуг з боку Факторів. Після подолання світової фінансової кризи на фінансовий ринок вийшли факторингові компанії, тоді як банки призупинили свою діяльність з надання факторингових операцій.

Це обумовлено тим, що банки втратили велику кількість коштів через масові невиплати по факторингу, оскільки ця послуга є беззаставною.

В свою чергу факторингові компанії, які розпочали свою діяльність після світової фінансової кризи, активно почали пропонувати факторинг як основний бізнес своєї діяльності, оскільки не мали значних обсягів проблемної заборгованості

Основними споживачами факторингових послуг в Україні є середній та малий бізнес, який найбільше потребує поповнення оборотних коштів [95].

В залежності від виду фінансових установ, які пропонують факторингові послуги на фінансовому ринку і формується механізм управління факторинговими операціями. Можна виділити чотири групи фінансових установ, які пропонують факторингові послуги: банки; факторингові компанії; факторингові монобанки; незалежні факторингові підрозділи в структурі банку (рис. 1.6): [4]

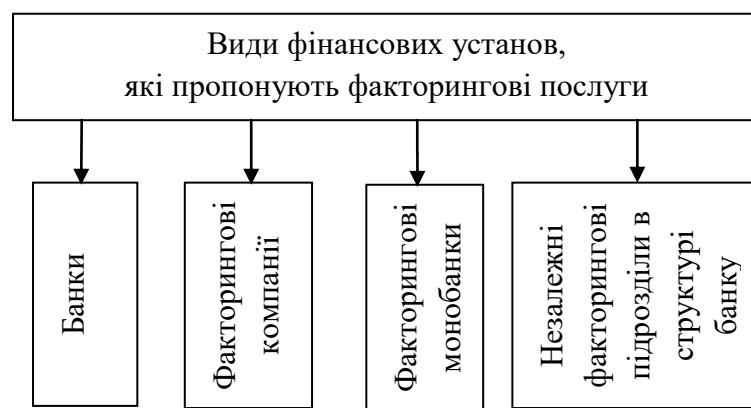


Рис.1.6. Види фінансових установ, які пропонують факторингові послуги

* сформовано автором на основі джерела [4]

Факторинговими операціями в банку займаються окремі підрозділи, які є складовою частиною кредитного управління, внаслідок того процес прийняття рішення про умови факторингового обслуговування подібний до процесу прийняття рішення про видачу кредиту, особливо це стосується оцінки та управління ризиками. Здебільшого банки при здійсненні факторингових операцій використовують одну їх функцію – фінансування, ігноруючи при цьому всі інші [4].

Для факторингових компаній, які представляють другу групу учасників факторингового ринку, цей вид діяльності є профільним. Такі факторингові компанії створюються банківськими або фінансово-промисловими групами. В даному випадку механізм управління факторингом розробляється факторинговими компаніями, які враховують умови ведення бізнесу суб'єктів господарювання та вид факторингу який використовується [4].

Факторингові монобанки представляють третю групу фінансових установ. Це вузькоспеціалізовані банки, для яких факторинговий бізнес є основним видом діяльності, внаслідок чого вони надають своїм клієнтам широкий спектр факторингових послуг. Основним недоліком для клієнтів цього виду фінансових установ є висока ціна послуг, що обумовлено істотними витратами на персонал та створення великих резервів по виданих позиках. Прикладом, де функціонують факторингові монобанки, є Німеччина та Австрія [4].

До четвертої групи фінансових установ відносять незалежні факторингові підрозділи в комерційних банках. За такою схемою працюють майже всі лідери факторингового бізнесу. Виділення факторингу в окремий напрямок бізнесу, як правило, свідчить про те, що керівництво банку високо оцінює перспективність розвитку цього продукту, віддає йому необхідний пріоритет, а також готовий інвестувати в його розвиток фінансові ресурси і час, з метою отримання високотехнологічного продукту. Варто зазначити, що ведення факторингового бізнесу в рамках окремої компанії є поширеним у світовій практиці [4].

Як зазначалося вище, на формування механізму управління факторингом впливає економічний розвиток тієї чи іншої країни. Тому вважаємо за

необхідним дослідити умови розвитку ринку факторингових послуг у світі з метою порівняння його розвитку в Україні. Обсяг факторингового обороту в Україні та світі за період 01.01.2006 – 01.01.2016 pp. відображенено на рис. 1.7.



Рис. 1.7 Обсяг факторингового обороту в Україні та світі за період 01.01.2006 – 01.01.2016 pp., млрд. євро

* побудовано автором на основі джерела Factors Chain International (FCI) [169]

Дослідження розвитку факторингу в світі відображає його стійкі позиції на фінансовому ринку. Незважаючи на світову фінансову кризу 2008 – 2009 pp., яка охопила усі сфери економіки, в тому числі і ринок факторингових послуг, в більшості країн світу вже відновилися загальні обороти факторингового обслуговування та стали більшими, ніж в часи до кризової ситуації (див. рис. 1.7).

Отже, світовий обсяг факторингового обороту протягом 01.01.2006 – 01.01.2016 pp. відобразив стійкі тенденції до зростання. Протягом 01.01.2006 – 01.01.2016 pp. світовий обсяг факторингових операцій зріс з 1,016 млрд. євро до 2,373 млрд. євро. Незначне зменшення обсягу факторингового обороту спостерігалося в 2009 році порівняно з 2008 роком. Зменшення обсягу факторингового обороту відбулося під впливом світової фінансової кризи.

Однак, наступні роки характеризуються зростанням обсягу факторингового обороту, який досягнув 2,373 млрд. євро в 2015 році, що в 2 рази більше за обсяг факторингових операцій 2008 року. Отже, за даними FCI, можна стверджувати про популярність та розвиток світового ринку факторингових послуг та затребуваність цієї послуги з боку суб'єктів господарювання.

Основними гравцями світового ринку факторингових послуг є Європа, частка якої займає 62% світового ринку, друге місце (26%) займає Азія, яка динамічно завойовує стійкі позиції на цьому ринку протягом останніх років. Частка Америки по обсягу наданих факторингових послуг становить 9%. Незначні позиції займають Африка (1%) та Австралія (2%) [169].

Серед країн Європи, де обсяг факторингових операцій є найбільшим, можна виділити Великобританію, Францію, Німеччину, Італію, Іспанію. Трійку лідерів по факторингових оборотах серед країн Азії складають Китай, Японія та Тайвань. Останніми роками в Китаї ринок факторингових послуг стрімко розвивається, і в 2015 році порівняно з 2008 роком обсяг факторингового обороту зріс на 639%, що пов'язано із високими темпами розвитку міжнародної торгівлі. В Америці великий обсяг факторингових операцій спостерігається в США, Бразилії, Чилі та Мексиці; в Африці – у Південно-Африканській Республіці та Марокко [169].

Останнім часом ринок факторингу завойовує стійкі позиції серед таких європейських країн, як Мальта, Польща, Португалія, Румунія, Росія, Сербія, Туреччина.

Статистичні дані FCI [169] показують, що частка внутрішнього факторингу в світі є значно більшою і становить 79%, тоді як частка міжнародного факторингу складає 21%. В структурі міжнародного факторингу лідирує експортний факторинг, обсяги якого перевищують імпортний майже в 6 разів. Співвідношення експортного та імпортного факторингу на 01.01.15 р. відповідно становило 85% та 15%. [169].

В Україні ринок факторингових послуг найбільше потерпів у часи економічної та політичної нестабільноті 2013 року, проте поступово відновлює свої позиції, про що свідчать дані FCI .

Обсяги факторингового обороту в Україні були найбільшими в 2008 р., 2013 р. та 2015 р. (див. рис. 1.7). В 2009 р. порівняно із 2008 р. факторинговий оборот зменшився майже в 2,5 рази і склав 0,53 млрд. євро. Однак, починаючи з 2010 р. ринок факторингу в Україні відновлював свої позиції після подолання фінансової кризи, і в 2012 р. по обсягах факторингових послуг перевищив докризовий 2007 р. В 2013 р. ринок факторингових послуг в Україні відобразив найнижчий показник по обсягу факторингового обороту протягом аналізованого періоду. На зменшення обсягу факторингових операцій вплинуло зниження темпів економічного розвитку країни, суттєві інфляційні процеси, девальвація гривні, нестабільне політичне середовище та ведення бойових дій на Сході України. Проте, 2014 р. характеризується зростанням його обсягу порівняно із 2013 р. у 8 разів, і за обсягами наданих факторингових послуг майже досягнув докризовий 2012 рік. Зниження обороту факторингових послуг в Україні в 2015 році пов'язано із кризою неплатежів, а також зменшенням кількості банків на фінансового ринку та згортанням бізнесу торговельних підприємств. Отже, дослідивши розвиток ринку факторингових послуг в Україні, можна стверджувати, що найближчим часом відбудеться скорочення факторингового обороту, що пов'язане із високою вартістю цих операцій, високими кредитними ризиками та зниженням торговельного обороту.

Незважаючи на вище сказане, зацікавленість до проведення факторингових операцій зростає, про що свідчить збільшення кількості компаній, які мають право надавати послуги факторингу, з 29 фінансових компаній (станом на 01.01.2007 р.) до 457 фінансових компаній (станом на 01.01.2016 р.). Хоча, за даними FCI [169] кількість фінансових компаній, які реально займалися наданням цих послуг в 2015 р. нараховується не більше 25.

Досліднюючи питання механізму управління факторингом, доцільним є розглянути основних споживачів, які користуються цими послугами в Україні

та світі, з метою виявлення затребуваності цієї послуги серед суб'єктів господарювання.

За статистичними даними станом на 01.01.2015 року серед укладених договорів факторингу за галузями, найменшу питому вагу займало будівництво (0,3%) та харчова промисловість (0,6%), дещо більшу частку займала сфера послуг (6,4%), її частка порівняно із 2013 роком зросла більше ніж у 4 рази, а найбільшу частку (92,7%) – охоплюють інші галузі [95]. Національна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України не розтлумачує, що відноситься до категорії інші, на думку аналітиків – це сфера торгівлі [95].

Станом на 01.01.2016 р. найбільша частка (93,8%) укладених договорів факторингу в Україні припадала на інші галузі. Друге місце серед галузей економіки займала сфера послуг. Незначна частка укладених договорів факторингу припадала на харчову промисловість, тоді як найменшу частку займало будівництво. Однак, варто зауважити, що найбільше зростання факторингового обороту у 2015 р. відбулося у таких галузях як транспорт, сільське господарство та будівництво [95].

Для прикладу, у Великобританії факторингові операції використовуються у промисловій галузі, підприємствами торгівлі, сфері послуг, транспорту та будівництва. В Італії факторинг широко використовується в сфері торгівлі, транспортних та телекомунікаційних послуг, в галузі хімічної промисловості. В Данії найбільший попит на послуги факторингу спостерігається з боку текстильної промисловості, в США – текстильної та легкої промисловості, а також виробництво взуття, меблів, у Туреччині – текстильної промисловості та торгівлі, тоді як в Австрії – електроенергетичної, переробної та хімічної галузей [117; 140].

На розвиток ринку факторингових послуг у світі та механізм його управління впливає ефективна законодавча база та ступінь регулювання ринку факторингу. Як показує зарубіжна практика, досконала законодавча база та незначне регулювання ринку факторингових послуг позитивно впливає на його розвиток. В Україні немає чіткого законодавства про факторингове

обслуговування, тобто сутність та механізм його здійснення відображається в різних законодавчих актах, що обумовлює складність впровадження факторингових послуг у практику.

На формування механізму управління факторингом впливає і структура ринку факторингових послуг. Необхідно зауважити, що на сьогоднішній день економічно розвинуті країни пропонують вже нові види послуг факторингу, які пов'язані не тільки із фінансуванням дебіторської заборгованості, а й фінансування під обладнання, товари, а також поширилося і використання реверсивного факторингу, тоді як в країнах, які розвиваються – найбільш поширеним видом факторингових послуг є фінансування дебіторської заборгованості. Факторингові компанії розвинених країн розширяють мережу закордонних філіалів та дочірніх компаній, розвивають свою діяльність через мережу Інтернет. Все більша роль відводиться ризик-менеджменту та адмініструванні дебіторської заборгованості, а не тільки її фінансуванню [140].

Статистика показує, що в світі переважає факторинг без права регресу, друге місце по обсягах обороту займає інвойс-дискаунт (фінансування під уступку дебіторської заборгованості), тоді як факторинг з регресом становить третє місце. На колекторські та інші послуги факторингових компаній світу припадає незначний відсоток від усіх видів факторингових операцій. У Великобританії основне місце займає інвойс-дискаунтинг, тоді як у структурі повного факторингу переважає факторинг з регресом. У Німеччині, Італії та Франції переважає інвойс-дискаунтинг та безрегресний факторинг, що пов'язано з особливостями ліцензування. Право надавати послуги факторингу з регресом в Німеччині можна після отримання банківської ліцензії. Факторинг з регресом широко використовується в Португалії та в Австрії, а реверсивний факторинг – в Іспанії [140].

Як показує світовий досвід, розвиток ринку факторингових послуг сприятиме економічному зростанню, оскільки підвищується платоспроможність підприємств та збільшується обсяг продажу шляхом відтермінування платежу [79]. Відмінності в механізмі здійснення та

управління факторинговими операціями в Україні та світі можна відобразити через такі параметри (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

Відмінні параметри в механізмі здійснення та управління факторинговими операціями в Україні та світі

Параметри	Зарубіжні країни	Україна
Клієнти	Переважно малий бізнес	Переважно великий та середній бізнес
Вимоги до клієнтів	Лояльні	Жорсткі
Обслуговування клієнтів	Консолідований облік	Деталізований облік (по кожному рахунку)
Вартість факторингових послуг	Низька	Висока
Відповідно до повноти надання послуг	Повний	Частковий
Кількість переуступлених боргів	Переважно переуступають всі борги по всіх дебіторах	Встановлюється ліміт фінансування на окремих дебіторів
Правове забезпечення	Регулюється по-різному, залежно від країни	В більшості випадків не регулюється
Страхування кредитного ризику	Розвинене	Слабо розвинене
Залежність від материнської компанії	Мінімальна	Максимальна
Види факторингу	Переважно факторинг без права регресу, реверсивний, фінансування під обладнання	Переважно факторинг з правом регресу, класичний, фінансування дебіторської заборгованості

* узагальнено автором на основі джерела [108]

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що в Україні ринок факторингових послуг не так розвинутий, як у зарубіжних країнах. Насамперед, це пов'язано із необізнаністю суб'єктів господарювання з ефективним інструментом управління господарською діяльністю, шляхом рефінансування дебіторської заборгованості, як факторинг.

В Україні механізм здійснення факторингових операцій у більшості випадків розробляється фінансовими установами, які пропонують цю послугу, з врахуванням таких критеріїв, як фінансовий стан клієнта, регулярність продажу товару, платоспроможність дебіторів тощо.

Незважаючи на те, що існує кілька різновидів факторингових операцій, за механізмом здійснення їх можна поділити на класичний та реверсивний факторинг.

Розглянемо механізм здійснення операції класичного факторингу (рис. 1.8) [102, с. 259].

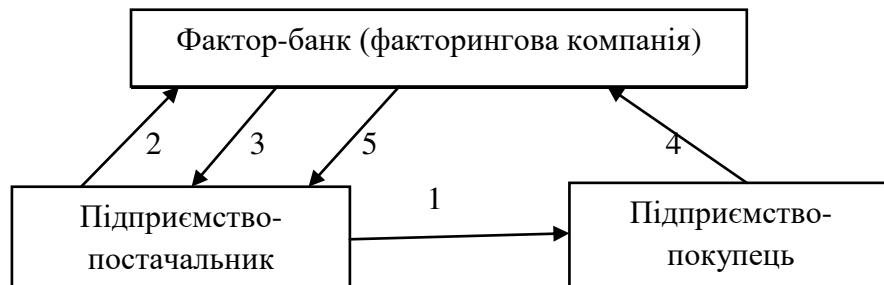


Рис. 1.8. Механізм здійснення операції класичного факторингу

1 – відвантаження товару і виставлення покупцеві платіжних вимог; 2 – пересилка платіжних вимог банку (факторингової компанії); 3 – оплата платіжних вимог постачальнику (70-90%); 4 – перерахування покупцем суми платіжних вимог; 5 – оплата решти вартості вимог мінус комісійні.

Механізм здійснення операції реверсивного факторингу, який більш поширений в економічно розвинутих країнах відображенено на рис. 1.9.

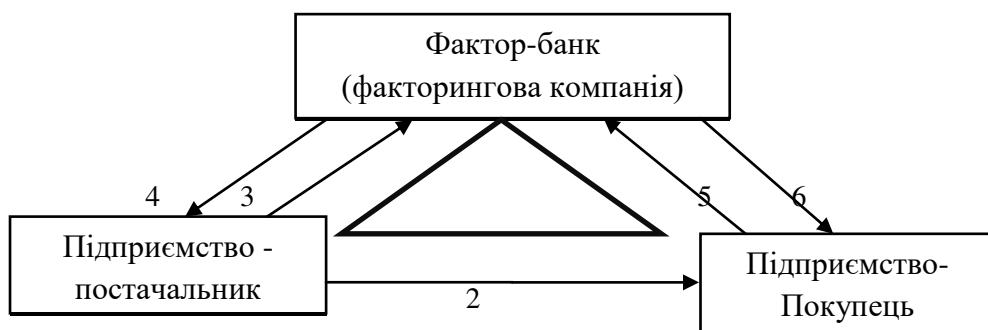


Рис. 1.9. Механізм здійснення операції реверсивного факторингу

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.

Відмінність класичного факторингу від реверсивного полягає в тому, що ініціатором класичного факторингу є підприємство-постачальник, а реверсивного – підприємство-покупець. Якщо для класичного факторингу характерним є фінансування постачальника, управління дебіторською заборгованістю, ведення бухгалтерського обліку, страхування ризиків, то для реверсивного – фінансування кредиторської заборгованості покупця та покриття ризиків постачальника.

Відмінності у використанні реверсивного та класичного факторингу полягають у наступному: [122]

- 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%.

Незважаючи на те, що факторинг користується попитом у торговельних підприємств, на практиці цей продукт пропонується обмеженим числом комерційних банків та факторингових компаній. Це пояснюється суттєвими бар'єрами на шляху входження нових гравців на ринок факторингових послуг, високими кредитними ризиками, відсутністю економічного механізму управління факторингом, методичного інструментарію щодо організації та

проведення факторингових операцій, а отже, складністю їх впровадження в практику.

Як було зазначено вище, в Україні більшість укладених договорів факторингу є з правом регресу, тобто ризик неповернення коштів від дебіторів залишається на клієнтові, який уклав цей договір. Саме це обумовило необхідність формування економічного механізму управління факторингом на торговельних підприємствах (як основних споживачів факторингових послуг України) з метою зменшення ризику неплатежу та збільшення прибутків підприємств.

Недостатність методичних розробок в даній області обумовило зростання наукового інтересу до проблеми удосконалення управління факторингом торговельних підприємств в Україні.

Досліджуючи механізм управління факторингом торговельних підприємств, за доцільне вважаємо розглянути тлумачення понять «управління підприємством», «управління торговельним підприємством», «механізм управління підприємством» та «господарський, організаційний, економічний механізми управління» з наукового погляду різних вчених, з метою формулювання власного бачення економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств.

Лозовський О. та Кузьмінська О. вважають, що «...управління підприємством в сучасних умовах – це ефективна система, здатна забезпечити швидку адаптацію підприємства до змін його бізнес-середовища за умов максимально можливого врахування запитів і задоволення потреб потенційних споживачів. В такій системі отримання прибутку потрібно розглядати не як основну мету діяльності підприємства, а виключно як результат ефективного функціонування» [82].

Гусєва О. [42] вважає, що «...існуючі системи стратегічного управління, інформаційні, організаційні та структурні механізми управління багатьох торговельних підприємств не характеризуються чітко вираженою стратегічною

спрямованістю, гнучкістю та адаптивністю», тому необхідно враховувати нові механізми для стратегічного управління [42].

В економічній енциклопедії управління підприємством визначається як «...сукупність методів і прийомів керівництва колективом людей, усіма ланками підприємства для організації і координації їх діяльності в процесі виробництва» [50].

На думку Белей О. та Белей С. система управління торговельним підприємством реалізується не тільки через комерційну функцію, але й інформаційну, комунікаційну, технічну, організаційну, економічну та фінансову [6]. Попович Н. вважає, що «...управління торговельним підприємством передбачає багатоваріантність підходів до розроблення конкретних управлінських рішень у різних сферах діяльності торговельного підприємства і повинен бути орієнтований на його стратегічні цілі» [120].

Інші автори, такі як Нижник Н., Машков О. розглядають 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 [99, с.37].

Кендюхов О. вважає, що механізм управління включає цілі, функції, методи організаційної структури та об'єкти управління; реалізується цілеспрямоване управління на об'єкт управління та досягається відповідний результат [66]. На думку Артищук І. та Белей О. «...підвищити ефективність управління торговельними підприємствами можна, досягаючи відповідної якості вибраних засобів виміру й управління, якості торговельної інформації, адекватність системи управління цільової функції управління та управлінських рішень» [1].

Стасюк Н. вважає, що господарський механізм торговельного підприємства можна розглядати як сукупність економічного, соціально-психологічного та організаційно-правового елементів, а також, як сукупність механізмів управління прибутком, товарооборотом, поточними витратами,

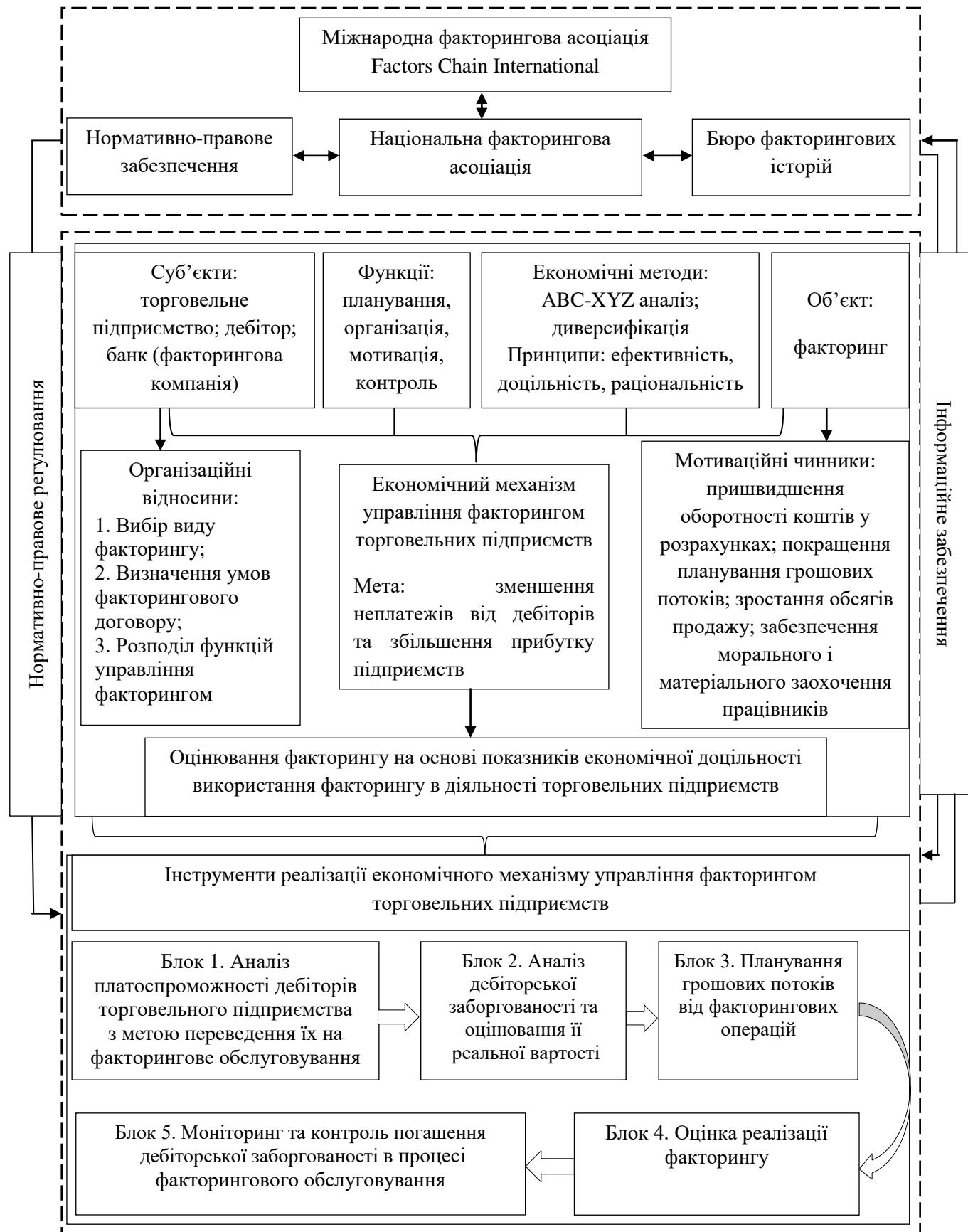
персоналом, фінансами, маркетингом [131]. «Господарський механізм – це механізм, що забезпечує взаємодію підсистеми, яка управляє, та підсистеми, якою управляють. Він складається із сукупності конкретних форм і методів свідомого впливу на економіку» [37, ст. 25]. На думку Захаріна С., основною функцією економічного механізму є отримання прибутку шляхом випуску та реалізації рентабельної продукції [57].

Гabor B. розглядає поняття організаційного механізму та вважає його необхідною складовою господарського механізму [24]. Гавриляк О. та Миронов Ю. [25] трактують поняття організаційний механізм, як перелік певних складових елементів, які в сукупності створюють організаційну основу певних процесів та явищ.

Науковці неоднозначно трактують організаційний механізм та ототожнюють його з організаційно-економічним механізмом. Так, за твердженням Козаченко Г. 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 [69, с. 36].

На думку Савченко О. та Соловйова В. організаційно-економічний механізм є частиною системи господарювання в конкретний період розвитку національного господарства будь-якої країни та являє собою сукупність двох різнопідвидів, але взаємопов'язаних складових – організаційної складової та економічного компонента [125].

Отже, економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств слід розглядати як систему взаємопов'язаних методів, принципів, функцій та інструментів, спрямованих на досягнення ефективного управління факторингом на підприємствах торгівлі з метою зменшення неплатежів і збільшення прибутку, її успішне функціонування якої досягається через інформаційне забезпечення платоспроможності дебіторів та нормативно-правове регулювання факторингу (рис. 1.10) [147].



**Рис. 1.10. Економічний механізм управління факторингом
торговельних підприємств**

* розроблено автором

Ефективне функціонування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств визначається через забезпечення інформаційних ресурсів та нормативно-правового регулювання. Саме з такої точки зору необхідно створити Національну факторингову асоціацію з метою сприяння розвитку торгівлі в Україні за допомогою факторингу, а серед основних її завдань передбачити:

- оцінку платоспроможності торговельних підприємств і їх дебіторів та регулярне здійснення моніторингу за їхньою платіжною дисципліною;
- сприяння у формуванні ефективного законодавства України з регулювання ринку факторингових послуг;
- сприяння доступу до інформаційних ресурсів про учасників ринку факторингових послуг як в Україні так і світі з метою підтримки та розвитку торгівлі в Україні;
- сприяння підвищенню кваліфікації фахівців в галузі факторингових послуг;
- розробку методичних рекомендацій з питань порядку проведення факторингових послуг на основі використанням світового досвіду;
- ознайомлення торговельних підприємств з механізмом проведення факторингових операцій та його роллю в економічному розвитку підприємств торгівлі;
- захист інтересів учасників ринку факторингових послуг.

В свою чергу, Національна факторингова асоціація повинна сприяти створенню підрозділу Національного бюро факторингових історій з метою формування списку недобросовісних платників за факторинговими договорами та застосування до них правових санкцій.

Під факторинговою історією пропонуємо розуміти сукупність інформації про фінансовий стан торговельних підприємств та їх дебіторів, відомостей про виконання ними зобов'язань за факторинговими договорами.

Основними функціями Національного бюро факторингових історій мають бути:

– збір, обробка, накопичення та зберігання інформації про факторингову історію з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

– надання послуг, пов'язаних з обробкою та аналізом інформації, що складає факторингову історію.

Створення Національного бюро факторингових історій сприятиме зниженню ризику несплати заборгованості за факторинговими договорами через систему інформаційного забезпечення серед учасників ринку факторингових послуг.

Ефективне управління факторингом торговельних підприємств можливе при удосконаленні нормативно-правового забезпечення у сфері факторингу.

Органами державного регулювання факторингових послуг в Україні є Національний Банк України та Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. На наш погляд, повноваженнями щодо регулювання факторингових послуг в Україні необхідно наділити Національну факторингову асоціацію з метою врегулювання спірних питань із захисту прав та інтересів учасників факторингової операції.

Нормативно-правове регулювання факторингу та інформаційне забезпечення про платоспроможність дебіторів підприємств торгівлі забезпечить успішне функціонування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств шляхом використання методів, принципів, функцій та інструментів управління факторингом. Складовими економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств є суб'єкти (торговельне підприємство, яке зацікавлене у використанні факторингових операцій; дебітор торговельного підприємства та банк (факторингова компанія) – фінансова установа, яка надає факторингові послуги) та об'єкт управління – факторинг.

Серед мотиваційних чинників, які стимулюють підприємства торгівлі у використанні та управлінні факторингом є:

- пришвидшення оборотності коштів у розрахунках;
- покращення планування грошових потоків;

- зростання обсягів продажу;
- забезпечення морального і матеріального заохочення працівників.

Методами управління факторингом на торговельних підприємствах є ABC-XYZ аналіз в основу якого покладено правило Парето або принцип 80/20 та диверсифікація, як метод формування оптимізаційного факторингового портфелю.

В основу формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств покладено принципи (ефективність, доцільність, раціональність) та функції (планування, організація, мотивація, аналіз та контроль управління).

Основною функцією управління факторингом є планування грошових потоків, яке здійснюється на основі використання лімітів фінансування за факторинговими операціями, коефіцієнтів інкасації та складанні платіжного календаря.

Організація як функція управління спрямована на налагодження взаємозв'язків між учасниками факторингової угоди. Організаційні відносини спрямовані на визначення виду факторингу, умов факторингового договору та розподілу функцій управління між суб'єктами факторингової угоди.

Розподіл функцій управління факторингом між внутрішніми відділами торговельного підприємства відображені в табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Розподіл функцій управління факторингом між відділами торговельного підприємства

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)

Не менш важливою функцією управління є мотивація, яка ґрунтується на основних завданнях факторингу, які умовно можна поділити на економічні, фінансові та маркетингові. До економічних завдань факторингу належить збільшення оборотності оборотних коштів, до фінансових – покращення фінансового планування, поліпшення ліквідності, платоспроможності підприємства, зменшення дефіциту оборотних коштів та кредитного навантаження, а маркетингові завдання факторингу дають можливість збільшити обсяг продажу товарів, зберегти потенційного покупця, розширити ринки збути товарів, поліпшити імідж у свого постачальника завдяки регулярності та точності в розрахунках, знизити ризики при продажах в кредит. Вирішення вище перелічених завдань мотивує підприємства використовувати факторинг у своїй діяльності та управляти ним.

Вагомою складовою процесу управління факторингом на підприємствах торгівлі є його оцінка, яка проводиться з метою аналізу економічної доцільності його використання на основі визначення показників 4-х груп: економічного зростання, швидкості обертання оборотних активів, витратовіддачі (або витратоємності), співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту.

Останньою функцією управління є моніторинг та контроль за управлінням дебіторською заборгованістю підприємств торговельної галузі в процесі використання факторингу.

Невід'ємною складовою економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств є інструменти реалізації, які складаються з п'яти блоків: аналіз платоспроможності дебіторів торговельного підприємства з метою переведення їх на факторингове обслуговування; аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання її реальної вартості; планування грошових потоків від факторингових операцій; оцінка реалізації факторингу; моніторинг та контроль погашення дебіторської заборгованості в процесі факторингового обслуговування.

Сформований економічний механізм управління факторингом на торговельних підприємствах сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень, пов'язаних із налагодженням взаємозв'язків із контрагентами з метою зменшення неплатежів з одночасним зростанням обсягу продажу та, як наслідок, – збільшенням прибутку підприємств торгової галузі.

Висновки до розділу 1

У результаті комплексного дослідження теоретичних аспектів економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств сформульовано наступні висновки:

1. Встановлено, що в діяльності торговельних підприємств спостерігаються проблеми, пов'язані з відтермінуванням платежів, які впливають на збільшення дебіторської заборгованості. В роботі доведено, що одним із перспективних інструментів рефінансування дебіторської заборгованості на фінансовому ринку України є факторинг, що дає можливість максимально оперативно поповнювати оборотні кошти торговельних підприємств.;

Набули подальшого розвитку наукові уявлення щодо поняття «факторингу»: фінансово-комісійна операція за якої клієнт переуступає дебіторську заборгованість банку чи факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу та пришвидшення оборотності коштів у розрахунках, що супроводжується елементами кредитування, адміністрування, моніторингу, контролю дебіторської заборгованості, а також страхуванням ризиків за відповідну винагороду. Таке трактування характеризує факторинг, як комплексне поняття, що дає змогу не тільки фінансувати господарську діяльність підприємств, а й можливість здійснення адміністрування, моніторингу, контролю дебіторської заборгованості та страхування ризиків підприємств торгової галузі за відповідну винагороду.

Досліджено та доповнено класифікацію факторингових операцій (за способом погашення боргових зобов'язань та способом нарахування відсотків по факторингових операціях) з точки зору системності класифікаційних ознак з урахуванням організаційного та економічного підходів.

2. Доведено, що факторинг, як ефективний інструмент фінансування оборотних коштів торговельних підприємств сприятиме прискоренню оборотності оборотних коштів, покращенню планування грошових потоків, підвищенню ліквідності, фінансової стійкості та платоспроможності, а також збільшенню прибутків. Доцільно зазначити, що факторинг як фінансовий інструмент має більше переваг, ніж недоліків, особливо це стосується підприємств сфери торгівлі, де питання достатності обігових коштів та реалізації продукції є особливо актуальним. На сьогоднішній день більшість торговельних підприємств вирішує питання: залучення нових клієнтів шляхом мотивування їх вигідними умовами товарного кредиту, або підтримка оборотних коштів на достатньому рівні. У такій ситуації факторинг може бути оптимальним вирішенням цієї проблеми. Однак, стримуючими факторами застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств є жорсткі вимоги банку чи факторингової компанії до клієнтів: фінансовий стан торговельного підприємства (обсяг виручки, ефективність використання оборотних коштів та ліквідність, позитивний чистий грошовий потік); suma поставок на одного покупця; регулярність (стабільність) продаж; кількість дебіторів; термін існування бізнесу дебіторів; платоспроможність дебіторів; термін товарного кредиту.

3. Надано авторське визначення «економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств» як система взаємопов'язаних методів, принципів, функцій та інструментів, спрямованих на досягнення ефективного управління факторингом на підприємствах торгівлі з метою зменшення неплатежів і збільшення прибутку, її успішне функціонування якої досягається через інформаційне забезпечення платоспроможності дебіторів та нормативно-

правове регулювання факторингу. Зменшення неплатежів відбувається шляхом рефінансування дебіторської заборгованості за допомогою факторингу.

4. Сформовано економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств, який передбачає вибір таких управлінських рішень, з урахуванням інформаційного забезпечення про платоспроможність дебіторів та нормативно-правового регулювання факторингу, котрі б сприяли забезпеченню їх ефективного функціонування, що пов'язано із зменшенням неплатежів від дебіторів, покращенням планування грошових потоків та збільшенням прибутку.

5. В результаті проведеного дослідження визначено, що застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств сприяє зменшенню дебіторської заборгованості, збільшенню обсягу продажу, покращенню ліквідності, фінансової стійкості та платоспроможності, збільшенню рентабельності та прибутку підприємств і водночас не впливає на зростання кредиторської заборгованості, тобто покращить структуру капіталу підприємства. Отже, доведено, що факторинг є ефективним інструментом фінансування оборотних коштів.

Усе вищевикладене дає підстави стверджувати, що економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання має велике значення та суттєво впливає, як на ефективність діяльності окремого підприємства торгівлі, так і на економічний розвиток країни.

Основні результати дослідження, викладені в даному розділі, опубліковано в роботах [62; 65; 145; 146; 147; 149; 150; 151; 152; 154; 155].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ

У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Дослідження фінансового стану торговельних підприємств в Україні

Як самостійна галузь народного господарства торгівля відіграє провідну роль у розвитку всієї економіки, оскільки виступає з'єднуючою ланкою між виробництвом та споживанням і має одинаковий вплив як на процес виробництва, так і на рівень споживання. Торгівля представлена розгалуженою мережею оптових та роздрібних підприємств, які здійснюють реалізацію товарної продукції та інших предметів споживання [135].

Розвиток торгівлі впливає на промисловість та сільське господарство, оскільки реалізує основну частину їхньої продукції кінцевим споживачам. Частка продажу споживчих товарів, вироблених в Україні, через торгову мережу підприємств за 2005 – 2015 рр. зменшувалася з 70,5% у 2005 році до 58,1 % у 2015 році [47; 135]. На зменшення питомої ваги продажу товарів впливають такі чинники: падіння обсягів виробництва; зниження купівельної спроможності населення внаслідок зменшення їх реальних доходів та збільшення імпорту товарів і послуг тощо.

Отже, розвиток торгівлі обумовлений рівнем та темпами розвитку виробництва товарів усіх галузей національної економіки.

В сучасних умовах ведення бізнесу основною метою будь-якого підприємства, в тому числі і торговельного, є отримання максимального доходу за умови мінімальних витрат, тобто підвищення його прибутковості, яке досягається ефективною їх діяльністю. Одним із важливих показників розвитку торговельних підприємств вважається кількість підприємств, які задіяні в цій галузі.

В таблиці 2.1 відображене кількість підприємств оптової та роздрібної торгівлі за період 01.01.2011 – 01.01.2016 рр.

Таблиця 2.1

**Кількість підприємств оптової та роздрібної торгівлі
станом на 01.01.2011 – 01.01.2016 рр.**

Роки	Усього, одиниць	великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства
		одиниць	одиниць	одиниць
01.01.11	110154	154	4102	105898
01.01.12	111638	161	4161	107316
01.01.13	103798	173	3950	99675
01.01.14	110414	164	3675	106575
01.01.15	93972	126	3004	90842
01.01.16	93643	106	2714	90823

*складено автором на основі даних Державної служби статистики України [47]

Статистичні дані відображають зростання кількості підприємств оптової та роздрібної торгівлі з 2010 р. по 2013 р. Однак, з 2013 року спостерігаємо зменшення кількості підприємств торгівлі, що пов’язано із економічною нестабільністю, інфляційними процесами та низькою платоспроможністю підприємств, населення. З таблиці 2.1 також видно, що не так багато великих підприємств займаються торгівлею, проте малі підприємства становлять найбільшу кількість серед усіх торговельних підприємств. Таке співвідношення свідчить про поширення роздрібної торгівлі в Україні.

Аналізуючи підприємства торговельної галузі, доцільним є дослідження обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств оптової та роздрібної торгівлі (табл. 2.2).

За даними таблиці 2.2 спостерігаємо тенденцію до зростання обсягу реалізації протягом 2010 – 2013 рр. На фоні економічної нестабільності

відбулося зменшення обсягу реалізації в 2013 р., однак 2014 – 2015 рр. характеризуються зростанням обсягу реалізації порівняно із 2013 р.

Таблиця 2.2

Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг)
підприємств оптової та роздрібної торгівлі

Роки	Усього, млн.грн.	У тому числі					
		великі підприємства		середні підприємства		малі підприємства	
		млн.грн.	у % до загального обсягу реалізації	млн.грн.	у % до загального обсягу реалізації	млн.грн.	у % до загального обсягу реалізації
01.01.11	1406132,7	412004,8	29,3	641747,6	45,6	352380,3	25,1
01.01.12	1587116,5	486684,6	30,7	741941,6	46,7	358490,3	22,6
01.01.13	1623609,6	481477,1	29,6	783853,1	48,3	358279,4	22,1
01.01.14	1612134,4	495334,6	30,7	769240,7	47,7	347559,1	21,6
01.01.15	1629690,6	525075,7	32,2	734940,3	45,1	369674,6	22,7
01.01.16	1953257,7	565038,1	28,9	930846,1	47,7	457373,5	23,4

*складено автором на основі даних Державної служби статистики України [47]

Частка обсягу реалізації великих підприємств коливалася в межах 29,3% в 2010 році та 32,2% в 2014 р. Аналізуючи частку обсягу реалізації середніх підприємств торгівлі, спостерігаємо її зростання протягом 2010 – 2013 рр. (від 45,6% до 48,3%), проте 2013 – 2015 рр. характеризуються зменшенням цієї частки в динаміці. Також спостерігаємо зниження частки реалізації малих підприємств з 25,1% у 2010 р. до 21,6% у 2013%, а 2014 – 2015 рр. характеризуються зростанням їх частки в загальному обсягу.

Враховуючи розширення діяльності роздрібної торгівлі, також доцільно розглядати показники роздрібного товарообігу (табл. 2.3).

За період з 2010 р. по 2014 р. оборот роздрібної торгівлі зріс з 68411,1 млн. грн. до 125931,9 млн. грн., проте темпи його зростання спостерігаємо протягом чотирьох років, а 2014 рік показав темп зниження обороту роздрібної торгівлі у порівняннях цінах і склав 96,3%.

Таблиця 2.3

Структура роздрібного товарообороту

Показник	Роки				
	01.01.11	01.01.12	01.01.13	01.01.14	01.01.15
1	2	3	4	5	6
Оборот роздрібної торгівлі, млн.грн.	68411,1	85779,4	101526,6	112980,7	125931,9
Оборот роздрібної торгівлі у % ¹ до відповідного періоду попереднього року	106,9	116,5	114,9	110,2	96,3
Оборот ресторанного господарства (з урахуванням обороту фізичних осіб-підприємців), млн.грн.	2793,0	3647,4	4430,7	4551,4	4113,1
Оборот ресторанного господарства у % ¹ до відповідного періоду попереднього року	95,4	121,2	115,6	101,8	85,2
Обсяг роздрібного товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, млн.грн.	50090,8	62846,9	73004,8	77135,1	84676,5
Роздрібний товарооборот підприємств у % ¹ до відповідного періоду попереднього року	106,2	116,7	112,9	106,4	92,7
Роздрібний товарооборот підприємств на одну особу, грн. ²	1498,8	1871,0	2161,7	2259,4	2459,8

¹ у порівняннях цінах;² у середньому за місяць

*складено автором на основі даних Державної служби статистики України [47]

Роздрібний товарооборот підприємств на одну особу також мав тенденцію до зростання, оскільки в 2010 р. він становив 1498,8 грн., а вже в 2014 р. – 2459,8 грн.

Зростання обороту роздрібної торгівлі відбулося на фоні підвищення ринкових цін, а темпи зниження обороту роздрібної торгівлі в період з 2012р. по 2014 р. свідчать про зменшення купівельної спроможності населення, що підтверджується зменшенням їх реальних доходів за цей період часу.

Окрім дослідження обороту роздрібної торгівлі, необхідно проаналізувати структуру оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Структура оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України

Показник	Роки					
	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015
Оптовий товарооборот, млн. грн.	993695,8	1107283,4	1093290,8	1074753,2	987957,0	1244220,8
у тому числі						
продовольчі товари	193848,5	194516,0	215169,0	199674,1	194669,3	224268,9
непродовольчі товари	799847,3	912767,4	878121,8	875079,1	793287,7	1019951,9
Питома вага в оптовому товарообороті, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
у тому числі						
продовольчі товари	19,5	17,6	19,7	18,6	19,7	18,0
непродовольчі товари	80,5	82,4	80,3	81,4	80,3	82,0
Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва, %	66,5	63,9	58,9	54,3	48,5	46,9
продовольчі товари	75,1	75,5	73,7	71,7	71,4	75,2
непродовольчі товари	64,4	61,4	55,3	50,3	42,9	40,7

* складено автором на основі даних Державної служби статистики України [47]

Дані державної статистики України свідчать про зростання оптового товарообороту в 2011 р. порівняно із 2010 р. Однак, з 2011 р. по 2014 р. спостерігається зниження оптового товарообороту, тоді як 2015 р. характеризується зростанням обсягу товарообороту (особливо непродовольчих товарів).

В структурі оптового товарообороту підприємств України спостерігаємо високу питому вагу непродовольчих товарів, яка коливається у межах: 80,3% – у 2012 р. і 2014 р. та 82,4% – у 2011 р.

Частка продовольчих товарів в оптовому товарообороті протягом аналізованого періоду не перевищувала 20%.

Частка продажу товарів вітчизняного виробництва за аналізований період зменшилася з 66,5% у 2010 р. до 46,9% у 2015 р. На зниження частки товарів вітчизняного виробництва впливали такі чинники: фінансово-економічна криза в країні, що супроводжується падінням ВВП, інфляцією та зростанням попиту на імпортні товари. В структурі товарів вітчизняного виробництва велику частку складають продовольчі товари.

В сучасних умовах зростання інфляції та фінансової нестабільності торговельні підприємства все частіше стикаються із проблемою фінансування оборотних коштів. Найгострішою проблемою нестачі оборотних коштів є несвоєчасне надходження грошових коштів від дебіторів за відвантажену продукцію, тобто утворення на підприємстві дебіторської заборгованості.

Про загальний стан оборотних активів торговельних підприємств свідчать статистичні дані по Україні (рис.2.1).

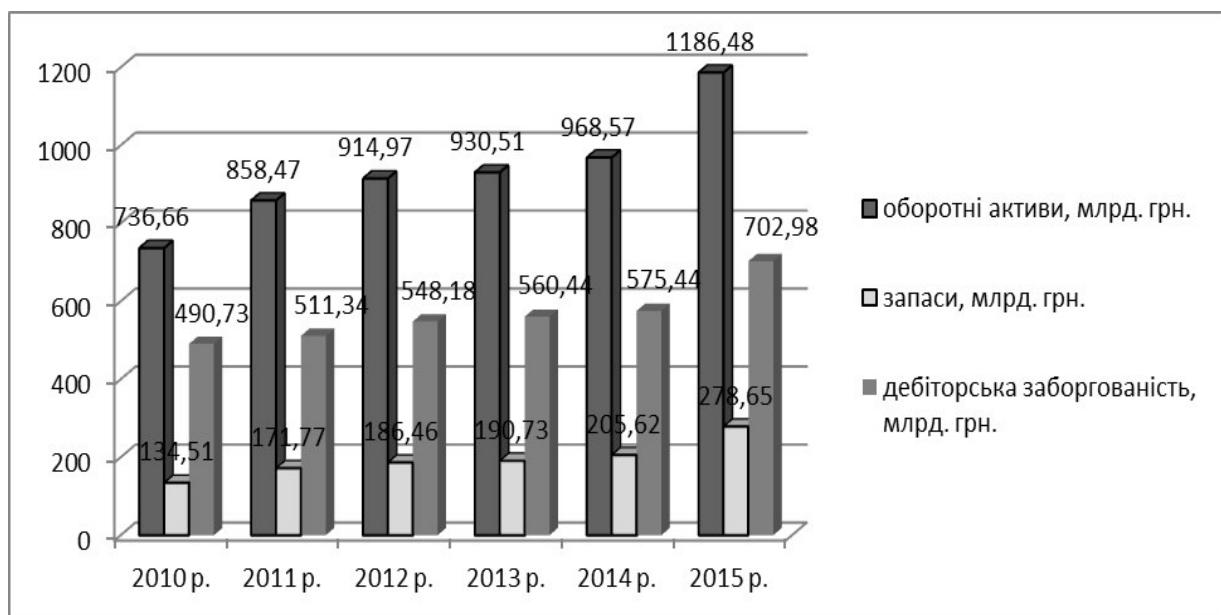


Рис. 2.1. Динаміка оборотних активів торговельних підприємств за 2010 – 2015 рр., млрд. грн.

*розраховано та побудовано автором на основі джерела [47]

Діаграма відображає зростання в динаміці оборотних активів протягом аналізованого періоду. В динаміці показано зростання дебіторської заборгованості та запасів. Велику частку в оборотних активах становить

дебіторська заборгованість підприємств торгівлі. На рисунку 2.2 відобразимо частку дебіторської заборгованості в оборотних активах підприємств торгівлі за період 2010 – 2015 рр.

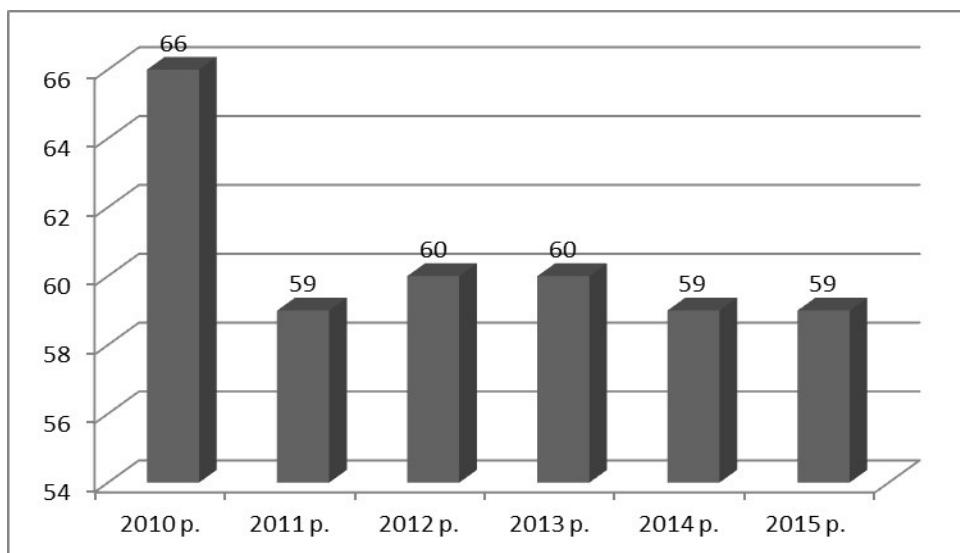


Рис. 2.2. Частка дебіторської заборгованості в оборотних активах підприємств торгівлі за період 2010 – 2015 рр., %

*розраховано та побудовано автором на основі джерела [47]

Отже, протягом 2010 – 2015 рр. частка дебіторської заборгованості в оборотних активах підприємств торгівлі була найбільшою, і коливалася в межах 59% у 2011 р. та 2014 – 2015 рр. і 66% – у 2010 р. Проведене дослідження підтверджує проблему нестачі оборотних коштів, що пов’язано із недотриманням платіжно-розрахункової дисципліни дебіторами.

Найважливішим показником, який характеризує фінансовий стан торговельних підприємств, є прибуток (табл.2.5).

Статистичні дані про фінансовий стан торговельних підприємств в Україні показують, що найбільший прибуток підприємства торгівлі отримали в 2011 р. – 12070,8 млн. грн., тоді як у 2013 – 2015 рр. спостерігаємо збиток.

Частка підприємств торгівлі, які отримали прибуток за аналізований період, коливалася в межах від 60,3% у 2010 р. до 75,7% у 2015 р., а частка підприємств, які отримали збиток за цей період, не перевищувала 40%.

Таблиця 2.5

Чистий прибуток (збиток) підприємств оптової та роздрібної торгівлі

Роки	Чистий прибуток(збиток)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
01.01.11	7547,4	60,3	36072,4	39,7	28525,0
01.01.12	12070,8	64,6	40357,5	35,4	28286,7
01.01.13	210,6	64,0	35498,4	36,0	35287,8
01.01.14	-13248,5	65,9	29721,2	34,1	42969,7
01.01.15	-133219,4	65,6	27825,7	34,4	161045,1
01.01.16	-88161,0	75,7	48155,0	24,3	136316,0

* складено автором на основі даних Державної служби статистики України [47]

На основі статистичної інформації про фінансові результати та оборотні активи підприємств оптової та роздрібної торгівлі, відображені Державним комітетом статистики України, нами розраховано показники ефективності використання оборотних активів підприємств оптової та роздрібної торгівлі за період 01.01.2011 – 01.01.2016 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Показники ефективності використання оборотних активів підприємств оптової та роздрібної торгівлі

Показник	Роки					
	01.01.11	01.01.12	01.01.13	01.01.14	01.01.15	01.01.16
1	2	3	4	5	6	7
Рівень рентабельності операційної діяльності (збитковості), %	9,38	15,0	14,8	10,2	-12,8	-0,9
Рентабельність продажу (збитковості), %	0,5	0,7	0,01	-0,8	-7,8	-4,4
Рентабельність оборотних активів (збитковості), %	1,02	1,4	0,02	-1,4	-13,7	-7,4
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, обороти	1,8	1,9	1,8	1,7	1,7	1,7
Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	10,3	9,6	8,8	8,6	8,2	7,1
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, обороти	2,8	3,2	3,0	2,9	2,9	2,8
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, обороти	2,3	2,4	2,3	2,3	2,9	2,9

Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4	5	6	7
Тривалість обороту оборотних активів, дні	200	189	200	211	211	211
Тривалість обороту запасів, дні	35	37	41	42	44	50
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, дні	128	112	120	124	124	128
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, дні	156	150	156	156	124	124

*розраховано автором на основі джерела [47]

Показники ефективності використання оборотних активів підприємств оптової та роздрібної торгівлі свідчать про достатню їх ефективність у 2011 р. У періоді з 2012 по 2015 рр. спостерігаємо зниження значення цих показників. Так, рентабельність операційної діяльності була найвищою у 2011 р. і склала 15%, тоді як у 2014 – 2015 рр. цей показник показав рівень збитковості підприємств (-12,8%; -0,9%). Рентабельність продажу також була найвищою у 2011 р. і становила 0,7%, а вже у 2013 – 2015 рр. спостерігаємо збитковість продажу підприємств торгівлі, яка відповідно становила 0,8%; 7,8% та 4,4%.

Рівень рентабельності оборотних активів аналогічно був найвищим у 2011 р. (1,4%), а критичного значення протягом аналізованого періоду досягнув у 2014 р. (-13,7%).

Проведений аналіз показників ділової активності підприємств показав поступове зниження оборотності запасів протягом аналізованого періоду, що призвело до збільшення тривалості їх обороту. Таке зниження оборотності свідчить про уповільнення продажу товарів та накопичення їх на складах. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зрос у 2011 р. порівняно із 2010 р. на 0,4 обороти, що призвело до скорочення тривалості дебіторської заборгованості на 16 днів. Проте, протягом 2011 – 2015 рр. спостерігаємо зниження оборотності дебіторської заборгованості в динаміці. Такі дані свідчать про збільшення терміну повернення грошових коштів за реалізовані товари. Термін погашення дебіторської заборгованості був найбільшим у 2010 р. та 2015 р. (128 днів), а найменшим – у 2011 р. (112 днів). Найбільша

тривалість обороту оборотних активів спостерігається у 2013 – 2015 pp. (211 днів), а найменша – у 2011 р. (189 днів). Найбільша оборотність кредиторської заборгованості була у 2014 – 2015 pp. (2,9 об.), а найменша – у 2010 р. та 2012 – 2013 pp. (2,3 об.) Тобто торговельні підприємства розраховувалися зі своїми постачальниками за аналізований період протягом 124 – 156 днів. Результати аналізу показників ефективності використання оборотних активів підприємств за 2010 – 2015 pp. свідчать про погіршення їх фінансового стану, а саме: зниження рентабельності підприємства та збільшення тривалості обороту оборотних коштів, особливо дебіторської та кредиторської заборгованостей.

Незважаючи на те, що торговельна галузь виконує важливу роль в народному господарстві, оскільки є ланцюгом, який з'єднує інші галузі з основними споживачами продукції, спостерігаємо уповільнення розвитку її діяльності. Основними стримуючими чинниками, які впливають на розвиток торговельної галузі, є падіння темпів валового внутрішнього продукту; інфляційні процеси в країні, зниження ділової активності торговельних підприємств та реальних доходів населення, що обумовлюються фінансово-економічною кризою.

Наступним етапом дослідження є проведення аналізу фінансового стану трьох торговельних підприємств: ТзОВ «Торговий дім «Кімак»; ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт - Карпати», з метою виявлення ефективності використання оборотних активів.

На підставі даних балансів та звітів про фінансові результати (додатки А, Б) розраховано показники, що характеризують ефективність використання оборотних активів підприємств, а саме: показники рентабельності та ділової активності підприємств (додаток В). Показники рентабельності ТзОВ «Торговий дім «Кімак» протягом 2010 – 2014 pp. мають тенденцію до коливання. Так, найбільша рентабельність продажу та оборотних активів була у 2013 році, а найнижчу рентабельність спостерігаємо у 2010 році. Показники рентабельності ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» протягом аналізованого періоду мають тенденцію до зменшення. У 2013 році на ТОВ «Холдингова

компанія «Доброта» спостерігаємо збиток, який утворився за рахунок високої собівартості реалізованої продукції (див. Додаток Б). Незважаючи на збитковість ТзОВ «Грейнплатс-Карпати» у 2013 році, спостерігаємо досить високу валову рентабельність продажу (15,7%) в цьому ж році. Найбільша валова рентабельність продажу була в 2010 р. (17,9%), а найменша – у 2012 р. (8,3%). Рентабельність оборотних активів протягом 2010 – 2014 pp. мала тенденцію до зниження. У 2013 р. спостерігаємо збитковість оборотних активів на підприємстві.

Особливу увагу слід звернути на показники ділової активності, тобто оборотності оборотних активів підприємства (додаток В). Так, коефіцієнти оборотності оборотних активів, товарів, дебіторської та кредиторської заборгованостей на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» мають тенденцію до зменшення, що свідчить про неефективність використання оборотних активів та неефективне управління дебіторською та кредиторською заборгованістю. Внаслідок зниження оборотності оборотних активів зростає тривалість їх обороту. Зокрема, термін погашення дебіторської заборгованості зріс з 27,2 днів у 2010 р. до 71 дня у 2014 р., а термін погашення кредиторської заборгованості зріс з 46,7 днів у 2010 р. до 115,1 днів – у 2014 р. Це свідчить про неналагоджену систему розрахунків із своїми дебіторами та кредиторами. Негативною тенденцією є зростання тривалості обороту товарів, що обумовлюється зменшенням купівельного попиту на товари.

Більш варіативна динаміка коефіцієнтів оборотності оборотних активів спостерігається на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» протягом 2010 – 2014 pp. Період з 2010 р. по 2013 р. характеризується зменшенням оборотності оборотних активів, дебіторської та кредиторської заборгованостей, проте зростає оборотність запасів та товарів, що свідчить про підвищення купівельного попиту на товари, але на умовах відтермінування платежу (оскільки оборотність дебіторської заборгованості в цей період зменшується). Найбільша оборотність дебіторської та кредиторської заборгованостей була у 2010 р., а найменша – у 2012 році. Термін погашення дебіторської

заборгованості на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» у 2010 році був найменшим і становив 24,4 дні, а найбільший – у 2012р. (42,7 дні), у 2014 році дебіторську заборгованість погашали протягом 33,5 днів. Analogічну динаміку тривалості обороту відображає і кредиторська заборгованість.

На ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» коефіцієнт оборотності оборотних активів найбільший був у 2010 р. і склав 5,9 обороти, а у 2014 році його значення знизилося до 2,3 обороти. Коефіцієнт оборотності запасів у 2010 р. становив 11,9 обороти та зріс до 57,8 оборотів у 2014 р. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості за товари протягом 2010 – 2014 рр. мав тенденцію до зменшення: у 2010 р. він склав 4,9 обороти, а в 2014 р. зменшився до 2,5 обороти, а коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості був у межах: 1,6 обороти у 2011 - 2012 рр. та 2,6 обороти у 2014 р. Відповідно період погашення дебіторської заборгованості за товари на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» зріс із 74,4 дні в 2010 р. до 140,9 днів – у 2014 р., а термін погашення кредиторської зменшився з 158,6 днів у 2010 р. до 136 днів у 2014 р.

Також про погіршення фінансового стану досліджуваних підприємств свідчить зниження фінансової стійкості та платоспроможності, що пов’язано із зростанням дебіторської, кредиторської заборгованостей та банківських кредитів на підприємствах (див. Додаток А). На думку Внукової Н.М., підприємства з низькими значеннями коефіцієнта фінансової стійкості більше залежні від дебіторської заборгованості, ніж підприємства з нормальними значеннями коефіцієнта фінансової стійкості [21, с. 36]. Отже, зростання дебіторської заборгованості негативно впливає на погіршення фінансового стану та платоспроможність підприємств.

Проведене дослідження діяльності підприємств свідчить про проблему, притаманну для більшості торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання, а саме: зменшення оборотності оборотних активів, особливо дебіторської заборгованості, зниження їх рентабельності і, як наслідок, погіршення фінансової стійкості та платоспроможності. Тому за необхідне

вважаємо дослідити динаміку оборотних активів досліджуваних підприємств за період 01.01.11 – 01.01.15 рр. (додаток Г).

Оборотні активи ТзОВ «Торговий Дім «Кімак» протягом 01.01.11 – 01.01.14 рр. мають тенденцію до збільшення (з 2991,5 тис. грн. на 01.01.11 р. до 5113,5 тис. грн. на 01.01.14 р.), проте на початку 2015 року обсяг оборотних активів у динаміці зменшився. Таке скорочення відбулося за рахунок зменшення вартості товарів, що свідчить про уповільнення товарообороту та зниження купівельної спроможності підприємств. Обсяг дебіторської заборгованості на підприємстві зростав у період з 01.01.11 р. по 01.01.13 р. В 2013 році спостерігаємо зменшення обсягу дебіторської заборгованості. У період з 01.01.14. р. по 01.01.15 р. має місце стрибкоподібне зростання дебіторської заборгованості. Так, станом на 01.01.15 р. вона зросла до 2943,9 тис. грн., що відповідало темпу зростання 53,8%.

На ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» обсяг оборотних активів мав тенденцію до зростання протягом 01.01.11 – 01.01.13 рр. У період з 01.01.13р. по 01.01.15р. спостерігаємо зменшення обсягу оборотних активів на підприємстві, що обумовлено зменшенням обсягу товарів протягом цього ж періоду (з 2145 тис. грн. у 2012 р. до 69,1 тис. грн. – у 2014 р.). Дебіторська заборгованість за товари на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» була найменшою у 2010 р. і склала 1066 тис. грн., а найбільший обсяг дебіторської заборгованості за товари спостерігаємо у 2014 р. (2360 тис. грн.).

Зростання обсягу оборотних активів у період з 01.01.11 р. по 01.01.13 р. з 1673,2 тис. грн. до 4134,1 тис. грн. спостерігаємо на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» (див. додаток Г). Станом на 01.01.14 р. обсяг оборотних активів зменшився до 3031,2 тис. грн., тоді як на 01.01.15 р. знову спостерігаємо зростання обсягу оборотних активів. Такі коливання в динаміці оборотних активів обумовлюються стрибкоподібним зменшенням обсягу запасів на підприємстві. Дебіторська заборгованість за товари на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» протягом 01.01.11 – 01.01.15 рр. відображає стійку тенденцію до зростання (див. додаток Г). Станом на 01.01.11 р. обсяг дебіторської

заборгованості склав 1046,9 тис. грн., а на 01.01.15 р. цей показник дорівнював 3485,8 тис. грн., що відповідало темпу зростання 232,9%.

Оскільки в динаміці оборотних активів підприємств спостерігаємо великий обсяг дебіторської заборгованості, то доцільним є визначення її частки в оборотних активах. Для кожного з досліджуваних підприємств розраховано питому вагу дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах. Результати виконаних розрахунків наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

**Питома вага дебіторської заборгованості
за товари в оборотних активах підприємств**

Підприємство	Питома вага дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах підприємств*, %				
	01.01.11	01.01.12	01.01.13	01.01.14	01.01.15
ТзОВ «Торговий дім «Кімак»	37	50	52	37	58
ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»	53,7	72,4	35,9	38,2	77,8
ТзОВ «Грейнпласт- Карпати»	62,5	51,2	57,7	97,9	86,9

*Розраховано за даними балансів (додаток А)

Як свідчать дані табл. 2.7 на ТзОВ «Торговий дім «Кімак», найменша частка дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах (37%) була зафікована у 2010 р. та 2013 р., а найбільша її частка (58%) – у 2014 р. На ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» найменшу питому вагу дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах спостерігаємо в 2012 році, яка склала 35,9%. У період з 01.01.13 р. по 01.01.15 р. питома вага дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах зросла до 77,8%. Частка дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» за період з 01.01.11 р. по 01.01.15 р. була у межах 51,2% (станом на 01.01.12 р.) та 97,9% (станом на 01.01.14 р.). Висока питома вага дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах свідчить про неефективну кредитну політику підприємства стосовно своїх покупців, а саме: слабка

політика стягнення боргів споживачів, у тому числі у судовому порядку, продаж продукції клієнтам, що неспроможні її оплачувати (слабка кредитна політика), що призвело до зниження фінансової стійкості підприємства та погіршення фінансування господарської діяльності.

Окремої уваги заслуговує оцінка якості дебіторської заборгованості. Результати виконаних розрахунків наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

**Показники якості дебіторської заборгованості
за товари підприємств торгівлі**

Підприємство	Роки				
	01.01.11	01.01.12	01.01.13	01.01.14	01.01.15
Питома вага дебіторської заборгованості за товари в чистих доходах від реалізації товарів підприємств					
ТзОВ «Торговий дім «Кімак»	7,74	11,2	14,9	14,0	23,6
ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»	7,0	11,7	10,2	6,8	11,3
ТзОВ «Грейнпласт- Карпати»	11,7	32,5	37,3	40,7	41,7
Питома вага простроченої дебіторської заборгованості за товари в загальній дебіторській заборгованості					
ТзОВ «Торговий дім «Кімак»	37,2	40,6	50,0	42,3	41,5
ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»	19,0	27,4	46,7	35,0	29,8
ТзОВ «Грейнпласт- Карпати»	40,3	41,9	54,0	46,2	45,4

*Розраховано за даними балансів та звітів про фінансові результати (додатки А, Б) та за матеріалами первинного й аналітичного бухгалтерського обліку

Протягом досліджуваного періоду частка дебіторської заборгованості в чистих доходах від реалізації товарів на підприємствах торгівлі мала тенденцію до зростання. Так, на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» питома вага дебіторської заборгованості в чистих доходах від реалізації товарів зросла з 7,74% (станом на 01.01.11 р.) до 23,6% (станом на 01.01.15 р.), тобто в 3 рази. Частка простроченої дебіторської заборгованості була в межах 37,2% (на 01.01.11 р.) та 50,0% (на 01.01.13 р.). Не зважаючи на те, що дебіторська заборгованість підприємства ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» займала велику частку в

оборотних активах, однак питома вага цієї заборгованості в чистих доходах від реалізації товарів серед досліджуваних підприємств була найменшою, а частка простроченої дебіторської заборгованості не перевищувала 46,7% протягом аналізованого періоду. Це обумовлюється виваженою системою розрахунків підприємства з своїми контрагентами. Поряд з цим необхідно відзначити, що на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» зафіксовано найбільшу частку дебіторської заборгованості в чистих доходах від реалізації товарів серед досліджуваних підприємств торгівлі, яка мала тенденцію до зростання протягом аналізованого періоду (з 11,7% до 41,7%), тоді як частка простроченої дебіторської заборгованості коливалася в межах 40,3% – 54%. За результатами аналізу, найбільша частка простроченої дебіторської заборгованості досліджуваного підприємства була зафіксована на 01.01.13 р., що зумовлено інфляційними процесами та зниженням ділової активності підприємств торгівлі.

Наступним етапом оцінки якості дебіторської заборгованості є порівняння темпів зміни чистого доходу від реалізації товарів та дебіторської заборгованості торговельних підприємств (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Темпи зміни чистого доходу від реалізації товарів
та дебіторської заборгованості торговельних підприємств**

Показник	Ланцюговий темп приросту, %			
	01.01.12 р.	01.01.13 р.	01.01.14 р.	01.01.15 р.
ТзОВ «Торговий дім «Кімак»				
Чистий дохід від реалізації товарів	42,5	-14,9	-22,7	-8,1
Дебіторська заборгованість за товари	106,9	12,9	-26,9	53,9
ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»				
Чистий дохід від реалізації товарів	29,7	-11,3	23,9	-3,7
Дебіторська заборгованість за товари	116,7	-22,6	-17,4	59,9
ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»				
Чистий дохід від реалізації товарів	-41,5	22,2	13,9	14,7
Дебіторська заборгованість за товари	62,4	40,2	24,5	17,4

*Розраховано за даними балансів та звітів про фінансові результати (додатки А, Б)

Необхідно відзначити, що темпи приросту дебіторської заборгованості на досліджуваних підприємствах торгівлі випереджають темпи приросту чистого доходу від реалізації товарів. Таке зростання зумовлене збільшенням термінів погашення дебіторської заборгованості, а отже і зниженням її якості.

На основі проведеного аналізу оборотних активів та фінансових результатів діяльності аналізованих підприємств можемо виокремити наступні проблеми:

- на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» спостерігаємо високу питому вагу дебіторської заборгованості за товари в оборотних активах і зростання її частки в чистих доходах від реалізації товарів протягом аналізованого періоду;
- на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» спостерігається зростання обсягу дебіторської заборгованості в динаміці та її частки в оборотних активах, збільшення терміну погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей в 2014 р. порівняно із 2010 р., а також зниження показників рентабельності підприємства;
- на ТзОВ «Грейнпланст-Карпати» аналогічно спостерігаємо зростання обсягу дебіторської заборгованості в динаміці та її частки, як в оборотних активах, так і в чистих доходах від реалізації товарів. Також необхідно відзначити зниження показників рентабельності та ділової активності на підприємстві.

Отже, підсумовуючи проведений аналіз діяльності досліджуваних підприємств, можна стверджувати про проблему відволікання грошових коштів у дебіторську заборгованість, яка притаманна для більшості підприємств у сучасних умовах господарювання, що призводить до погіршення фінансування оборотних коштів.

Щоб не допустити зростання неплатежів з боку дебіторів та не втратити своїх клієнтів, підприємства торгівлі змушені шукати нові інструменти фінансування своєї діяльності, одним з яких є факторинг.

В Україні факторингові послуги не набули широкого поширення серед вітчизняних підприємств, що обумовлено жорсткими вимогами банку

(факторингової компанії) до свого клієнта, незрозумілістю механізму здійснення факторингових операцій для підприємств, а також високою їх вартістю. Незважаючи на зростання вартості факторингових операцій, в Україні протягом 2015 року кількість клієнтів, які бажають використовувати послуги факторингу, зростають [45].

Для популяризації та затребуваності цієї послуги зі сторони підприємств доцільним вважаємо розробити методичний інструментарій управління факторингом в діяльності торговельних підприємств, який буде сприяти прийняттю ефективних управлінських рішень, що впливатиме на пришвидшення оборотності оборотних коштів та покращення платоспроможності торговельних підприємств.

2.2. Методичний інструментарій управління факторингом на торговельних підприємствах

Основою функціонування суб'єктів господарювання є досягнення економічного зростання. Проте, в сучасних умовах господарювання торговельні підприємства все частіше стикаються з проблемою неплатежів, або невчасних платежів з боку дебіторів. Внаслідок невчасного отримання коштів за реалізовану продукцію підприємства відчувають нестачу власних оборотних коштів для проведення безперервного торговельного процесу, що призводить до зменшення фінансових результатів. За таких умов підприємства вимушенні звертатися до кредитних ресурсів, які не завжди є економічно оправданими. Тому фінансове забезпечення підприємств в умовах функціонування ринкових відносин неможливе без альтернативного інструменту фінансування оборотних коштів. Все більшої популярності в сучасних умовах набуває факторинг як ефективний інструмент фінансування оборотних коштів торговельних підприємств.

Дослідженням теоретичних та практичних основ факторингу присвячено багато наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених: Герасимович А. М. [29-30], Смачило В.В. [130], Демчук Н.І. [45], Левченко Н.М. [79], Лепьохін О.В. [80], Мороз Е.Г. [93], Ковальова Т.В. [71], Склеповий Є.В. [128], Ступницький О.І. [133], Колодізєва С.О. [74], Лисенко Ю.М. [81], Макарович В.К. [85-86], Внукова Н.М. [19-21], М. Форман, Дж. Гілберт [170], Ф. Селіндже [171], М. Бікерс [172] та ін.

Лепьохін О.В. окреслює позитивні та негативні сторони факторингу та надає рекомендації із забезпечення життєдіяльності підприємств на основі управління факторинговими операціями [80]. Левченко Н.М. розкриває механізм використання факторингу в управлінні дебіторською заборгованістю підприємств [79]. Ковальова Т.В. обґрутує доцільність факторингу в сучасних умовах з метою покращення ліквідності підприємств та отримання додаткових прибутків у банках [71]. Мороз Е.Г. розглядає головні передумови застосування факторингу в Україні, його основні функції та завдання, а також наводять переваги та недоліки здійснення факторингових операцій в Україні [93]. Проте, в роботах науковців обґрутується ефективність та доцільність застосування факторингу в діяльності підприємств на теоретичному рівні, не враховуючи практичний аспект.

Герасимович А.М., Алексеєнко М.Д., Парасій-Вергуненко І.М. розглядають ефективність факторингу у діяльності комерційного банку, яка «...визначається за допомогою таких показників: питома вага факторингових операцій у загальній сумі активних операцій комерційного банку; розмір факторингових операцій на 1 грн. капіталу; розмір факторингових операцій на 1 грн. статутного капіталу; рівень купівлі дебіторської заборгованості» [30].

Внукова Н.М., Опешко Н.С., Колодізєва С.О. досліджували питання ефективності організації факторингу в банку за логістичним підходом, вважаючи, що такий підхід дасть змогу оптимізувати фінансові потоки та забезпечити ефективність фінансової операції. На думку авторів, така методика, фінансування дебіторської заборгованості з врахуванням факторингу, враховує

фінансовий результат, який може отримати банк у разі фінансування окремого дебітора, а не лише зосереджена на фінансовому стані, репутації та якості обслуговування боргу дебіторами, як це передбачено в методиках, які використовують вітчизняні банки [19].

В подальшому, питання ефективного управління послугою факторингу на основі логістичного підходу розвинула Колодізєва С.О. запропонувавши підвищити ефективність управління факторингом на підставі показника рентабельності логістичного ланцюга факторингового обслуговування та визначення рівноважної ставки за факторинговими операціями з врахуванням інтересів учасників факторингової угоди [74].

Показник рентабельності логістичного ланцюга факторингового обслуговування визначається за формулою [74]:

$$Rf = \frac{Pbf + Pcf + Pdf}{Lbf + Lcf + Ldf} * 100\% \quad (2.1)$$

де, Pbf , Pcf , Pdf – прибуток банку, підприємства-клієнта та підприємства-дебітора у результаті факторингового обслуговування;

Lbf , Lcf , Ldf – витрати банку, підприємства-клієнта та підприємства-дебітора від участі в операції факторингу.

Незважаючи на те, що останнім часом серед вітчизняних вчених зростає інтерес до питання сутності факторингу, механізму його здійснення та управління, проблеми оцінки та підвищення ефективності управління факторингом на підприємствах є недостатньо висвітленими.

Серед вітчизняних вчених, які досліджували ефективність використання факторингу в діяльності підприємств необхідно відмітити Макарович В.К., Ступницького О. І., Коверду В.М. [84; 133].

Так, Ступницький О.І. та Коверда В.М. [133] пропонують досліджувати ефективність факторингу в діяльності підприємств на підставі аналізу ефективності використання факторингу, як інструмента управління дебіторської заборгованості за такими напрямами:

- аналіз впливу факторингу на динаміку й рівень дебіторської заборгованості;
- аналіз впливу факторингу на фінансові результати;
- аналіз ефективності факторингу порівняно з альтернативними джерелами фінансування й управління дебіторською заборгованістю [133].

Аналіз впливу факторингу на динаміку й рівень дебіторської заборгованості проводиться за наступними показниками: виторг за оплатою, середнє значення дебіторської заборгованості та залежність загального коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості від коефіцієнтів оборотності клієнтів, що передані на факторингове обслуговування та інших клієнтів [133, с. 78-79]:

Виторг за оплатою виражається за формулою:

$$B = Ноф + Ніни, \quad (2.2)$$

де B – виторг за оплатою,

$Ноф$ – надходження від факторингової компанії,

$Ніни$ – інші надходження від дебіторів.

Середнє значення дебіторської заборгованості визначається за формулою [133]:

$$\mathcal{D}Зсз = \mathcal{D}Зф + \mathcal{D}Зіни, \quad (2.3)$$

де $\mathcal{D}Зсз$ – середнє значення дебіторської заборгованості,

$\mathcal{D}Зф$ – середня заборгованість клієнтів, що передані на факторинг,

$\mathcal{D}Зіни$ – середня дебіторська заборгованість інших клієнтів

Залежність загального коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості від коефіцієнтів оборотності клієнтів, що передані на факторингове обслуговування, та інших клієнтів виражають формулою [133]:

$$Кодз = d_1 * Кодзф + d_2 * Кодзіни, \quad (2.4)$$

де d_1 – частка середньої дебіторської заборгованості факторингових клієнтів у загальній дебіторській заборгованості,

d_2 - частка середньої дебіторської заборгованості інших клієнтів у загальній дебіторській заборгованості,

Кодзф – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості щодо факторингових клієнтів,

Кодзіни - коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості щодо інших клієнтів.

Аналіз впливу факторингу на фінансові результати проводиться з урахуванням середньої рентабельності продажу та співвідношення валового прибутку й собівартості.

Аналіз ефективності факторингу порівняно з альтернативними джерелами фінансування й управління дебіторською заборгованістю полягає у порівнянні альтернативних джерел фінансування дебіторської заборгованості таких, як облік векселів, короткострокові кредити та овердрафт. На думку авторів [133], чим більша номінальна вартість векселя, тим більшу суму зберігає банк у вигляді дисконту. За таких умов використання обліку векселів, як альтернативного джерела фінансування дебіторської заборгованості для суб'єктів господарювання, є занадто витратним.

Використання овердрафту, як методу фінансування дебіторської заборгованості підприємств, не завжди є оправданим, оскільки для підприємств встановлюється ліміт фінансування, який розраховується від середньомісячних надходжень за три останні місяці [133].

Аналогічної думки щодо проведення аналізу ефективності використання факторингу в діяльності підприємств дотримується Макарович В.К. і розглядає ефективність використання факторингу з позиції фінансової установи та підприємства [84]. З позиції підприємства, автором [84] пропонується проводити аналіз ефективності застосування факторингу на основі таких формул:

$$\text{ВРФ} = \frac{\text{НвФ}}{\text{НвД}}, \quad (2.5)$$

де $BP\phi$ – виручка від факторингу,

$H\phi\phi$ – надходження від факторингової компанії,

$H\phi d$ – інші надходження від дебіторів.

$$\overline{Dz}_{ср} = \frac{\overline{Dz}\phi}{\overline{Dz}d}, \quad (2.6)$$

де $\overline{Dz}_{ср}$ – середнє значення дебіторської заборгованості,

$\overline{Dz}\phi$ – середня заборгованість по клієнтах, переданих по факторингу,

$\overline{Dz}d$ – середня дебіторська заборгованість по інших клієнтах (дебіторах)

Отже, аналіз ефективності застосування факторингу в діяльності підприємств з точки зору авторів [84; 133] полягає у визначенні виторгу від реалізації продукції, середньої дебіторської заборгованості, залежності загального коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості від коефіцієнта оборотності клієнтів, що передані на факторингове обслуговування, та інших клієнтів, а також визначення оптимального ліміту фінансування за факторингом [84; 133].

Незважаючи на достатню кількість наукових праць в області факторингу, методика оцінювання доцільності застосування факторингових операцій в діяльності підприємств торгівлі вітчизняною наукою слабо вивчена та недостатньо застосовується в практиці ринкового господарювання в Україні. Тому основним завданням дослідження є обґрунтування управління факторингом на підприємствах торгівлі, яке базується на методиці оцінювання економічної доцільності застосування факторингу у діяльності торговельних підприємств.

Методичний інструментарій оцінювання економічної доцільності факторингу в діяльності торговельних підприємств складається із шести етапів (рис. 2.3).

На першому етапі методики визначається основна мета оцінювання доцільності застосування факторингових операцій на підприємствах торговельної галузі, яка полягає у виявленні економічних переваг

факторингових операцій як інструменту фінансування та управління оборотними коштами торговельних підприємств.



**Рис. 2.3. Методичний інструментарій оцінювання економічної
доцільності факторингу в діяльності торговельних підприємств**

* узагальнено та сформовано автором на основі джерел [51; 84; 90; 116]

Другий етап методики передбачає визначення основних напрямів оцінювання доцільності застосування факторингу, а саме:

- проведення аналізу оборотних коштів до та після застосування факторингу;
- проведення аналізу фінансових результатів до та після застосування факторингу;
- проведення порівняльного аналізу джерел формування оборотних коштів;
- оцінити загальну економічну доцільність застосування факторингу на основі показників економічного зростання.

Третій етап методики передбачає визначення принципів оцінювання доцільності використання факторингу на підприємствах торгівлі. Головні принципи оцінювання ефективності застосування факторингових операцій, сформовані на основі базових принципів економічного та фінансового аналізів [90, с.19–20; 116, с.13]:

- науковість (базується на використанні наукових методів економічних досліджень);
- комплексність (комплексний підхід до оцінювання, як вхідних, так і вихідних параметрів);
- точність (висновки повинні обґрунтовуватись точними аналітичними розрахунками);
- достовірність та об'єктивність даних (інформація, на основі якої проводиться оцінка доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств, повинна відображати достовірні, правдиві дані з метою отримання об'єктивних висновків);
- порівнянність та динамічність (при оцінці доцільності застосування факторингу розраховані показники повинні порівнюватись та відображати економічний ріст у динаміці);
- кількісна та якісна вимірність (оцінка доцільності застосування факторингу повинна виражатися в кількісних та якісних показниках);
- конкретність та дієвість (оцінка доцільності застосування факторингу повинна мати цільову спрямованість на конкретну практику та результативність і бути аргументована аналітичними висновками для прийняття управлінських рішень).

Дотримання цих принципів забезпечує об'єктивну оцінку доцільності застосування факторингу в роботі торговельних підприємств.

Четвертий етап методики полягає у визначенні оптимальних критеріїв оцінювання доцільності використання факторингу у діяльності підприємств торгівлі. Аналіз літературних джерел показав, що основним критерієм ефективності будь-якої фінансової операції є отримання максимального прибутку при мінімальних витратах.

У цьому зв'язку вважаємо, що оцінювання економічної доцільності застосування факторингу на підприємствах сфери торгівлі базується на таких критеріях:

- прибутку;
- витрат;
- оборотності;
- порівняння.

Оцінювання доцільності застосування факторингу за критерієм прибутку полягає в зіставленні фінансових результатів підприємства, отриманих з використанням факторингу з фінансовими результатами, які були отримані без використання факторингу. При порівняльному методі фінансові результати з використанням факторингу повинні перевищувати фінансові результати без його застосування.

Оцінювання доцільності застосування факторингу за критерієм витрат полягає у визначенні показника витратовіддачі або витратоємності.

Доцільність використання факторингу за критерієм оборотності полягає в досягненні максимальної оборотності оборотних коштів, а також їх елементів та зіставлення цих оборотів з оборотами оборотних коштів у попередні періоди без використання факторингу; за критерієм порівняння – в порівнянні економічної ефективності факторингових операцій та інших джерел фінансування. Враховуючи, що основним джерелом фінансування оборотних коштів є короткострокові банківські кредити, то в основу порівняння джерел фінансування покладено коефіцієнт економічної ефективності за витратовіддачею або витратомісткістю.

П'ятий етап методики полягає в обґрунтуванні основних методів, які використовуються при оцінюванні ефективності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств. В економічно-фінансовому аналізі використовуються різні методи дослідження, які поділяються на формалізовані та неформалізовані [51; с. 19-20, 116, с.14].

На нашу думку, найоптимальнішими методами, які вирішують завдання оцінювання економічної доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств, доцільно виділити наступні (табл. 2.10):

Таблиця 2.10

Методи, які використовуються при оцінюванні економічної доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств

№ п/п	Назва метода	Характеристика метода
1	Методи фінансової звітності, в тому числі: а) горизонтальний; б) вертикальний; в) порівняння; г) коефіцієнтний	Дозволяють дослідити склад, динаміку, структуру та структурні зміни статей звітності. а) дозволяє вивчити динаміку показників; б) дозволяє вивчити структуру показників; в)здійснюється порівняння показників з нормативними, оптимальними розмірами; г) ґрунтуються на кількісних показниках, які характеризують якісну оцінку досліджуваного об'єкта
2	Метод побудови аналітичних таблиць	Використовується з метою підвищення наочності та системного подання даних та результатів аналізу
3	Графічний метод	Використовується з метою відображення показників у вигляді різних графіків та фігур
4	Метод середніх величин	Використовується для кількісної характеристики сукупності однорідних явищ по будь-якій озnaці
5	Метод групування	Використовується з метою вивчення структури та структурних зрушень; виявлення взаємозалежності між певними ознаками
6	Експертні методи	Оцінка розвитку досліджуваного об'єкта на основі професійного досвіду та інтуїції спеціалістів (експертів) у даній області

* узагальнено автором на основі джерел [51; 116]

Шостий етап методики відображає етапи аналізу доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Етапи аналізу доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств

* розроблено автором

Дослідження доцільності застосування факторингу на підприємствах торгівлі полягає в проведенні аналізу динамічних змін оборотних коштів та їх елементів, а також дослідження змін динаміки фінансових результатів

підприємства, які пов'язані з використанням факторингу. Наступним етапом є дослідження структури оборотних коштів та фінансових результатів, аналізу коефіцієнтів ефективності використання оборотних коштів торговельних підприємств, а також доцільності застосування факторингу на основі сформованих коефіцієнтів. В основу такого дослідження покладено співвідношення показників економічного зростання з факторингом.

Показники, які характеризують зміни в динаміці оборотних активів та фінансових результатів із застосуванням факторингу на підприємствах торгівлі відображені в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

**Показники, які характеризують зміни в динаміці
оборотних активів та фінансових результатів
із застосуванням факторингу на торговельних підприємствах**

№ п/п	Показник	Методика розрахунку	Нормативне значення
1	Зміна вартості оборотних активів, ΔOA	$\Delta OA = OA_1 - OA_0$, OA_1, OA_0 - оборотні активи після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути від'ємним (-)
2	Зміна вартості запасів, товарів, дебіторської заборгованості, $\Delta B(z; t; dz)$	$\Delta B(z; t; dz) = z; T; Dz_1 - z; T; Dz_0$, $z; T; Dz_1, z; T; Dz_0$ – дебіторська заборгованість після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути від'ємним (-)
3	Зміна доходу від реалізації товарів, ΔD	$\Delta D = D_1 - D_0$, D_1, D_0 – доход від реалізації товарів після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути додатнім (+)
4	Зміна прибутку (валового) підприємства, $\Delta \Pi(v.)$	$\Delta \Pi(v.) = \Pi(v.)_1 - \Pi(v.)_0$, $\Pi(v.)_1, \Pi(v.)_0$ – прибуток (валовий) після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути додатнім (+)

* сформовано автором на основі джерел [51; 84; 116]

Зростання показників у динаміці, таких як: доход від реалізації товарів, валовий прибуток свідчать про покращення фінансових результатів торговельного підприємства шляхом застосування факторингу. Однак,

показники, які характеризують вартість оборотних активів повинні прямувати до зменшення. Такі значення досягаються іммобілізацією оборотних активів внаслідок їхнього пришвидшення. Сума дебіторської заборгованості має прямувати до зменшення, що обумовлюється застосуванням факторингу в діяльності торговельних підприємств.

Дослідження структури оборотних коштів та фінансових результатів проводиться з метою визначення зміни питомої ваги елементів оборотних коштів пов'язаних з використанням факторингу.

В основу коефіцієнтного аналізу покладені показники ефективності використання оборотних коштів, зокрема коефіцієнти рентабельності та оборотності. З метою подальшого їх порівняння показники ефективності використання оборотних коштів на підприємстві розраховуються до використання факторингу та після його використання.

Коефіцієнти, які характеризують ефективність використання оборотних активів торговельних підприємств із застосуванням факторингових операцій відображені в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

**Коефіцієнти, які характеризують ефективність
використання оборотних активів торговельних підприємств
із застосуванням факторингових операцій**

№ п/п	Показник	Методика розрахунку	Нормативне значення
1	2	3	4
1	Зміна рентабельності оборотних активів, ΔP_{OA}	$\Delta P_{OA} = P_{OA1} - P_{OA0}$, P_{OA1}, P_{OA0} – рентабельність оборотних активів після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути додатнім (+)
2	Зміна рентабельності продажу, ΔP_p	$\Delta P_p = P_{p1} - P_{p0}$, P_{p1}, P_{p0} – рентабельність продажу після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути додатнім (+)
3	Зміна коефіцієнта оборотності оборотних активів, $\Delta K_{(OA)}$	$\Delta K_{(OA)} = K_{(OA)1} - K_{(OA)0}$, $K_{(OA)1}, K_{(OA)0}$ – коефіцієнт оборотності оборотних активів після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути додатнім (+)

Продовження таблиці 2.12

1	2	3	4
4	Зміна коефіцієнтів оборотності запасів, товарів, дебіторської заборгованості $\Delta Ko_{(3;T;Dz)}$	$\Delta Ko_{(3;T;Dz)} = Ko_{(3;T;Dz)1} - Ko_{(3;T;Dz)0}$, $Ko_{(3;T;Dz)1}$, $Ko_{(3;T;Dz)0}$ – коефіцієнти оборотності запасів, товарів, дебіторської заборгованості після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути додатнім (+)
5	Зміна тривалості обороту оборотних активів, $\Delta To_{(OA)}$	$\Delta To_{(OA)} = To_{(OA)1} - To_{(OA)0}$, $To_{(OA)1}$, $To_{(OA)0}$ – тривалість обороту оборотних активів після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути від'ємним (-)
6	Зміна тривалості обороту запасів, товарів, дебіторської заборгованості $\Delta To_{(3;T;Dz)}$	$\Delta To_{(3;T;Dz)} = To_{(3;T;Dz)1} - To_{(3;T;Dz)0}$, $To_{(3;T;Dz)1}$, $To_{(3;T;Dz)0}$ – тривалість оборотів запасів, товарів, дебіторської заборгованості після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути від'ємним (-)
7	Зміна тривалості торговельного циклу, ΔBC	$\Delta BC = BC_1 - BC_0$, BC_1 , BC_0 – торговельний цикл після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути від'ємним (-)
8	Зміна тривалості фінансового циклу, ΔFC	$\Delta FC = FC_1 - FC_0$, FC_1 , FC_0 – фінансовий цикл після та до застосування факторингу (за аналогічні періоди)	значення показника має бути від'ємним (-)

* сформовано автором на основі джерел [84; 116]

Зростання в динаміці рентабельності оборотних активів та продажу свідчить про доцільність та ефективність застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств. Скорочення тривалості обороту оборотних активів, дебіторської заборгованості, товарів та запасів досягається шляхом пришвидшення їх оборотів. Тому коефіцієнти оборотності оборотних активів, запасів, товарів та дебіторської заборгованості повинні прямувати до збільшення, а термін їх використання – до зменшення.

Наступним етапом оцінки економічної доцільності застосування факторингу в діяльності підприємств торгівлі є формування системи показників, які характеризують ефективність використання факторингу на підприємстві. Показники економічної доцільності використання факторингу на торговельних підприємствах пропонуємо поділити за такими критеріями:

- показники, які характеризують економічне зростання за доходом від реалізації, валовим прибутком та оборотними активами торговельних підприємств із застосуванням факторингу;
- показники, які характеризують швидкість обертання оборотних активів;
- показники, які характеризують витратовіддачу або витратомісткість факторингу та банківського кредиту;
- показники, які характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту.

Доцільність застосування факторингу в діяльності підприємств сфери торгівлі обґрунтовується результатами їх діяльності після та до застосування факторингу, а також полягає в порівнянні витрат по факторингу та банківському кредиту, як одного із поширених джерел фінансування господарської діяльності торговельних підприємств. Результатом доцільності застосування факторингу в діяльності підприємств є: прискорення коштів у розрахунках, ліквідування касових розривів, збільшення оборотності оборотних активів та оптимізація їх структури, підвищення фінансової стійкості та поліпшення показників ліквідності й отримання додаткового прибутку. Застосування факторингу доцільне, коли у підприємства є можливість використати фінансові ресурси з рентабельністю вищою, ніж ставка витрат по факторингу, і коли втрати від інфляції можуть перевищити витрати по новому [84].

Система показників охоплює всі сторони процесу стратегічного планування, тобто сформульовані принципи, використовувані методи тощо. Наведемо основні вимоги до показників [64]:

- можливість агрегування і дезагрегування;
- співвідношення і відповідність вимірюваних показників;
- адаптація всієї системи показників для оперативного відображення змін в роботі запланованого господарського суб'єкта;
- стимулююча функція системи показників, тобто господарський суб'єкт прагне до ефективності виробничо-збудової діяльності [64].

Система показників економічної доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств ґрунтуються на таких групах показників: показники, які характеризують економічне зростання за валовим прибутком, доходом від реалізації товарів та оборотними активами торговельних підприємств із застосуванням факторингу; показники, які характеризують швидкість обертання оборотних активів; показники, які характеризують витратовіддачу або витратомісткість факторингу та банківського кредиту та показники, які характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Система показників економічної доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств

* сформовано автором

Система показників економічної доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств побудована на основі критеріїв оцінки економічної доцільності факторингу.

Методика розрахунку та нормативні значення показників економічної доцільності використання факторингу у діяльності торговельних підприємств відображені в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Показники економічної доцільності використання факторингу у діяльності торговельних підприємств

№ п/п	Показник	Методика розрахунку	Нормативне значення
Показники економічного зростання, які обчислюються за валовим прибутком, доходом від реалізації та оборотними активами торговельних підприємств із використанням факторингу			
1	Коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком** Ке.з.п _(в)	$\text{Ке.з.п}(в) = \frac{\Pi_{\Phi}}{\Pi_v},$ $\Pi(v)\phi, \Pi(v) - \text{валовий прибуток із використанням факторингу та без його використання (за аналогічні періоди)}$	≥ 1
2	Коефіцієнт економічного зростання за доходом від реалізації, Ке.з.д.	$\text{Ке.з.д.} = \frac{Д\phi}{Д},$ $D\phi, D - \text{дохід із використанням факторингу та без його використання (за налогічні періоди)}$	≥ 1
3	Коефіцієнт економічного зростання за оборотними активами, Ке.з.оа	$\text{Ке.з.оа} = \frac{OA\phi}{OA},$ $OA\phi, OA - \text{оборотні активи з використанням факторингу та без його використання (за аналогічні періоди)}$	≤ 1
Показники, які характеризують швидкість обертання оборотних активів із використанням факторингу			
1	Приріст оборотності дебіторської заборгованості, обороти $\Delta K_{(DZ)}$	$\Delta K_{(DZ)} = K_{(DZ)1} - K_{(DZ)0},$ $K_{(DZ)1}, K_{(DZ)0} - \text{коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості після та до використання факторингу (за аналогічні періоди)}$	значення показника має бути додатнім (+)
2.	Приріст терміну погашення дебіторської заборгованості, дні $\Delta T_{(DZ)}$	$\Delta T_{(DZ)} = T_{(DZ)1} - T_{(DZ)0},$ $T_{(DZ)1}, T_{(DZ)0} - \text{тривалість обороту дебіторської заборгованості після та до використання факторингу (за аналогічні періоди)}$	значення показника має бути від'ємним (-)
Показники, які характеризують витратовіддачу або витратомісткість факторингу та банківського кредиту			
1	Витратовіддача*** (по факторингу), грн. $BTV_{(\Phi)}$	$BTV_{(\Phi)} = \frac{Д(\Phi)}{Bт(\Phi)}$ $D\phi - \text{дохід з використанням факторингу};$ $Bт(\phi) - \text{витрати за послуги факторингу}$	до збільшення
2	Витратовіддача (по банківському кредиту), грн. $BTV_{(K)}$	$BTV_{(K)} = \frac{Дк}{Bт(K)}$ $Dk - \text{дохід з використанням кредиту};$ $Bт(k) - \text{витрати за користуванням кредитом}$	до збільшення
3	Витратомісткість (по факторингу), грн. $BTe_{(\Phi)}$	$BTe_{(\Phi)} = \frac{Bт(\Phi)}{Д\phi}$	до зменшення

Продовження таблиці 2.13

4	Витратомісткість (по кредиту), грн. $Bt\epsilon_{(k)}$	$Bt\epsilon_{(k)} = \frac{Bt\epsilon_{(k)}}{D_k}$	до зменшення
Показники, які характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту			
1	Коефіцієнт економічної ефективності за витратовіддачею, $Ke.ef.(BtB)$	$Ke.ef.(BtB) = \frac{Bt\epsilon_{(f)}}{Bt\epsilon_{(k)}}$ <i>Bt\epsilon_{(f)}, Bt\epsilon_{(k)} - витратовіддача по факторингу та банківському кредиту</i>	>1
2	Коефіцієнт економічної ефективності за витратомісткістю, грн. $Ke.ef.(Bt\epsilon)$	$Ke.ef.(Bt\epsilon) = \frac{Bt\epsilon_{(f)}}{Bt\epsilon_{(k)}}$ <i>Bt\epsilon_{(f)}, Bt\epsilon_{(k)} - витратомісткість по факторингу та банківському кредиту</i>	<1

* сформовано автором

** валовий прибуток пропонуємо визначати як різницю між чистим доходом від реалізації товарів (Ф №2, ряд 2000) та собівартістю реалізованих товарів (Ф № 2, ряд 2050)

*** характеризує величину доходу від реалізації товарів, що припадає на одиницю витрат за користування факторингом

Показники економічного зростання за валовим прибутком, доходом від реалізації та оборотними активами торговельних підприємств із застосуванням факторингу повинні відображати зростання доходу від реалізації, валового прибутку підприємства шляхом застосування факторингу та іммобілізацію оборотних активів підприємств за рахунок пришвидшення їх оборотності.

Коефіцієнт економічного зростання за доходом від реалізації показує у скільки разів збільшиться дохід внаслідок пришвидшення оборотності дебіторської заборгованості. Коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком відображає у скільки разів збільшиться валовий прибуток за рахунок пришвидшення продажу товарів. Значення коефіцієнта повинно бути більше одиниці. Коефіцієнт економічного зростання за оборотними активами відображає ефективність використання оборотних активів підприємства за рахунок пришвидшення їх оборотності.

До показників, які характеризують швидкість обертання оборотних активів із застосуванням факторингу, на нашу думку, слід віднести приріст оборотності дебіторської заборгованості та термін погашення дебіторської

заборгованості. Приріст оборотності дебіторської заборгованості показує, у скільки разів за певний період (рік) збільшилося обертання коштів, вкладених у розрахунки. Із застосуванням факторингу приріст оборотності дебіторської заборгованості має зростати, а термін погашення дебіторської заборгованості – зменшуватися до 1-2 днів.

Показники, які характеризують витратовіддачу та витратомісткість факторингу та банківського кредиту полягають у визначені витрат по обслуговуванні факторингу та банківського кредиту. Витратовіддача факторингу повинна бути меншою за витратовіддачу банківського кредиту, яка досягається пришвидшенням оборотності оборотних активів і означає скільки припадає доходу від реалізації на 1 грн. витрат по обслуговуванню факторингу чи банківського кредиту. Витратомісткість є оберненим показником до витратовіддачі та означає: скільки витрат по обслуговуванню факторингу чи банківського кредиту припадає на 1 грн. доходу від реалізації.

До показників, які характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту, належать коефіцієнт економічної ефективності за витратовіддачею та витратомісткістю. Коефіцієнт економічної ефективності за витратовіддачею полягає у співвідношенні витратовіддачі факторингу та банківського кредиту. Якщо значення цього коефіцієнта більше одиниці, то застосування факторингу є економічно вигідним. Значення коефіцієнта економічної ефективності за витратомісткістю повинне бути менше одиниці.

Значення запропонованих показників мають причинно-наслідковий характер і базуються на основі порівняльної оцінки з аналогічними показниками у попередні періоди без використання факторингу. На основі сформованих показників можна обґрунтовувати ефективність використання оборотних коштів торговельних підприємств шляхом застосування факторингу.

Запропонована система показників сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень щодо доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств. На основі цієї системи показників автором сформовано методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу у діяльності підприємств торгівлі (рис. 2.6).

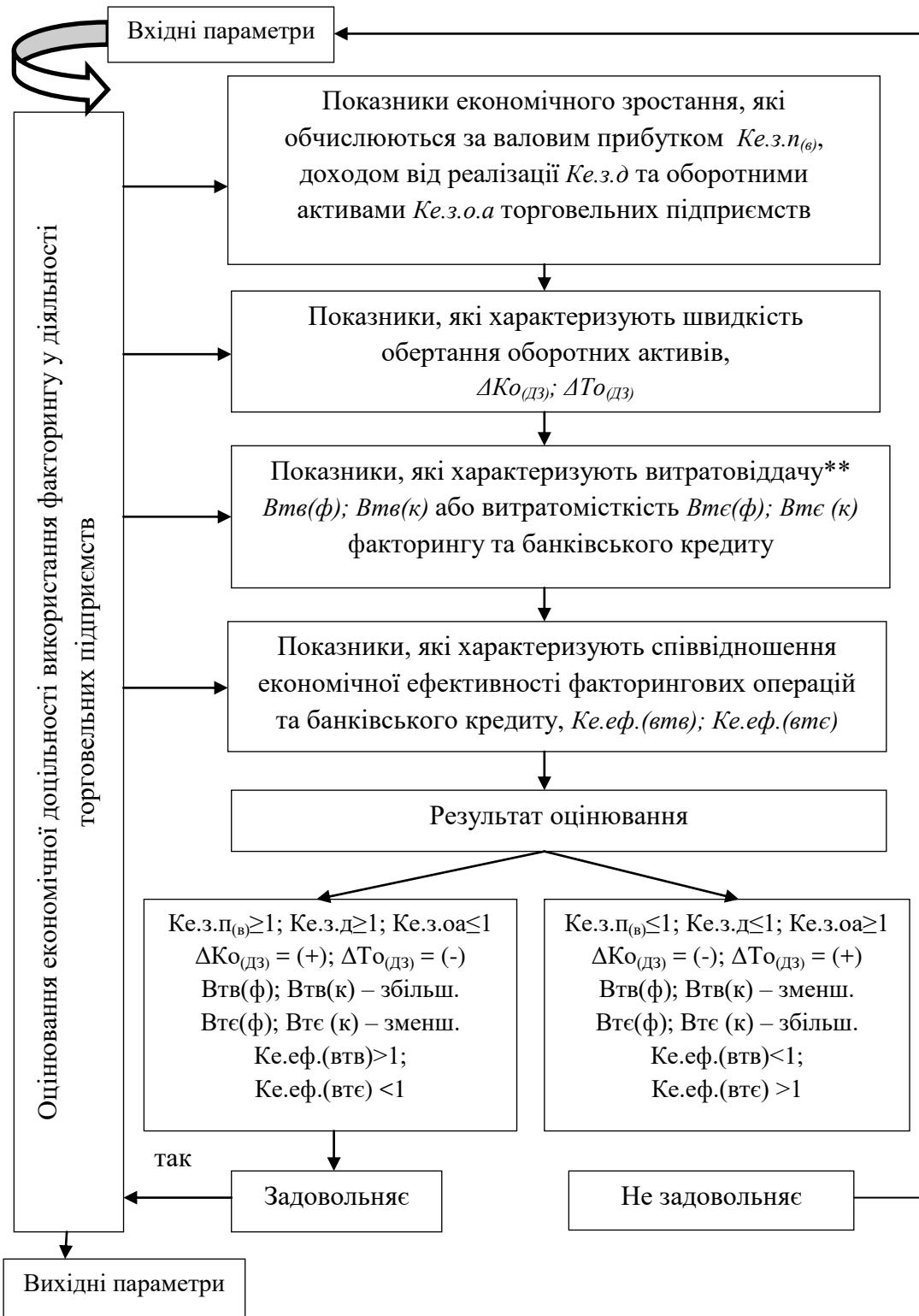


Рис. 2.6. Методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу у діяльності торговельних підприємств

*розроблено автором

** характеризує величину доходу від реалізації товарів, що припадає на одиницю витрат за користування факторингом або банківським кредитом

Сформовані показники базуються на основі оцінки причинно-наслідкових зв'язків з аналогічними показниками в попередні періоди та показують ефективність використання оборотних активів торговельних підприємств шляхом використання факторингу

Оцінювання доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств завершується співвідношенням показників економічного зростання з факторингом, а саме: коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком; коефіцієнт економічного зростання за доходом від реалізації; коефіцієнт економічного зростання за оборотними активами.

Співвідношення показників економічного зростання торговельних підприємств із факторингом означає, що коефіцієнт економічного зростання за оборотними активами повинен бути менший за одиницю за рахунок іммобілізації оборотних активів.

Коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком повинен бути більший за одиницю за рахунок пришвидшення оборотності оборотних активів шляхом зниження витрат на закупівлю товарів, а коефіцієнт економічного зростання за доходом від реалізації товарів повинен бути більший за коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком за рахунок скорочення терміну погашення дебіторської заборгованості.

Найважливіше у цьому співвідношенні, щоб коефіцієнти економічного зростання за доходом та валовим прибутком від реалізації товарів були більше одиниці, а значення коефіцієнта економічного зростання за оборотними активами повинно бути менше одиниці.

Якщо в результаті проведеного аналізу задовольняються вимоги співвідношення показників економічного зростання підприємств торгівлі з факторингом, використання факторингу в їх діяльності є доцільним та обґрунтованим. Співвідношення показників економічного зростання торговельних підприємств з факторингом відобразимо за формулою:

$$\text{Ке.з.д} \geq \text{Ке.з.п}_{(в)} \geq 1 \geq \text{Ке.з.о.а.} \quad (2.7)$$

Методика оцінювання економічної доцільності використання факторингу на торговельних підприємствах повинна служити менеджерам підприємств при прийнятті обґрунтованих рішень стосовно доцільності його застосування.

Сьогодні запровадження факторингу в Україні ускладнюється прийнятою практикою ведення торговельних операцій, яка передбачає здебільшого передплату та майже повну відсутність товарного кредиту. Важливу роль у розвитку факторингових послуг відіграє й обізнаність менеджерів, економістів та керівників з цією послугою. Сучасна підготовка спеціалістів та фахівців вітчизняних підприємств повинна розкрити їм ефективні методи управління підприємством, які застосовуються в міжнародній практиці, серед яких і є факторинг [165].

На думку Внукової Н.М. факторинг є самостійним інструментом, який повинен перебувати у портфелі фінансового менеджера, оскільки факторинг – це інструмент розвитку підприємства, за допомогою якого можна досягнути збільшення обсягів продажу, збільшення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства [19].

Використання факторингу на підприємствах торговельної галузі не лише дає змогу уникнути кризових явищ, а й сприяє подальшому розвитку підприємства на основі зменшення обсягу дебіторської заборгованості, скорочення терміну повернення коштів від дебіторів, підвищення ліквідності та платоспроможності, що зумовлюється зростанням фінансових результатів та збільшенням ринкової вартості підприємства.

Доцільність застосування факторингу в діяльності підприємств сфери торгівлі обумовлюється такими основними причинами:

- по-перше, за допомогою факторингу здійснюється фінансування оборотних коштів торговельних підприємств;
- по-друге, факторинг впливає на пришвидшення оборотності оборотних коштів, що сприяє покращенню результатів фінансово-господарської діяльності торговельних підприємств;

— по-третє, застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств впливає на їх економічний розвиток.

Запропонована методика оцінювання економічної доцільноті використання факторингових операцій в діяльності торговельних підприємств призначена як для підприємств, які вже користуються факторинговими послугами, так і для тих, які не використовують факторинг у своїй діяльності.

2.3. Оцінювання економічної доцільноті використання факторингу у діяльності підприємств сфери торгівлі в умовах кризи

Доцільність використання факторингу в діяльності торговельних підприємств можна обґрунтувати через порівняльну характеристику з іншими джерелами фінансування оборотних коштів. Основними традиційними джерелами фінансування оборотних активів підприємств торговельної галузі на сьогоднішній день є короткострокові банківські кредити. Необхідно врахувати, що банківські кредити в сучасних умовах господарювання для більшості підприємств є недоступними, тому підприємства шукають альтернативні інструменти фінансування господарської діяльності, одним із яких є факторинг. Для вітчизняних підприємств факторинг є новою послугою, механізм якої не завжди є зрозумілим для суб'єктів господарювання, що призводить до негативного відношення до цієї послуги. Факторинг є ефективним інструментом фінансової підтримки підприємств, який забезпечує збільшення обсягів продажу з одночасним зменшенням дебіторської заборгованості [39; 79, с. 250].

Використання факторингу в діяльності торговельних підприємств дозволяє керівникам ефективно управляти господарською діяльністю, а саме: грошовими потоками та дебіторською заборгованістю.

Враховуючи вищевикладене, оцінимо та обґрунтуюмо економічну доцільність використання факторингу в діяльності торговельних підприємств,

щоб показати його переваги перед іншими джерелами фінансування з метою популяризації та створення попиту на цю послугу серед підприємств торговоельної галузі.

Оцінювання ефективності застосування факторингу проведено на основі показників економічної доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств, відображені у п. 2.2. Оцінювання буде здійснюватися на основі порівняльної ефективності факторингу та банківського кредиту. Розрахуємо економічний результат від вкладення грошових коштів в оборотні активи із використанням банківського кредиту та факторингу для ТзОВ «Торговий дім «Кімак», ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» (прогнозна оцінка).

Для розрахунків використаємо такі показники: суму товарообороту, яка буде фінансуватися за допомогою факторингу та банківського кредиту; прогнозовану валову рентабельність продажу досліджуваних підприємств (визначена за допомогою середньої арифметичної величини), оскільки цей показник найбільше характеризує ефективність використання факторингу; вартість факторингових операцій та вартість банківського кредиту. Сума товарообороту для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» становить 1039,8 тис. грн., для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» становить 1738,0 тис. грн., а для ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» складає 696,63 тис. грн. Прогнозована рентабельність продажу для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» становить 15,3% річних, для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» відповідно складає 2,4% та 12,8% річних.

Вартість факторингових операцій складає 27% річних з урахуванням комісії за обслуговування [100], вартість кредиту – 27%, що є середньостатистичними відсотками в 2016 р.

Економічний результат від вкладення грошових коштів в оборотні активи з використанням банківського кредиту та факторингу ТзОВ «Торговий дім «Кімак» відображені в табл. 2.14.

Таблиця 2.14

**Економічний результат від вкладення грошових коштів
в оборотні активи з використанням банківського кредиту та факторингу**
ТзОВ «Торговий дім «Кімак» (прогнозна оцінка)

Вид операції	Період, дні	Товарооборот, тис. грн.	Валовий прибуток, тис. грн.	Сума витрат, тис. грн.	Економічний результат, тис. грн.
банківський кредит	30	1039,8	159,09	23,0	136,09
факторинг	30	10001,30*	1530,20	164,5	1365,7

*фінансування поставки товарів при використанні факторингу становить 90% від суми накладної, а термін

Економічний результат від вкладення грошових коштів в оборотні активи ТзОВ «Торговий дім «Кімак» з використанням факторингу є значно більшим за економічний результат з використанням банківського кредиту, що підтверджує його ефективність. Валовий прибуток з використанням кредиту менший в 9,6 разів за валовий прибуток з використанням факторингу.

Методика розрахунку економічного результату з використанням факторингу для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» відображена в додатку Д.

За аналогічною методикою були розраховані економічні результати від вкладення грошових коштів в оборотні активи з використанням банківського кредиту та факторингу для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати».

Економічний результат від вкладення грошових коштів в оборотні активи з використанням кредиту та факторингу на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» відображено в таблиці 2.15. З таблиці 2.15 спостерігаємо утворення валового прибутку з використанням кредитних коштів у сумі 41,71 тис. грн., тоді як валовий прибуток утворений з факторингом становить 401,21 тис. грн. Незважаючи на те, що сума витрат по факторингу є більшою за суму витрат по банківському кредиту в 7,1 разів, однак ефективність використання факторингу

порівняно із банківським кредитом підтверджується економічним результатом, який є більшим в 40 разів.

Таблиця 2.15

**Економічний результат від вкладення грошових коштів
в оборотні активи з використанням банківського кредиту та факторингу
ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» (прогнозна оцінка)**

Вид операції	Період, дні	Товарооборот, тис. грн.	Валовий прибуток, тис. грн.	Сума витрат, тис. грн.	Економічний результат, тис. грн.
банківський кредит	30	1738,0	41,71	38,6	3,14
факторинг	30	16716,92*	401,21	274,8	126,32

*фінансування поставки товарів при використанні факторингу становить 90% від суми накладної

Зростання економічного результату факторингу досягається при швидшенні обротності оборотних коштів підприємств, а саме: дебіторської заборгованості за товари.

Економічний результат від вкладення грошових коштів в оборотні активи з використанням банківського кредиту та факторингу ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» відображені в табл. 2.16.

Таблиця 2.16

**Економічний результат від вкладення грошових коштів
в оборотні активи з використанням банківського кредиту та факторингу
ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» (прогнозна оцінка)**

Вид операції	Період, дні	Товарооборот, тис. грн.	Валовий прибуток, тис. грн.	Сума витрат, тис. грн.	Економічний результат, тис. грн.
банківський кредит	30	696,63	89,17	15,5	73,71
факторинг	30	6700,55*	857,67	110,2	747,49

*фінансування поставки товарів при використанні факторингу становить 90% від суми накладної

При використанні факторингу фінансовий цикл ТзОВ «Торговий дім «Кімак»; ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»; ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» скорочується до одного дня, що призвело до зростання товарообороту та валового прибутку на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» в 9,6 разів, а економічного результату - 10,0 раз, на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» товарооборот та валовий прибуток також зросли в 9,6 раз, а економічний результат в 40 разів.

Використання факторингу на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» дало змогу збільшити товарооборот та прибуток від продажу в 9,6 разів, внаслідок того, економічний результат зросли в 10,0 раз.

Отже, із результатами таблиць 2.14; 2.15; 2.16 показують більшу ефективність використання факторингу, ніж кредиту на досліджуваних підприємствах, яка досягається пришвидшенням коштів у розрахунках.

Вихідні дані для обчислення показників економічної доцільноти використання факторингу на ТзОВ «Торговий дім «Кімак»; ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» відображені в табл. 2.17.

Таблиця 2.17

Економічні показники торговельних підприємств за 2015 р.

та прогноз 2016 р. з використанням факторингу

№ п/п	Показник	ТзОВ «Торговий дім «Кімак»		ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»		ТзОВ «Грейнпласт- Карпати»	
		2015 р.	прогноз 2016 р.	2015 р.	прогноз 2016 р.	2015 р.	прогноз 2016 р.
1	Дохід від реалізації, млн. грн.	12,47	120,00	20,85	200,60	8,35	80,40
2	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, об.	5,1	40,7	10,8	85,0	2,5	23
3	Термін погашення дебіторської заборгованості, дні	71,0	8,9	33,5	4,2	140,9	15,6

* дані на початок відповідного року

Апробація результатів економічної доцільноти використання факторингу в діяльності досліджуваних підприємств торгівлі відображена в таблиці 2.18.

Таблиця 2.18

**Показники економічної доцільності використання факторингу
в діяльності торговельних підприємств (прогнозна оцінка, за рік)**

№ п/п	Показник	ТзОВ «Торговий дім «Кімак»	ТОВ «Холдингова компанія Доброта»	ТзОВ «Грейнпласт- Карпати»
1	2	3	4	5
Показники економічного зростання за валовим прибутком, доходом від реалізації та оборотними активами торговельних підприємств із застосуванням факторингу				
1	Коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком, Ке.з.п(В).	10,7	5,9	8,8
2	Коефіцієнт економічного зростання за доходом, Ке.з.д.	9,62	9,6	9,61
3	Коефіцієнт економічного зростання за оборотними активами, Ке.з.оа	1,0	1,0	1,0
Показники, які характеризують швидкість обертання оборотних активів із використанням факторингу				
1	Приріст оборотності дебіторської заборгованості, обороти, $\Delta \text{Ко}_{(\text{ДЗ})}$	35,6	74,2	20,5
2.	Приріст терміну погашення дебіторської заборгованості, дні, $\Delta \text{То}_{(\text{ДЗ})}$	-62,1	-29,3	-125,3
Показники, які характеризують витратовіддачу або витратомісткість факторингу та банківського кредиту				
1	Витратовіддача (по факторингу), грн., Втв _(Ф)	60,7	60,83	60,8
2	Витратовіддача (по кредиту), грн., Втв _(К)	45,2	45,02	44,9
3	Витратомісткість (по факторингу), грн., Втє _(Ф)	0,016	0,02	0,016
4	Витратомісткість (по кредиту), грн., Втє _(К)	0,02	0,022	0,02
Показники, які характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту				
1	Коефіцієнт економічної ефективності за витратовіддачею, Ке.еф. _(Втв)	1,34	1,35	1,35
2	Коефіцієнт економічної ефективності за витратомісткістю, грн. Ке.еф. _(Втє)	0,8	0,9	0,8

Розраховані показники економічного зростання за валовим прибутком для ТзОВ «Торговий дім «Кімак», ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» відображають ефективність застосування

факторингу в діяльності підприємства. Показник економічного зростання за валовим прибутком для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» складає 10,7, для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» 5,9, а для ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» становить 8,8 та відображає у скільки разів збільшився прибуток з використанням факторингу.

Показник економічного зростання за доходом від реалізації для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»; ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» відповідно становить 9,62; 9,6; 9,61 та показує, що дохід від реалізації товарів з використанням факторингу на підприємствах зріс майже в 10 разів. Зростання доходу від реалізації товарів на підприємствах обумовлюється пришвидшенням оборотності оборотних активів, особливо дебіторської заборгованості за товари. Для ТзОВ «Торговий дім «Кімак», ТОВ «Холдингова компанія «Доброта», ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» показник економічного зростання за оборотними активами становить «1». Це пояснюється тим, що зростання фінансових результатів підприємств відбулося без змін вартості оборотних активів.

Наступна група показників, які обґрунтують доцільність використання факторингу, є показники швидкості обертання оборотних активів із застосуванням факторингу. До основних показників, які найбільше відображають ефективність факторингу в діяльності підприємств, є коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості та тривалість обороту дебіторської заборгованості. Ефективність застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств підтверджується в тому випадку, коли коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зростатиме, а термін її повернення - навпаки, зменшуватися. Розраховані показники, які характеризують швидкість обертання оборотних активів з факторингом на досліджуваних підприємствах, підтвердили ефективність його застосування, оскільки коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» збільшився на 35,6 обороти, а термін погашення дебіторської заборгованості скоротився на 62,1 дні.

Відобразимо графічно тенденції зміни доходу від реалізації товарів та терміну погашення дебіторської заборгованості на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» з використанням факторингу (рис. 2.7).

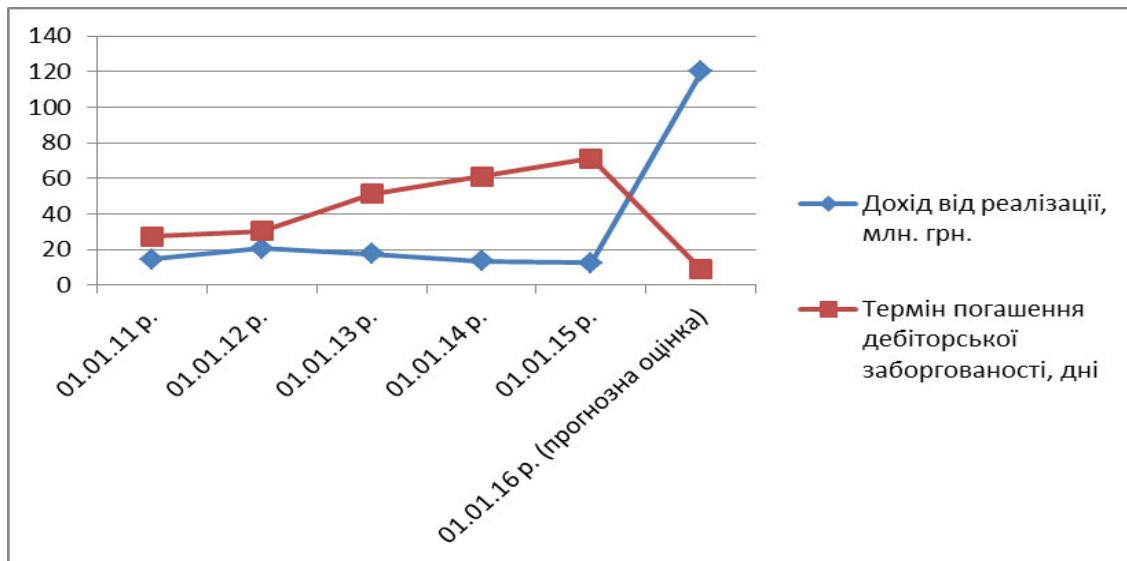


Рис. 2.7. Тенденції зміни доходу від реалізації товарів та терміну погашення дебіторської заборгованості на ТзОВ «Торговий дім «Кімак»

На ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» оборотність дебіторської заборгованості збільшилася на 74,2 обороти, тоді як термін погашення дебіторської заборгованості скоротився на 29,3 дні (рис. 2.8).

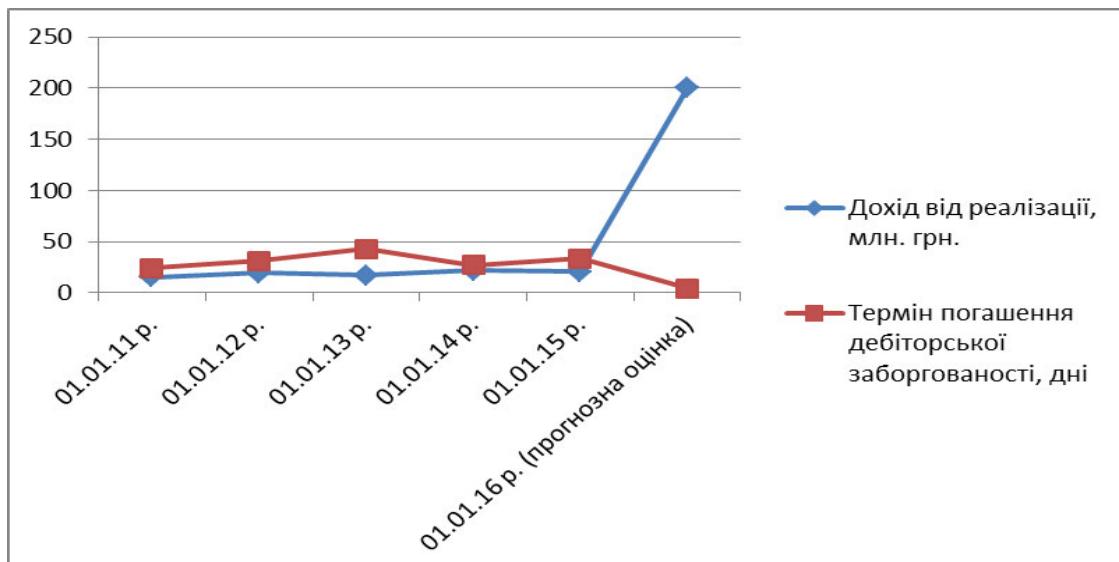


Рис. 2.8. Тенденції зміни доходу від реалізації товарів та терміну погашення дебіторської заборгованості на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»

На ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зрос на 20,5 обороти, що призвело до зменшення терміну погашення дебіторської заборгованості скоротився на 125,3 дні (рис. 2.9).

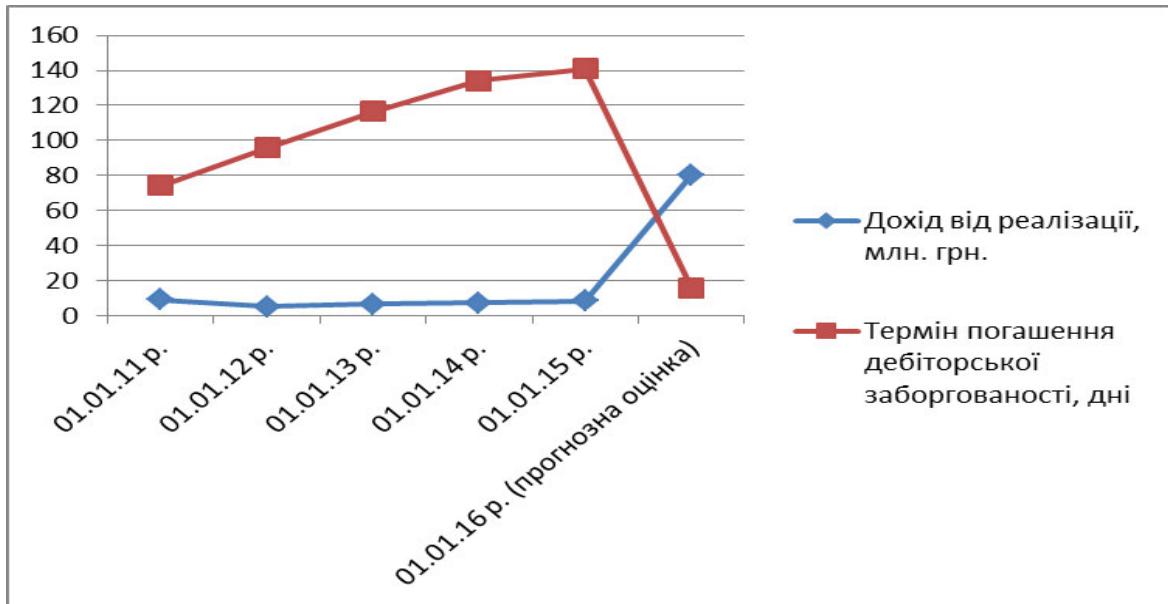


Рис. 2.9. Тенденції зміни доходу від реалізації товарів та терміну погашення дебіторської заборгованості на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»

Отже, необхідно відзначити залежність доходу від реалізації товарів та терміну погашення дебіторської заборгованості з використанням факторингу. Чим менший термін погашення дебіторської заборгованості тим більший дохід.

Ще однією групою показників, яка відображає економічну доцільність використання факторингу в діяльності торговельних підприємств, є показники витратовіддачі та витратоємності по факторингу та банківському кредиту. Витратовіддача означає, скільки доходу від реалізації товарів припадає на 1 грн. витрат від використання факторингу чи банківського кредиту, а витратомісткість є оберненим показником до витратовіддачі. Ефективність використання факторингу на підприємстві підтверджиться, якщо витратовіддача по факторингу буде більшою за витратовіддачу по банківському кредиту, а витратомісткість – навпаки, меншою.

Розраховані показники для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» підтверджують, що витратовіддача по факторингу є більшою за витратовіддачу по банківському кредиту (див. табл. 2.18), та показують що кожна гривня витрат по обслуговуванню факторингу дає можливість отримати 60,7 грн. доходу, а з кожної гривні витрат по обслуговуванню банківського кредиту можна отримати 45,2 грн. доходу від реалізації товарів. Також про ефективність факторингу свідчать і показники витратоємності.

Для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» розраховані показники витратовіддачі по факторингу та кредиту також відображають ефективність застосування факторингу порівняно з кредитом та показують, що кожна гривня витрат по обслуговуванню факторингу дає можливість отримати 60,83 грн. доходу від реалізації, а з кожної гривні витрат по обслуговуванню банківського кредиту можна отримати 45,02 грн. доходу. Витратомісткість по факторингу є меншою за витратомісткість по банківському кредиту, що свідчить про ефективність застосування факторингу в діяльності підприємства в порівнянні з таким видом кредиту.

Показники витратовіддачі по факторингу та банківського кредиту для ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» аналогічно підтверджують ефективність використання факторингу на торговельному підприємстві, оскільки кожна гривня витрат по обслуговуванню факторингу дає можливість отримати 60,8 грн. доходу, тоді як з кожної гривні витрат по обслуговуванню банківського кредиту можна отримати 44,9 грн. доходу. Витратомісткість по факторингу становить 0,01 грн., та означає, що на 1 грн. доходу припадає 0,016 грн. витрат, а при використанні банківського кредиту на 1 грн. доходу припадає 0,02 грн.

Остання група показників, яка обґруntовує ефективність застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств порівняно з іншими джерелами, є показники, що характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту. Як уже зазначалося, основним джерелом фінансування господарської діяльності торговельних підприємств є банківський кредит, тому проведемо порівняльну

оцінку використання факторингу з кредитом на основі коефіцієнта економічної ефективності за витратовіддачею та витратомісткістю.

Незважаючи на те, що в абсолютному значенні витрати по факторингу перевищують витрати по банківському кредиту для досліджуваних підприємств торгівлі, однак значення коефіцієнти економічної ефективності за витратовіддачею є більшим за одиницю, а за витраємністю – навпаки меншим, що підтверджує ефективність використання факторингу порівняно із банківським кредитом.

Доцільність використання факторингу в діяльності торговельних підприємств відобразимо через співвідношення основних показників економічного зростання торговельних підприємств із факторингом, а саме: показник економічного зростання за оборотними активами; показник економічного зростання за доходом від реалізації; показник економічного зростання за валовим прибутком.

Співвідношення показників означають, що коефіцієнт економічного зростання за оборотними активами повинен бути меншим за одиницю за рахунок іммобілізації оборотних активів, коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком повинен бути більшим за одиницю за рахунок пришвидшення оборотності оборотних активів та шляхом зниження витрат на закупівлю товарів, а коефіцієнт економічного зростання за доходом від реалізації повинен бути більшим за коефіцієнт економічного зростання за валовим прибутком за рахунок скорочення терміну погашення дебіторської заборгованості.

Це співвідношення можна відобразити за формулою:

$$Ke.z.d \geq Ke.z.p_{(B)} \geq 1 \geq Ke.z.o.a. \quad (2.8)$$

Співвідношення показників економічного зростання торговельних підприємств з факторингом відображає умови підвищення ефективності

використання оборотних активів шляхом рефінансування дебіторської заборгованості.

Підставимо результати розрахунків показників у формулу для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»:

$$9,62 > 10,7 > 1 = 1;$$

Результати розрахунків показників для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» підставимо у формулу:

$$9,6 > 5,9 > 1 = 1;$$

З формулі бачимо, що всі умови виконуються, що підтверджує доцільність застосування факторингу в діяльності підприємства. Підставимо результати розрахунків показників у формулу для ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»:

$$9,61 > 8,8 > 1 = 1;$$

Як і на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта», так і на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» співвідношення показників відповідають поставленим умовам, що відображає доцільність застосування факторингу в діяльності підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що проведене дослідження на основі запропонованої в п. 2.2 методики оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств підтвердило ефективність його застосування на досліджуваних підприємствах торговельної галузі. Результати апробації показали, що використання факторингу в діяльності підприємств торгівлі позитивно вплинуло на скорочення термінів дебіторської заборгованості з одночасним зростанням доходу від реалізації товарів на підприємствах. Застосування факторингу як ефективного інструменту фінансування оборотних активів шляхом рефінансування

дебіторської заборгованості дасть змогу не тільки збільшити обсяги продажу, а й покращити структуру капіталу балансу, підвищити фінансову стійкість, ліквідність та рентабельність підприємств.

Висновки до розділу 2

1. Торгівля відіграє визначну роль у розвитку вітчизняного господарства, оскільки займає основне місце за внеском у валову додану вартість серед інших галузей. Однак, незважаючи на провідну роль торгівлі в економічному розвитку країни, спостерігаємо уповільнення темпів її розвитку, що обумовлено погіршенням платіжно-розрахункової дисципліни, зниженням фінансової стійкості та платоспроможності.

Дослідження діяльності торговельних підприємств дало змогу стверджувати про проблему відволікання грошових коштів у дебіторську заборгованість, що властива більшості підприємств торгівлі. Щоб не допустити зростання неплатежів з боку дебіторів та не втратити своїх клієнтів, торговельні підприємства можуть застосовувати використання факторингу в своїй діяльності як ефективного інструменту фінансування господарської діяльності.

2. У дослідженні розглянуто методику оцінювання факторингу в діяльності підприємств торговельної галузі та зроблено висновок, що вітчизняними науковцями проблема оцінювання та підвищення ефективності управління факторингом є недостатньо висвітлена. В такому аспекті постала необхідність пошуку ефективного підходу до оцінювання факторингу в діяльності підприємств торгівлі. Удосконалено етапи аналізу доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств, які включають динамічні та структурні зміни оборотних активів та фінансових результатів; аналіз коефіцієнтів ефективності використання оборотних активів; систему показників доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств, що дозволяє обґрунтувати рішення щодо ефективності використання

факторингу. Також удосконалено методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств, який базується на показниках економічного зростання за валовим прибутком, доходом від реалізації та оборотними активами торговельних підприємств із застосуванням факторингу, показниках, які характеризують швидкість обертання оборотних активів із застосуванням факторингу, витратовіддачу й витратомісткість по факторингу та банківському кредиту та показниках, які характеризують співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту, що дозволяє відобразити підвищення ефективності використання оборотних активів, платоспроможності та рентабельності продажу торговельних підприємств.

3. На основі запропонованого методичного підходу щодо оцінювання економічної доцільності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств проведене дослідження ефективності використання факторингу на підприємствах торгівлі. Результати апробації підтвердили ефективність використання факторингових послуг на досліджуваних підприємствах порівняно із іншими джерелами фінансування. Також доведено, що незважаючи на те, що в абсолютному значенні витрати по факторингу перевищують витрати по банківському кредиту, як традиційного джерела фінансування оборотних активів підприємств, значення коефіцієнта економічної ефективності за витратовіддачею є більшим за одиницю, що свідчить про ефективність використання факторингу порівняно із банківським кредитом.

Результати економічної ефективності застосування факторингу в діяльності досліджуваних торговельних підприємств відображені через співвідношення показників економічного зростання з факторингом. Для цього розраховано показники економічного зростання за оборотними активами, за доходом від реалізації та за валовим прибутком.

Для ТзОВ «Торговий дім «Кімак», ТОВ «Холдингова компанія «Доброта», ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» показник економічного зростання за

оборотними активами становить «1». Це пояснюється тим, що зростання фінансових результатів підприємств відбулося без змін вартості оборотних активів. Показник економічного зростання за доходом від реалізації для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»; ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» відповідно становить 9,62; 9,6 та 9,61. Показник економічного зростання за валовим прибутком для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» складає 10,7, а для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» 5,9, а для ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» становить 8,8. Отже, показники економічного зростання з факторингом показали зростання доходу від реалізації та валового прибутку майже в 10 разів, що підтвердило доцільність використання послуги факторингу в діяльності підприємств сфери торгівлі.

Основні результати дослідження, викладені в даному розділі, опубліковано в роботах [143; 153; 168].

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

3.1. Інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств

Характерною особливістю факторингу є придбання грошової вимоги (права) за плату. Зі ст. 1084 ЦКУ випливає, що розрахунки між фактором і клієнтом можуть здійснюватися у вигляді фінансування клієнта шляхом купівлі у нього фактором права грошової вимоги або з метою забезпечення виконання зобов'язання клієнта перед фактором, тобто на момент здійснення факторингової операції вже є заборгованість клієнта перед фактором [160]. Можливим є встановлення плати згідно з договором факторингу у вигляді винагороди за «факторингові послуги» або шляхом визначення ціни вимоги, що передається, у розмірі меншому, ніж основна сума боргу.

Факторинг, з одного боку, дає змогу оптимізувати розрахунки між сторонами, а з іншого – у розумінні не є операцією з надання фінансового кредиту, але має ознаки операцій з борговими вимогами та зобов'язаннями і буває:

- 1) з регресом – якщо боржник не розраховується з фактором, то фактор може стягнути борг з самого клієнта;
- 2) без регресу – коли такої можливості фактор не має.

Відповідно до Положення (Стандарту) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: «сумнівний борг – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує невпевненість її погашення боржником» [118]. При цьому безнадійна дебіторська заборгованість – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності [118].

Все більше українських підприємств виходить на глобальні світові ринки, для яких характерними є, як було зазначено у попередніх розділах, особливості факторингових операцій. Це насамперед: фінансування під запоруку грошових вимог (invoice-discounting) та повноцінний факторинг (full factoring).

Факторингом як інструментом погашення дебіторської заборгованості із залученням третьої сторони необхідно управляти, при цьому виділяють два основних підходи: витратний (критерій – мінімізація витрат) та прибутковий (критерій – максимізація прибутку). Ці підходи відображені в теорії управління активами підприємства. Порівняльну характеристику двох основних підходів до управління факторингом як інструментом погашення дебіторської заборгованості підприємства наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Порівняльна характеристика основних підходів
до управління факторингом як інструментом погашення дебіторської
заборгованості підприємства**

Основні характерні ознаки	Підходи до управління	
	Витратний (орієнтація на витрати)	Прибутковий (орієнтація на прибуток)
1	2	3
Критерії ефективності управління факторингом	Ефект від застосування факторингової операції покриває витрати на дані операції та забезпечує цільову норму прибутковості	Збалансування впливу основних параметрів факторингу на прибуток, при цьому враховували витрати, пов'язані з ним, реакцію покупців та конкурентів
Фактори вибору підходу управління	Собівартість товару (продукції, робіт, послуг); витрати, пов'язані з практичним застосування факторингу; прогноз продажів; цільова прибутковість	Витрати; рентабельність продажів; ліквідність підприємства; оцінка реакції покупців; оцінка реакції конкурентів; оцінка стратегічних наслідків
Формулювання фокусу проблеми	Рівень кінцевої прибутковості відносно до витрат, що супроводжують факторинг	Максимізація прибутковості шляхом вибору оптимального балансу між змінами параметрів факторингу та змінами обсягу продажів

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
Центр відповідальності та контролю за управлінням	Бухгалтерія та/або фінансово-економічний підрозділ підприємства	Керівництво підприємства
Результат обраного підходу до управління	Досягнення короткострокового ефекту; функціональна ізоляція	Досягнення довгострокового ефекту; функціональна інтеграція

* сформовано автором

Застосування підходів до управління факторингом на практиці в чистому вигляді недоцільне, оскільки ефективне управління факторингом має враховувати максимальну кількість факторів, наслідки управління та сприяти досягненню завдань при управлінні. На наш погляд, найбільш прийнятним є прибутковий підхід до управління факторингом підприємства – з орієнтацією на прибуток для досягнення довгострокового ефекту.

Оцінювання можливості здійснення факторингової операції є складовою інструментів реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств (рис. 3.1).

Результатами Блок 1. «Аналіз платоспроможності дебіторів торговельного підприємства з метою переведення їх на факторингове обслуговування» є:

- аналіз платоспроможності дебіторів на основі оцінки якості дебіторської заборгованості;
- ABC-XYZ аналіз дебіторів на основі використання правила Парето та модифікованого коефіцієнта варіації;
- складання реєстру дебіторів.

Якість дебіторської заборгованості пропонуємо оцінювати на основі термінів погашення дебіторської заборгованості кожного дебітора з урахуванням затвердженого на підприємстві терміну товарного кредиту.

Реєстр дебіторів торговельного підприємства складається за відповідною класифікацією (відповідно до об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів).

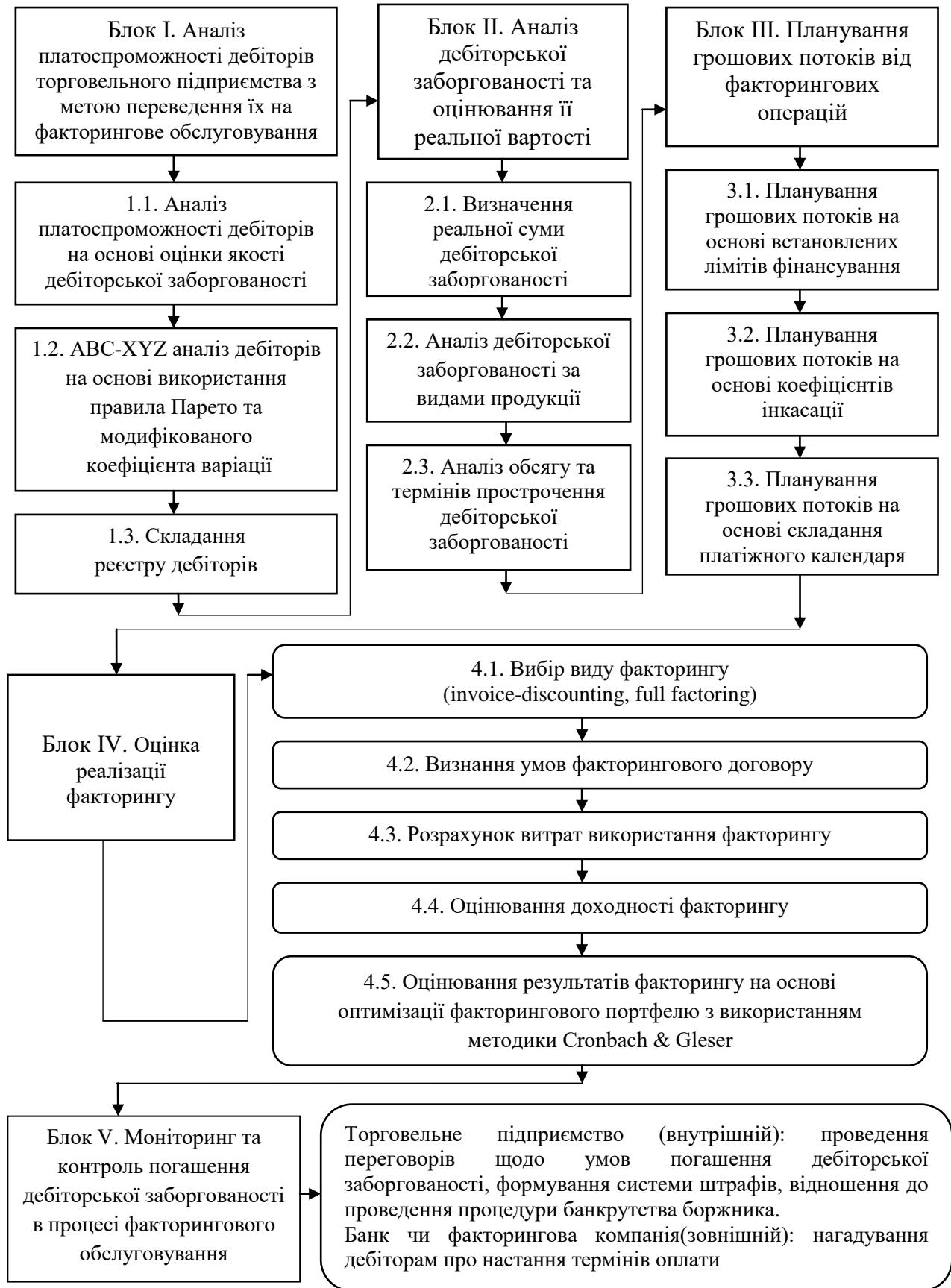


Рис. 3.1. Інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств

* розроблено автором

Блок II «Аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання реальної її вартості» включає елементи:

- визначення реальної суми дебіторської заборгованості в тому числі кожного дебітора;
- аналіз дебіторської заборгованості за видами продукції;
- аналіз обсягу та термінів прострочення дебіторської заборгованості.

У блоці III «Планування грошових потоків від факторингових операцій» створюється політика платежів торговельного підприємства (на наш погляд, планування грошових потоків є можливим із врахуванням лімітів фінансування, на основі розрахунку коефіцієнтів інкасації дебіторської заборгованості та складання платіжного календаря).

Блок IV «Оцінка реалізації факторингу». Визначення необхідності застосування факторингу як інструменту погашення дебіторської заборгованості із залученням третьої сторони можливо при застосуванні оптимізації факторингового портфеля дебіторів. Оптимізація факторингового портфеля дебіторів буде здійснюватися з урахуванням певних обмежень: рівня доходу та кредитного ризику від використання факторингових операцій. Оцінювання результатів факторингу на основі оптимізації факторингового портфеля буде здійснюватися з використанням методики Cronbach & Gleser.

V блок «Моніторинг та контроль погашення дебіторської заборгованості в процесі факторингового обслуговування» вважаємо за необхідне поділити його на внутрішній (здійснюється підприємствами торгівлі) та зовнішній (здійснюється банком чи факторинговою компанією). До засобів здійснення моніторингу та контролю дебіторської заборгованості з боку торговельного підприємства відносимо: виявлення порушення термінів та умов погашення дебіторської заборгованості, тобто проведення переговорів щодо умов погашення дебіторської заборгованості, формування системи штрафів, відношення до проведення процедури банкрутства боржника тощо. Банк чи факторингова компанія також здійснює постійний моніторинг та контроль

дебіторської заборгованості шляхом нагадування дебіторам про настання термінів оплати.

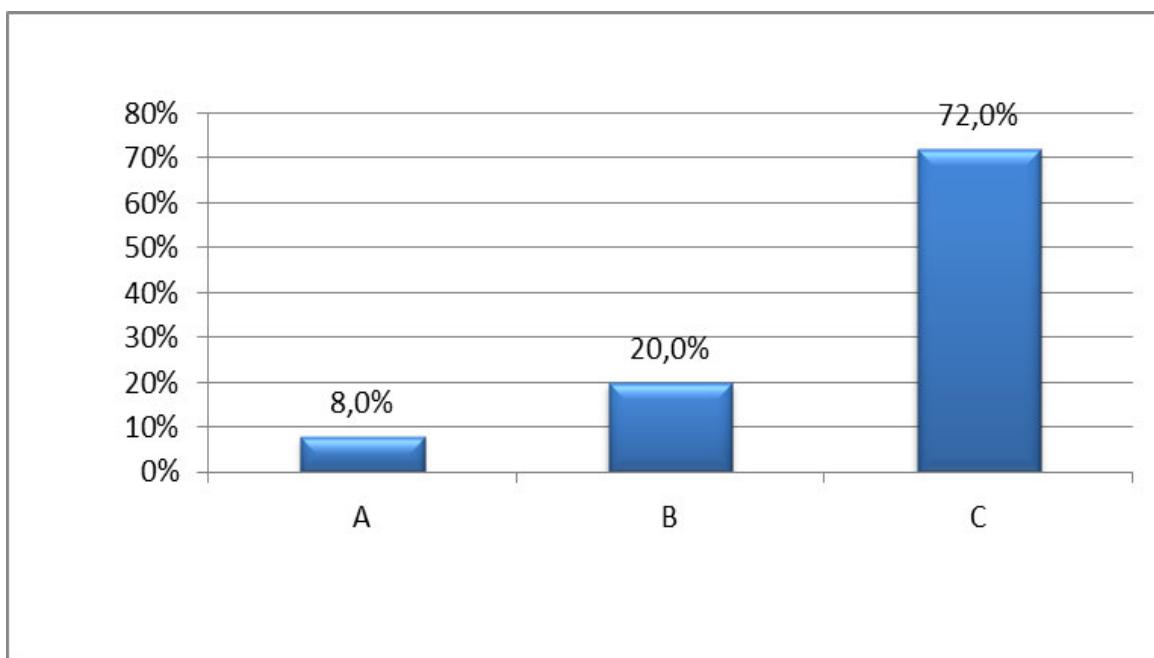
Аналіз платоспроможності дебіторів торговельного підприємства з метою переведення їх на факторингове обслуговування (І блок) пропонується розв'язувати із застосуванням об'єднаного ABC-XYZ аналізу [7].

Даний аналіз апробовано на прикладі підприємств ТзОВ «Торговий дім «Кімак», ТОВ «Холдингова компанія «Доброта», ТзОВ «Грейнпласт-Карпати».

Розрахунки об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» представлено у Додатку Е.

ABC аналіз – це спосіб дослідження, що полягає в ранжуванні дебіторів відповідно до обсягу доходу, який вони приносять підприємствам торгівлі, на три групи – А, В, С та базується на використанні правила Парето або принципу «80/20», тобто відокремлюються головні 80% результату (50+30) та другорядні 20% [61; 114]. Групування дебіторів торговельного підприємства на три групи обумовлено різними підходами до управління їх дебіторською заборгованістю.

Графічна інтерпретація ABC аналізу дебіторів для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» представлена на рис. 3.2.



**Рис. 3.2. Результати ABC аналізу дебіторів
для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»**

За допомогою ABC аналізу оцінено 75 дебіторів ТзОВ «Торговий дім «Кімак». За результатами цього аналізу до групи «A» можна віднести 6 дебіторів, частка яких становить 8% від загальної їх кількості та забезпечують 47% доходу від реалізації товарів. В групу «B» входять 15 дебіторів, що займає 20% від загальної їх кількості та приносять підприємству 32,8% доходу від реалізації. До групи «C» входять найбільша кількість дебіторів (54 дебітори), які забезпечують 20,2% доходу від реалізації товарів і частка яких становить 72% від загальної кількості дебіторів.

Наступним етапом є проведення XYZ аналізу. Сутність XYZ аналізу полягає у визначені ступеня відхилення фактичного терміну погашення дебіторської заборгованості контрагентами від терміну погашення, затвердженого на підприємстві.

Групування дебіторів за ступенем прогнозованості своєчасності погашення дебіторської заборгованості пропонуємо здійснювати шляхом використання модифікованого коефіцієнта варіації.

В класичному розумінні коефіцієнт варіації по середньоквадратичному відхиленню розраховується за формулою [114]:

$$\nu = \frac{\sigma}{\bar{x}} * 100\%, \quad (3.1)$$

де, σ – середньоквадратичне відхилення;

\bar{x} – середнє значення параметра по об'єкту аналізу, що оцінюється.

Середньоквадратичне відхилення визначається за формулою:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad (3.2)$$

де x_i – значення параметра по об'єкту, що оцінюється за i -й період;

n – кількість періодів.

З урахуванням необхідності оцінити відхилення фактичного терміну погашення дебіторської заборгованості від встановленого на підприємстві, формула модифікованого коефіцієнта варіації матиме вигляд:

$$\nu = \frac{\sigma}{T_e} * 100\%, \quad (3.3)$$

де, T_e – встановлений на підприємстві термін погашення дебіторської заборгованості для покупців, днів.

Середньоквадратичне відхилення визначимо з урахуванням фактичного та встановленого терміну погашення дебіторської заборгованості на підприємстві:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (T_{\phi i} - T_e)^2}{n}}, \quad (3.4)$$

де $T_{\phi i}$ – фактичний термін погашення дебіторської заборгованості дебітором, днів;

T_e – встановлений на підприємстві термін погашення дебіторської заборгованості для покупців, днів;

n – кількість відвантажень контрагенту за аналізований період.

За допомогою XYZ аналізу згрупуємо дебіторів на три групи в залежності від ступеня прогнозованості погашення дебіторської заборгованості (ν) з метою підвищення ефективності управління їх платоспроможністю.

Границький показник коефіцієнта варіації для кожної з трьох груп X, Y та Z визначимо за формулою:

$$\nu_i^* = \frac{T_i^* - T_e}{T_e} * 100\%, \quad (3.5)$$

де ν_i^* – границький показник коефіцієнта варіації;

T_i^e – встановлений граничний термін простроченої дебіторської заборгованості i -ї вікової групи, днів;

T_e – встановлений на підприємстві термін погашення дебіторської заборгованості для покупців, днів.

Граничний термін простроченої дебіторської заборгованості 1-ї вікової групи визначатимемо шляхом сумування встановленого на підприємстві терміну погашення дебіторської заборгованості та 50% від такого терміну, для 2-ї вікової групи обчислимо, як суму граничного віку 1-ї вікової групи та 50% від цієї суми.

Встановлений термін погашення дебіторської заборгованості на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» становить 48 днів, для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» – 32 дні, а для ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» – 112 днів.

Результати групування дебіторів ТзОВ «Торговий дім «Кімак» за категоріями X, Y та Z з урахуванням граничного терміну простроченої дебіторської заборгованості для кожної з груп відображені в таблиці 3.2.

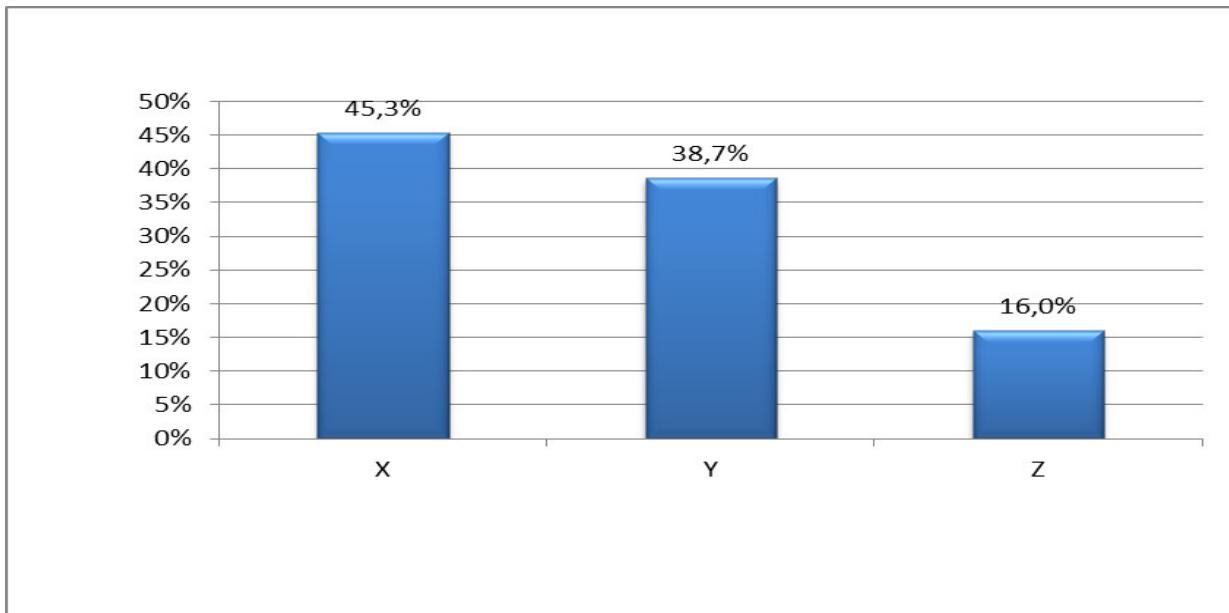
Таблиця 3.2

**Групування дебіторів за категоріями X, Y, Z
за результатами коефіцієнта варіації для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»**

Група дебіторів за ступенем прогнозованості погашення дебіторської заборгованості	Значення коефіцієнта варіації
X	$0 \leq v \leq 50\%$
Y	$51\% \leq v \leq 125\%$
Z	$126\% \leq v$

В групу X входять дебітори, термін погашення дебіторської заборгованості яких коливається в межах від 0 до 72 днів. Межі терміну погашення дебіторської заборгованості для дебіторів, які входять в групу Y становлять від 73 до 108 днів, а для дебіторів, які увійшли у групу Z – більше ніж 109 днів.

Графічна інтерпретація XYZ аналізу дебіторів для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» представлена на рис. 3.3.



**Рис. 3.3. Результати XYZ аналізу дебіторів
для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»**

Відповідно проведений XYZ аналіз дебіторів ТзОВ «Торговий дім «Кімак» відобразив наступні результати: 34 дебітори або 45,3% від загальної їх кількості увійшли в групу X, де термін погашення дебіторської заборгованості за товари не перевищує 72 днів, що є незначним відхиленням від встановленого терміну товарного кредиту на підприємстві.

До групи Y входять 29 дебіторів, що становить 38,7% від загальної їх кількості, в яких термін погашення дебіторської заборгованості коливається в межах 73 – 108 днів.

Групу Z представляють дебітори, які погашають дебіторську заборгованість понад 109 днів і частка яких в загальній кількості дебіторів складає 16% або 12 дебіторів. Це дебітори із найнижчою платіжною дисципліною, що відноситься до групи підвищеного кредитного ризику.

На основі результатів об'єднаного ABC-XYZ аналізу складемо матрицю категорій дебіторів за товари, що наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

**Матриця категорій дебіторів за результатами
об'єднаного ABC-XYZ аналізу**

Категорія		Групи XYZ-аналізу			Обсяг доходу від реалізації товарів
		X	Y	Z	
Групи ABC - аналізу	A	AX	AY	AZ	
	B	BX	BY	BZ	
	C	CX	CY	CZ	
Платіжна дисципліна дебіторів					

Результати об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів та їх частки доходу від реалізації товарів для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» представлена у табл. 3.4 та табл. 3.5.

Таблиця 3.4

**Матриця категорій дебіторів за результатами ABC-XYZ аналізу
для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»**

		Результати XYZ - аналізу							
		X		Y		Z		XYZ	
Результати ABC-аналізу	A	2	2,7%	3	4,0%	1	1,3%	6	8,0%
	B	8	10,7%	4	5,3%	3	4,0%	15	20,0%
	C	24	32,0%	22	29,3%	8	10,7%	54	72,0%
	ABC	34	45,3%	29	38,7%	12	16,0%	75	100,0%

Таблиця 3.5

**Частка доходу від реалізації товарів за результатами об'єднаного
ABC-XYZ аналізу для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»**

Група	X	Y	Z	XYZ
A	15,7%	23,5%	7,8%	47%
B	17,6%	8,8%	6,4%	38,2%
C	9,0%	8,2%	3,0%	20,2%
ABC	42,3%	40,5%	17,2%	100%

Результати об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів та їх частки доходу від реалізації товарів ТзОВ «Торговий дім «Кімак» (табл. 3.4 та табл. 3.5) показали, що до групи АХ входять 2 дебітори підприємства, які забезпечують 15,5% доходу від реалізації товарів. Група ВХ представлена 8 дебіторами, які приносять підприємству 17,6% доходу, а в групу СХ входить найбільша кількість дебіторів (24 дебітори), які забезпечують 9% доходу від реалізації. Для дебіторів груп АХ та ВХ притаманні висока частка доходу від реалізації товарів та невеликий термін погашення дебіторської заборгованості. Групи дебіторів АХ, ВХ та СХ представляють дебітори, в яких термін погашення дебіторської заборгованості не перевищує 72 дні, що є незначним відхиленням від терміну погашення дебіторської заборгованості, затвердженого на підприємстві. Дебіторами таких груп переважно є будівельні компанії приватної форми власності.

Дебітори групи АY в кількості 3 дебітора, забезпечують 23,5% загального доходу підприємства, тоді як 4 дебітори групи ВY – тільки 8,8% і характеризуються досить високою часткою доходів та сумнівною дебіторською заборгованістю. Незважаючи на те, що в групу СY входить велика кількість дебіторів (22 дебітори), частка доходу від реалізації, який вони приносять підприємству, становить лише 8,2%. Відповідно до груп АY, ВY та СY – увійшли ті дебітори, в яких термін погашення дебіторської заборгованості коливається в межах 73 – 108 днів. Контрагентами таких груп є супермаркети, гіпермаркети та будівельні підприємства, фірми.

До групи AZ увійшов лише 1 дебітор, частка доходу якого займає 7,8%. Групи ВZ та CZ формують 11 дебіторів (ВZ – 3 дебітори, CZ – 8 дебіторів), які відповідно забезпечують 6,4% та 3% доходу від реалізації товарів підприємства.

Дебітори груп AZ, ВZ та CZ характеризуються високим ризиком несплати дебіторської заборгованості, де термін повернення цієї заборгованості становить більше 108 днів. Дебіторами таких груп переважно є підприємства, організації, установи державної та комунальної форм власності, а також спеціалізовані будівельні магазини.

З метою оптимізації загального обсягу дебіторської заборгованості та забезпечення своєчасного її погашення по групах об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів торговельного підприємства було розроблено рекомендації щодо управління дебіторською заборгованістю за товари окремо для кожної з груп (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Рекомендації щодо управління дебіторською заборгованістю за товари підприємств торгівлі з урахуванням об'єднаного ABC-XYZ аналізу

Категорія	X	Y	Z
A	Надання знижок, нагадування про оплату, контроль обсягу дебіторської заборгованості та терміну її погашення	Зниження частки сумнівої дебіторської заборгованості при формуванні резерву на її покриття, формування систем цінових знижок та шрафних санкцій, застосування вексельного розрахунку для окремих дебіторів	Рефінансування дебіторської заборгованості шляхом використання факторингу з одночасним застосуванням економічних (штрафні санкції, пені, неустойки) та юридичних (претензійна робота, подача позову до суду) методів управління дебіторською заборгованістю
B	Надання знижок, нагадування про оплату, постійний моніторинг та контроль дебіторської заборгованості	Підтримання обсягу дебіторської заборгованості на існуючому рівні при створенні резерву на її покриття, формування систем цінових знижок та шрафних санкцій, застосування вексельного розрахунку	Рефінансування дебіторської заборгованості шляхом використання факторингу з одночасним застосуванням економічного (штрафні санкції, пені, неустойки) методу управління дебіторською заборгованістю
C	Підтримання обсягу дебіторської заборгованості на існуючому рівні та контроль за термінами її погашення з одночасним зменшенням кількості дебіторів в цій групі	Формування резерву на покриття сумнівої дебіторської заборгованості виходячи з наявних фінансових можливостей підприємства, використання системи шрафних санкцій, застосування факторингу з метою рефінансування дебіторської заборгованості	Рефінансування дебіторської заборгованості шляхом використання факторингу з одночасним застосуванням шрафних санкцій

На основі рекомендацій щодо управління дебіторською заборгованістю за товари підприємств торгівлі в матриці об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів запропоновано способи її погашення (табл. 3.7).

**Способи погашення дебіторської заборгованості
за результатами об'єднаного ABC-XYZ аналізу**

Група дебіторів	Способи погашення дебіторської заборгованості за товари
AX, BX, CX	грошовий розрахунок
AY, BY, CY	грошовий / вексельний розрахунок / факторинг
AZ, BZ, CZ	факторинг

Вважаємо, що факторинг, як інструмент погашення дебіторської заборгованості із залученням третьої сторони, доцільно застосувати для дебіторів, які увійшли у групи CY, AZ, BZ та CZ, тобто перевести на факторингове обслуговування тих дебіторів, які забезпечують торговельні підприємства незначною часткою доходу від реалізації товарів і характеризуються високим рівнем ризику несплати дебіторської заборгованості.

Аналіз реструктуризації дебіторської заборгованості підприємств описано І.О. Бланком у праці «Управління активами» [9]. Відповідно до його концепції для оптимізації структури дебіторської заборгованості за товари використовуються такі формули [9]:

1) прибутковість кредитних операцій у межах одиничної структури дебіторської заборгованості в період t :

$$R_{sp}^t = \frac{\sum_{i=1}^N (R_{mn}^t - I)}{N} , \quad (3.6)$$

де R_{sp}^t – прибутковість кредитних операцій у межах одиничної структури дебіторської заборгованості;

R_{mn}^t – прибутковість кредитних операцій із групою контрагентів mn (відповідно до об'єднаного ABC-XYZ аналізу) за період t ;

I – індекс інфляції за термін, що перевищує встановлений на даному підприємстві для товарного кредитування;

2) середня прибутковість кредитних операцій групи контрагентів mn :

$$\bar{R}_{mn} = \frac{\sum_{t=1}^T R_{mn}^t}{T}, \quad (3.7)$$

де R_{mn}^t – прибутковість кредитних операцій із групою контрагентів mn (відповідно до об'єднаного ABC-XYZ аналізу) за період t ;

T – кількість періодів часу;

3) середня прибутковість кредитних операцій у межах одиничної структури дебіторської заборгованості за попередні періоди:

$$\bar{R}_{sp} = \frac{\sum_{t=1}^T R_{sp}^t}{T}; \quad (3.8)$$

4) коефіцієнт β певної групи контрагентів:

$$\beta_{mn} = \frac{\sum_{t=1}^T [(R_{mn}^t - \bar{R}_{mn}) \cdot (R_{sp}^t - \bar{R}_{sp})]}{\sum_{t=1}^T (R_{sp}^t - \bar{R}_{sp})^2}; \quad (3.9)$$

5) залишковий ризик групи контрагентів:

$$\sigma_{\text{err}} = \frac{\sum_{t=1}^T (R_{mn}^t - \bar{R}_{mn} - \beta_{mn} \cdot (R_{sp}^t - \bar{R}_{sp}))^2}{T}; \quad (3.10)$$

6) показник ризику одиничної структури дебіторської заборгованості за товари:

$$\sigma_{sp} = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^T (R_{sp}^t - \bar{R}_{sp})^2}{T}} . \quad (3.11)$$

Оптимізація структури дебіторської заборгованості за товари апробована на прикладі підприємств ТзОВ «Торговий дім «Кімак», ТОВ «Холдингова компанія «Доброта», ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» та розв'язана шляхом використання вбудованої функції Excel «Пошук рішень».

При проведенні аналізу економічної діяльності підприємств за 2014 р., оптимізовано структуру дебіторської заборгованості за товари, яка забезпечує максимальну прибутковість від торговельних операцій із дебіторами при заданому рівні ризику не більше 0,5%.

Результати оптимізації структури дебіторської заборгованості для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» наведено в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Порівняння фактичних даних із розрахунковими структури дебіторської заборгованості за товари ТзОВ «Торговий дім «Кімак»

Група дебіторів	Фактичні дані на 01.01.15 р.		Частка дебіторської заборгованості, розрахована за методикою оптимізації структури дебіторської заборгованості	Відхилення розрахункових даних від фактичних
	Частка дебіторської заборгованості групи контрагентів у загальному обсязі дебіторської заборгованості за товари	Частка простроченої дебіторської заборгованості за товари в загальному обсязі дебіторської заборгованості за товари		
AX	0,0543	0,006	0,0808	0,0265
AY	0,1611	0,009	0,214	0,0529
AZ	0,1213	0,04	0,1241	0,0028
BX	0,1431	0,002	0,1862	0,0431
BY	0,1712	0,07	0,1581	-0,0131
BZ	0,0672	0,03	0,0454	-0,0218
CX	0,1392	0,019	0,1238	-0,0154
CY	0,0861	0,055	0,0499	-0,0362
CZ	0,0565	0,091	0,0177	-0,0388
Σ	1	0,322	1	
R_p	22,60%		19,32%	-3,28%
σ_p			0,50%	

Розрахунки результатів оптимізації структури дебіторської заборгованості за товари для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» та ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» проводилися за аналогічною методикою.

На основі проведених розрахунків для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» запропоновано зменшити обсяги поставок товару покупцям, частка простроченої дебіторської заборгованості яких коливається від 2 до 9% (групи AZ, BY, BZ, CX, CY, CZ), що позитивно вплине на скорочення обсягу неякісної дебіторської заборгованості на 22,6%.

Для ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» рекомендуємо зменшити обсяги поставок товару для таких груп покупців AX, AZ, BY, BZ, CY, CZ, (частка простроченої дебіторської заборгованості яких коливається від 2,5 до 6%). Для цих груп покупців також притаманні низькі обсяги закупівель та низька платіжна дисципліна. На відміну від попереднього підприємства, підвищена частка простроченої заборгованості характерна і для категорій AX. Зменшення обсягів поставок у напрямі груп покупців AX, AZ, BY, BZ, CY, CZ дозволить ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» скоротити обсяги неякісної дебіторської заборгованості на 24,2%.

Частка простроченої дебіторської заборгованості, яка коливається в межах 1,2 – 4,6%, характерна для покупців підприємства ТзОВ «Грейнпласт-Карпати», які увійшли у групи AZ, BY, BZ, CY. Якщо скоротити обсяги поставок для цих груп покупців, то підприємство зможе зменшити обсяг неякісної дебіторської заборгованості на 23,1%.

Таким чином, при управлінні факторингом на підприємствах торгівлі доцільно проводити оптимізацію структури дебіторської заборгованості за товари з метою зменшення ризику неповернення коштів.

3.2. Оптимізація факторингового портфеля торговельних підприємств

Оптимізація факторингового портфелю дебіторів торговельних підприємств базується на моделі портфельних інвестицій. В. Шарп при розробці САМР (цінова модель ринку капіталів) визначив припущення формування портфеля [162]. Аналіз особливостей факторингу, проведений у попередніх розділах дисертаційної роботи, дозволив визначати адаптовані припущення до оптимізації факторингового портфеля, а саме: визначення факторингової угоди після проведення детального аналізу заданих умов:

- дебітори підприємства повинні бути незалежними від підприємства – фінансова установа, як правило, проводить перевірку на наявність афілійованих осіб. Афілійовані особи не повинні входити у факторинговий портфель;
- оцінка факторингового портфеля визначається на підставі двох факторів: прибутковості операції та рівню ризику;
- при виборі декількох факторингових портфелів, підприємство повинно обрати портфель з максимальною прибутковістю;
- підприємство бажає зменшити ризики, тобто обирає портфель з найменшими ризиками (відповідно Шарпу – стандартне відхилення);
- фінансові установи визначають ліміти фінансування на дебіторів, тобто підприємство може фінансуватися не в повному обсязі;
- для визначення обґрунтованості ліміту фінансування дебіторів підприємство повинно визначити кількість оборотів поставок у місячному розрізі: чим більша оборотність поставок, тим більший ліміт фінансування.

На засадах дискретної цінової моделі ринку капіталів сформуємо умови факторингової угоди – список дебіторів $1, \dots, n$ [89]. При цьому відтермінування платежу (відповідно до договорів підприємств оптової торгівлі) для i -того дебітору складає 60 календарних днів. Позначимо це відтермінування k_i . Відповідно до теорії прибутковості активів підприємства, фінансова установа (Фактор), згідно з угодою, може надати додаткове відтермінування платежу

дебітору клієнта (аналіз умов банківського сектору України – відтермінування до 30 календарних днів (r)).

Підприємство бажало отримати у визначений момент часу t_i дохід з факторингової операції по кожному i -тому дебітору, визначений таким розподілом вартості послуги факторингу, яку підприємство заплатить фінансовій установі – $\gamma_i^1, \dots, \gamma_i^m$ з ймовірністю p_1, \dots, p_m . При цьому γ_i – це сума процентної ставки за користування коштами по факторинговій операції протягом терміну відстрочки платежу (d) та s_i – комісійні проценти за встановлення ліміту фінансування, обробку документів і здійснення розрахунків.

Математичне очікування витрат торговельного підприємства на факторингову операцію складає:

$$\bar{\gamma}_i = \sum_{j=1}^m (d + s_i) \times p_j \quad (3.12)$$

Також необхідно визначити β – коефіцієнти по кожному дебітору, які позначені β_i ($i=1,2,\dots,n$). Ці коефіцієнти характеризують кількісну оцінку кредитного ризику по кожному дебітору.

Для розрахунку ризикових коефіцієнтів β запропоновано побудувати матрицю коефіцієнтів кредитного ризику дебіторів.

Матрицю коефіцієнтів кредитного ризику побудовано за результатами об'єднаного ABC-XYZ аналізу дебіторів (табл. 3.9).

При існуючому ліміту фінансування (F) з урахуванням вимог фінансової установи торговельні підприємства зацікавлені включити у факторинговий портфель тільки тих дебіторів, які дозволяють в момент часу t_i отримати максимальні доходи, що дозволить підвищити прибутковість.

Таблиця 3.9

Матриця коефіцієнтів кредитного ризику дебіторів

Платіжна дисципліна дебіторів	Добре	Середнє	Задовільне
Обсяг прибутку від кредитних операцій із контрагентами			
Добре	0	0,01–0,2	0,21–0,5
Середнє	0,01–0,2	0,21–0,5	0,51–1,0
Задовільне	0,21–0,5	0,51–1,0	1,0

Підприємство торговельної галузі може отримати максимальні доходи від факторингових операцій за рахунок мінімізації витрат на цю послугу. З урахуванням цього, фінансова установа (Фактор) і торговельне підприємство, враховуючи 1 блок інструментів реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств, розглянутого в дисертаційній роботі раніше (на засадах аналізу фінансової звітності кожного дебітора) визначає субліміт фінансування V_i . При цьому існує умова ліміту фінансування дебіторів по факторингових операціях як сума сублімітів фінансування:

$$V_1 + V_2 + \dots + V_n = F \quad (3.13)$$

Припустимо, що i - тий дебітор має t_i відтермінування, тобто дебітор 1 має відтермінування платежу t_1 , 2 дебітор – t_2 , а дебітор n – відтермінування t_n . Відповідно обороти поставок дебіторами O_1, \dots, O_n (за статистикою поставок підприємств оптової торгівлі) представлено на рис. 3.4.

Ліміт в першому випадку (при мінімальному кредитному ризику) для підприємства буде дорівнювати $O_1 \times n$, а в другому (при максимальному кредитному ризику) – $O_n \times n$. Найбільш оптимальним для підприємства є середнє значення ліміту: $\bar{O}_i \times n$.

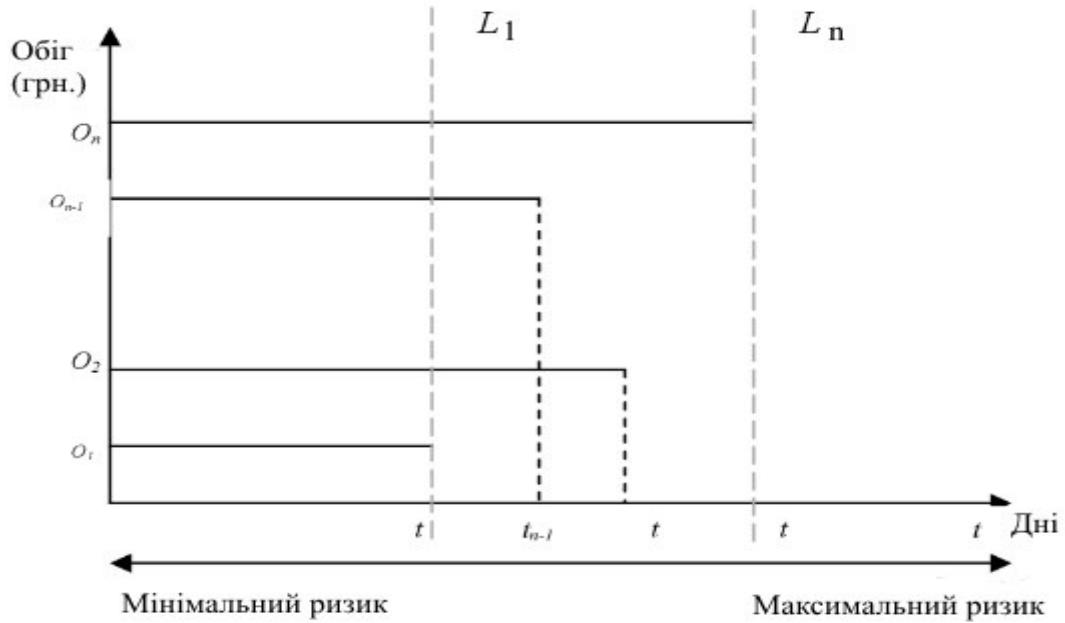


Рис. 3.4. Схема визначення ліміту фінансування дебітора по факторинговій операції

Також доцільно використати формулу для визначення ліміту фінансування:

$$\sum_{i=1}^n O_i \times \frac{t_{\max}}{t_i} \quad (3.14)$$

З урахуванням вищевикладеного, сформовано умови факторингового портфеля торговельного підприємства:

$$\sum_{i=1}^n V_i x_i - \sum_{i=1}^n V_i x_i \bar{\gamma}_i \rightarrow \max \quad (3.15)$$

$$\sum_{i=1}^n V_i x_i \bar{\gamma}_i \rightarrow \min \quad (3.16)$$

$$\sum_{i=1}^n V_i x_i \leq F \quad (3.17)$$

$$\sum_{i=1}^n V_i x_i \frac{\beta_i}{F} \leq \beta_{\max} \quad (3.18)$$

$$x_i \in \{0,1\}, i=1,2,\dots,n. \quad (3.19)$$

β_{\max} визначає максимально допустиме значення кредитного ризику всього факторингового портфеля, рівень якого як фінансова установа, так і підприємства торгівлі визначають самостійно.

Цільова функція факторингового портфеля аналітично має вигляд:

$$\sum_{i=1}^n V_i x_i \left(\sum_{j=1}^m (d + s_i) p_j \right) \rightarrow \min \quad (3.20)$$

При цьому мінімізація цільової функції призведе до збільшення доходів, які підприємство отримає при застосуванні факторингу за рахунок зменшення витрат – оплати фінансовій установі за здійснення операції. Дано формула використовується при invoice-discounting. При повноцінному факторингу (full factoring) можливе існування комісій, наприклад, за управління дебіторської заборгованості клієнта з використанням сучасних технологій ведення бізнесу тощо, – f_1, f_2, \dots, f_n . Тоді цільова функція факторингового портфеля при full factoring набуває вигляду:

$$\sum_{i=1}^n V_i x_i \left(\sum_{j=1}^m (d + s_i) p_j \right) + \sum_{i=1}^n V_i f_i \rightarrow \min \quad (3.21)$$

Після побудови матриці категорій дебіторів за результатами об'єднаного ABC-XYZ аналізу було визначено, що для дебіторів груп CY, AZ, BZ та CZ необхідно застосувати факторинг. Для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» визначено 13 дебіторів. Для оптимізації факторингового портфеля, визначимо цих дебіторів через змінні $x_1 - x_{13}$. Дані змінні показують, чи добавляється дебітор у загальний факторинговий портфель чи ні. Якщо x дорівнює 0, то дебітор

виключається з факторингового портфелю, якщо x дорівнює 1 – дебітор додається до портфелю.

Сформулюємо цільову функцію:

$$(165524,43 \times x_1 + 657390,78 \times x_2 + 88999,12 \times x_3 + 556577,74 \times x_4 + \\ + 41715,48 \times x_5 + 598685,87 \times x_6 + 525709,34 \times x_7 + 2935857,87 \times x_8 + \\ + 530938,15 \times x_9 + 14159340,27 \times x_{10} + 9562760,98 \times x_{11} + \\ + 12546575,45 \times x_{12} + 4803743,79 \times x_{13}) \times 0,029 \rightarrow \min$$

Приведені до 90 календарних днів вартість грошових ресурсів, при якому підприємство віддає їх фінансовій установі (Фактору) при факторинговому обслуговуванні складає 0,029 ($0,12 \times 90 / 365$).

Також необхідно скласти обмеження по сумі, які фінансова установа (Фактор) установлює підприємству, тобто встановлює ліміт фінансування. Було запропоновано ліміт у сумі 2 млн. грн.

$$(165524,43 \times x_1 + 657390,78 \times x_2 + 88999,12 \times x_3 + 556577,74 \times x_4 + \\ + 41715,48 \times x_5 + 598685,87 \times x_6 + 525709,34 \times x_7 + 2935857,87 \times x_8 + \\ + 530938,15 \times x_9 + 14159340,27 \times x_{10} + 9562760,98 \times x_{11} + \\ + 12546575,45 \times x_{12} + 4803743,79 \times x_{13}) \leq 2000000,00$$

Після цього доцільно порівняти обмеження по загальному ризику факторингу, в даному випадку він дорівнює 0,03.

$$(165524,43 \times x_1 + 657390,78 \times x_2 + 88999,12 \times x_3 + 556577,74 \times x_4 + \\ + 41715,48 \times x_5 + 598685,87 \times x_6 + 525709,34 \times x_7 + 2935857,87 \times x_8 + \\ + 530938,15 \times x_9 + 14159340,27 \times x_{10} + 9562760,98 \times x_{11} + \\ + 12546575,45 \times x_{12} + 4803743,79 \times x_{13}) \times 0,013 / 2000000 \leq 0,03$$

Цільова функція задачі розв'язана за допомогою вбудованої функції Excel «Пошук рішень». Унаслідок великого обсягу математичних операцій в процесі знаходження оптимального рішення, складність розрахунків, здійснюваних в процесі вибору оптимального факторингового портфеля дебіторів і циклічність розрахунків, що проводяться, і пов'язане з цим підвищення вірогідності помилок для вирішення сформульованого завдання необхідно використати

існуючі автоматизовані й інформаційні технології, тобто відповідне програмне забезпечення, яке може допомогти у вирішенні такого завдання.

Одним з таких IT-продуктів є процедура «Пошук рішення» (Solver), яка входить в стандартну комплектацію програми Microsoft Excel і є системою автоматизації вибору оптимального рішення. «Пошук рішення» – це програмно орієнтована надбудова, написана на мові програмування Visual Basic. Модуль дозволяє вводити велику кількість обмежень і різних умов вибору оптимального рішення при заданій цільовій функції завдання і підходить для використання на підприємствах, у банках і факторингових компаніях, оскільки не вимагає додаткових фінансових витрат на його придбання, він дуже простий у використанні, не вимагає спеціального навчання, а також немає спеціальних технічних вимог до устаткування, оскільки Excel можна встановити на будь-який комп'ютер. Єдине, на що доведеться витрачати час фінансовим аналітикам – це на введення даних по дебіторах.

Таблиця 3.10

Рішення задачі з ціличисловими обмеженнями

Кількість дебіторів у факторинговому портфелі	Варіанти				
	Рішення	Загальні витрати по факторингу, тис. грн.	Кредитний ризик факторингу	Ліміт фінансування тис. грн.	Дохід від факторингу, тис. грн.
5	(1;1;1;1;1)	19,63	0,0005	151,02	131,39
6	(1;1;1;1;1;1)	27,41	0,002	210,88	208,17
7	(1;1;1;1;1;1;1)	34,24	0,001	263,46	229,22
8	(1;1;1;1;1;1;1;1)	72,41	0,002	557,04	484,63
9	(1;1;1;1;1;1;1;1;1)	79,31	0,002	610,13	530,82
10	(1;0;1;1;1;1;1;1;1)	254,84	0,002	1960,33	1705,49
11	(1;0;1;1;1;1;1;1;1;0;1)	254,84	0,002	1960,33	1705,49
12	(1;1;1;0;1;1;1;1;1;0;0)	256,15	0,001	1970,41	1714,26
13	(1;1;1;0;1;1;1;1;1;1;0;0;0)	256,15	0,001	1970,41	1714,26

Для наочності графіки залежностей доходності та кредитного ризику факторингу від розглянутої кількості дебіторів при задачі з цілочисловими обмеженнями представлені на рисунках 3.5 та 3.6.

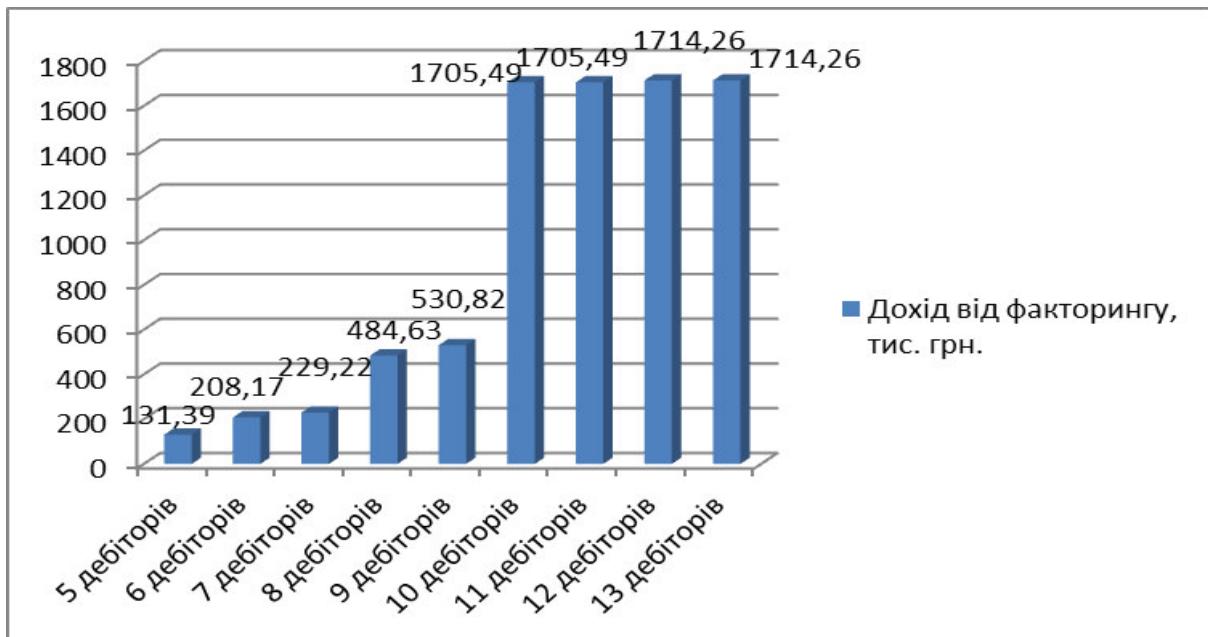


Рис. 3.5. Графік залежності доходу від факторингу від числа дебіторів при цілочислових обмеженнях

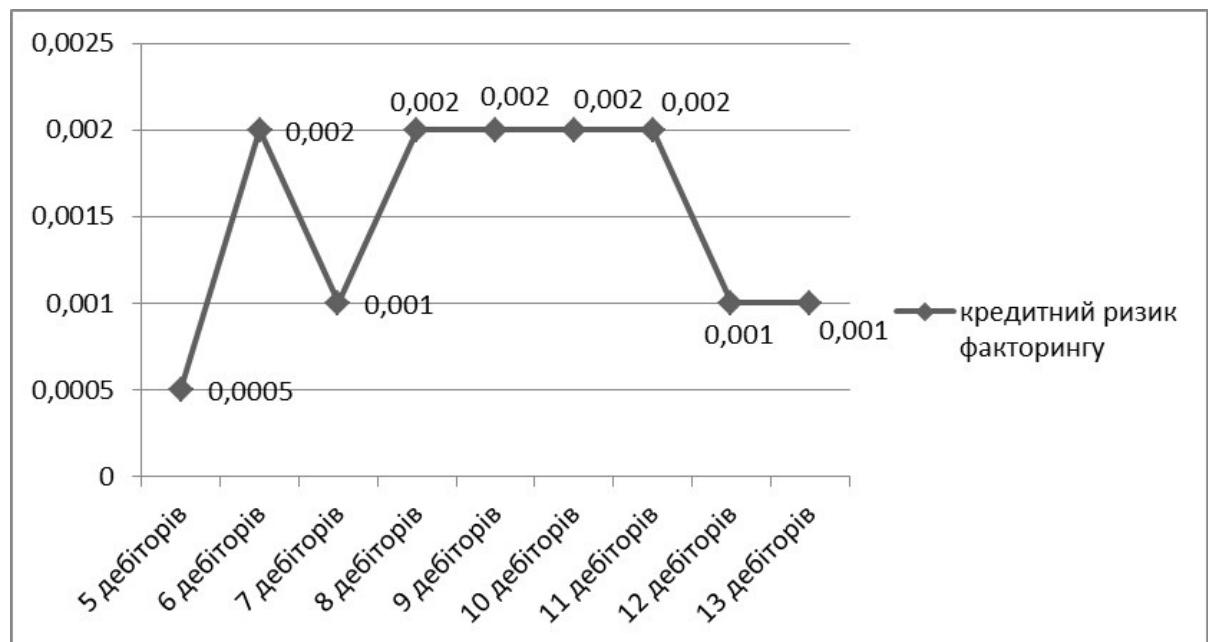


Рис. 3.6. Графік залежності кредитного ризику факторингу від числа дебіторів при цілочислових обмеженнях

Цілочислові обмеження використовуються при необхідності зменшення обсягу дебіторської заборгованості у факторингових портфелях. Якщо торговельне підприємство укладає тільки регресійні договори факторингу, тоді можливо використати неперервну задачу лінійного програмування (коли ліміти на дебіторів можуть дробитися), в якому зміна x буде знаходитися у діапазоні від 0 до 1. Всі інші обмеження, сформульовані при цільовій функції, залишаються незмінними.

Дебітори, які мають найбільший кредитний ризик факторингу, повинні бути виключені із факторингового портфеля у зв'язку з тим, що підприємствам торгівлі буде майже неможливо знайти фінансову установу, яка б погодилася обслуговувати таких дебіторів.

Після виключення найбільш ризикових дебіторів з факторингового портфелю на основі розв'язання дискретної та неперервної задач лінійного програмування, можливо отримати інформацію для прийняття управлінських рішень щодо ефективності застосування факторингу.

Оптимальні факторингові портфелі дебіторів без залучення дебіторів з високими коефіцієнтами кредитного ризику відображені в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Оптимальні факторингові портфелі дебіторів без залучення дебіторів з високими коефіцієнтами кредитного ризику

Варіанти	Дискретна задача з цілочисловими обмеженнями на змінні	Неперервна задача без обмеження цілочислових змінних
Дебітори	$x_2, x_5, x_7, x_8, x_9, x_{10} \div x_{13}$	$x_2, x_5, x_7, x_8, x_9, x_{10} \div x_{13}$
Рішення	(1; 0; 0; 0; 0; 1; 0; 0; 1)	(1; 0,0001; 0,0008; 0,0043; 1; 0,0008; 0,0141; 0,0185; 1)
Кредитний ризик факторингу	0,0009	0,0015
Ліміт фінансування, тис. грн.	1962,04	2000,00
Загальні витрати, тис. грн.	255,06	260,00
Дохід від факторингу, тис. грн.	1706,98	1740,00

Факторинговий портфель без участі найризикованих дебіторів не став більш ефективним відносно доходності: при ціличислових обмеженнях доход ТзОВ «Торговий дім «Кімак» від укладення факторингового договору знижується на 7,28 тис. грн., що не є значним показником, враховуючи, що кредитний ризик факторингу становить 0,0009; при неперервних обмеженнях доход підприємства буде більшим, однак кредитний ризик факторингового портфеля зростатиме до 0,0015.

Тому для підприємства з точки зору кредитного ризику факторингу з двох варіантів прийнятним буде рішення дискретної задачі з ціличисловими обмеженнями на змінні, однак в портфелі при цьому рішенні виявиться тільки три дебітори (дебітори з найменшими кредитними ризиками), що не є найоптимальнішим рішенням, якщо звернутися до логіки диверсифікації.

Враховуючи, що економічний стан української економіки ще далекий від того, що було до кризових явищ 2013 року, та можливі несприятливі зміни, і багато підприємств ще долатимуть труднощі, з якими вони зіткнулися, то надійнішим для торговельного підприємства буде наявність у факторинговому портфелі більшої кількості дебіторів.

Якщо розглянути рішення задачі з ціличисловими обмеженнями, дев'ять дебіторів у портфелі з розглядом 13 потенційних (табл. 3.10) є більше в три рази, чим кількість дебіторів при рішенні дискретної задачі з ціличисловими обмеженнями (табл. 3.11), а отже, факторинговий портфель буде в три рази надійнішим завдяки його диверсифікованому змісту, тому і рекомендуємо зупинити свій вибір підприємству на ньому.

Якщо підійти до розгляду рішення неперервної задачі лінійного програмування без участі в ній дебіторів з високими показниками ризику, то, на перший погляд, отримане рішення здається цілком прийнятним для підприємства, проте ліміти фінансування за таких умов повинні бути незначними. В таких умовах підприємство не бажатиме укладати факторинговий договір.

На наш погляд, при оцінюванні ймовірності повернення дебіторської заборгованості можливо використати Постанову Нацбанку України «Про затвердження Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями» від 25.01.2013 № 23 [119]. Вибір цієї методики обумовлено тим, що торговельні підприємства для використанні факторингу в своїй діяльності найчастіше обирають банківські установи.

Банк здійснює оцінку фінансового стану юридичної особи шляхом розрахунку інтегрального показника фінансового стану боржника [53].

Інтегральний показник розраховується із застосуванням багатофакторної дискримінантної моделі за такою формулою:

$$Z = a_1 \times K_1 + a_2 \times K_2 + a_3 \times K_3 + a_4 \times K_4 + a_5 \times K_5 + a_n \times K_n - a_0, \quad (3.22)$$

де Z – інтегральний показник;

$K_1; K_2; \dots; K_n$ – фінансові коефіцієнти, що визначаються на підставі даних фінансової звітності боржника – юридичної особи для великого або середнього підприємства. Для малого підприємства замість зазначених коефіцієнтів застосовуються коефіцієнти $MK_1; MK_2; MK_n$;

$a_1; a_2; \dots; a_n$ – параметри, що визначаються з урахуванням вагомості та розрядності фінансових коефіцієнтів і щорічно актуалізуються Національним банком України на підставі даних фінансової звітності боржників – юридичних осіб (банк для актуалізації параметрів дискримінантної моделі подає до Національного банку України відповідну інформацію щодо даних фінансової звітності боржників – юридичних осіб за установленою формою та строками);

a_0 – вільний член дискримінантної моделі, значення якого щорічно актуалізуються Національним банком України.

Модель розрахунку показника обирається, виходячи з належності підприємства до великого, середнього або малого, та виду його економічної діяльності і визначається не рідше, ніж один раз на рік.

Приведемо розрахунок для дебітора з найбільшою сумою простроченої дебіторської заборгованості для ТзОВ «Торговий дім «Кімак». Після відповідних розрахунків ми отримали наступні результати (табл.3.12).

Таблиця 3.12

Значення фінансових коефіцієнтів дебітора ТзОВ «Торговий дім «Кімак» з найбільшою сумою простроченої дебіторської заборгованості

Фінансовий коефіцієнт	Характеристика	Значення	
		01.01.15р.	01.01.16р.
K ₁ – коефіцієнт покриття (ліквідність третього ступеня)	Здатність підприємства покривати поточні зобов'язання оборотними активами	1,201	1,018
K ₃ – коефіцієнт фінансової незалежності	Питома вага власного капіталу в загальному обсязі джерел фінансування. Характеризує ступінь залежності підприємства від позичкових джерел фінансування	0,202	0,254
K ₆ – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності (EBIT)	Характеризує рентабельність продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності до оподаткування та здійснення витрат, пов'язаних із запозиченнями	0,055	0,002
K ₈ – коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком	Характеризує ефективність використання (рентабельність) активів підприємства	-0,01	-0,022
K ₉ – коефіцієнт оборотності оборотних активів	Характеризує ефективність використання (рентабельність) активів підприємства	1,271	1,211
Інтегральний показник (Z)	$0,025 \times K_1 + 1,9 \times K_3 + 0,45 \times K_6 + 1,5 \times K_8 + 0,03 \times K_9 - 0,5$	-0,038	0,012

*розраховано автором на основі джерела smida.gov.ua та [53]

Клас боржника – юридичної особи визначається залежно від значення інтегрального показника з урахуванням величини підприємства (велике, середнє або мале). Згідно з ним, станом на 01.01.16 року аналізованого дебітора можна віднести до підприємств класу 4, тоді як станом на 01.01.15 року підприємство відносилося до класу 5. Така негативна динаміка може пояснюватись зменшенням частки власного капіталу у валюті Балансу підприємства. Для того, щоб визначити показник ризику кредитів, наданих

дебітору, необхідно визначити стан обслуговування боргу підприємством та на його основі оцінити кредити за категоріями якості [53].

Банк здійснює оцінку стану обслуговування боргу боржником – юридичною особою на підставі кількості календарних днів прострочення погашення боргу станом на перше число місяця, наступного за звітним, згідно з таблицею 3.13.

Таблиця 3.13

Визначення стану обслуговування боргу боржником – юридичною особою

Кількість календарних днів прострочення (включно)	Стан обслуговування боргу
від 0 до 7	«високий»
від 8 до 30	«добрий»
від 31 до 90	«задовільний»
від 91 до 180	«слабкий»
понад 180	«незадовільний»

*складено автором за даними джерела [53]

Оскільки на нашому підприємстві немає прострочення, стан обслуговування боргу є «високим».

Класифікація кредиту за категоріями якості здійснювалася на підставі визначеного класу підприємства та стану обслуговування ним боргу згідно з таблицею 3.14.

Таблиця 3.14

Класифікація кредиту, наданого боржнику - юридичній особі за категоріями якості

Клас боржника - юридичної особи	Стан обслуговування боргу				
	«високий»	«добрий»	«задовільний»	«слабкий»	«незадовільний»
1	1	1	3	4	5
2	1	1	3	4	5
3	1	2	3	4	5
4	1	2	3	4	5
5	2	2	3	4	5
6	2	3	4	4	5
7	2	3	4	4	5
8	2	3	4	4	5
9	2	3	4	5	5

*складено автором за даними джерела [53]

Завершальним етапом оцінки ризику кредиту, наданого боржнику – юридичній особі, є визначення його показника залежно від категорії якості в межах діапазонів, зазначених у таблиці 3.15.

Таблиця 3.15

Визначення показника ризику кредиту, наданого боржнику – юридичній особі

Категорія якості за кредитом	Значення показника ризику кредиту
1 - найвища	0,01 - 0,06
2	0,07 - 0,20
3	0,21 - 0,50
4	0,51 - 0,99
5 - найнижча	1,0

*складено автором за даними джерела [53]

Отже, не дивлячись на те, що клас боржника дебітора ТзОВ «Торговий дім «Кімак», визначений за допомогою інтегрального показника є досить низьким, а саме – 4, завдяки «високому» стану обслуговування позик, кредити можна віднести до 2 категорії якості, що відповідає значенню показника ризику на рівні усього 0,07 – 0,2, а це є добрим показником для співпраці підприємства з банком.

Проте, виникає питання щодо дебіторів, які не включені в оптимальний факторинговий портфель у зв'язку з високим ризиком не повернення дебіторської заборгованості. Особливо це має значення при останньому блоку інструментів реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств «Моніторинг та контроль погашення дебіторської заборгованості в процесі факторингового обслуговування».

3.3. Ефективність економічного механізму управління факторингом на підприємствах сфери торгівлі

Пріоритетною метою будь-якого підприємства є досягнення максимального прибутку при мінімальних витратах та ризиках. Досягнення таких результатів можливе за умови ефективного управління підприємством. Основною проблемою сьогодення для торговельних підприємств є дефіцит оборотних коштів, що є результатом несвоєчасних платежів за реалізовану продукцію. В таких умовах підприємства торгівлі повинні зосереджувати свою увагу на раціональній політиці фінансування оборотних коштів з використанням альтернативних джерел та різноманітних програм фінансування господарської діяльності з метою їх економічного розвитку.

Останнім часом вітчизняні банківські установи з іноземним капіталом пропонують своїм клієнтам кредитування під гарантію іноземного банку (у тому числі «материнського»). Такий спосіб фінансування є альтернативним варіантом залучення грошових коштів від нерезидента. За такої схеми кредитування дочірня компанія в Україні отримує необхідне фінансування, а її материнська структура немає ніяких ризиків, пов'язаних з подальшим поверненням коштів. Відповідно, даний спосіб кредитування знижує як курсові так і валютні ризики [38; 44].

За умови, коли приватні інвестори і кредитори не готові вкладати в Україну, активну роль у кредитуванні вітчизняного бізнесу відіграють міжнародні фінансові організації. Незважаючи на те, що отримати фінансування від таких фінансових організацій є складним і довготривалим процесом, однак він вартий того, оскільки підприємства можуть отримати великі суми під відповідний бізнес-проект (аж до декількох мільйонів доларів) та з невисокими відсотками [44].

У таблиці 3.16 представлено згруповані програми фінансування міжнародними фінансовими організаціями.

Таблиця 3.16

Програми фінансування міжнародними фінансовими організаціями

Міжнародна фінансова організація	Назва програми	Опис програми	
		1	2
KfW	European Fund for Southeast Europe	Фонд Східної Європи.	Широкий спектр фінансування
IFC	Ukraine Resource Efficiency Program	Програма була створена, щоб збільшити використання та інвестиції в ефективні ресурсозберігаючі технології	
EBRD	Програма фінансування альтернативної енергетики в Україні (USELF)	Програма USELF - кредитна лінія в обсязі до 140 млн. євро. Відкрита Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) для сприяння реалізації проектів з використання поновлюваних джерел енергії в Україні	
	The Eastern Partnership SME Finance Facility	Направлена на кредитування малого та середнього бізнесу, в тому числі мікропідприємств, після фінансової кризи	
	ЕБРР	Кредитування бізнесу різного розміру (від мікро- до великих корпорацій)	
	UKEEP	Цільове фінансування ЄБРР для українських приватних компаній у різних секторах економіки, метою яких є інвестування в проекти з енергоефективності та відновлюваної енергетики	
Німецько-Український Фонд	Програма мікрокредитування	Фінансування виробництва, сфери послуг, сільського господарства, торгівлі (тільки для ПП і мікропідприємств). Максимальний розмір кредиту 25000 євро (для ФОП і мікропідприємств), 100000 євро (для малих підприємств), 250000 євро (для середніх). Термін кредитування: 3 роки (для фінансування оборотного капіталу), 5 років (для фінансування інвестицій в основні засоби)	
	Програма кредитування пріоритетних галузей	Ця програма пропонує пільгові умови кредитування підприємств, що працюють в роздільних галузях, які розглядаються НУФ як пріоритетні і важливі. Пріоритет I: сільське господарство, харчова промисловість, розвиток малих готелів, зелений туризм тощо Пріоритет II: виробництво та надання послуг (всі інші галузі), торгівля. Максимальний розмір кредиту: 100 000 євро (ФОП і ММСП), 300000 євро (великі інвестиційні проекти, овочесховища). Термін кредитування: 3 роки (для фінансування оборотного капіталу), 5 років (для фінансування інвестицій в основні засоби)	

Продовження таблиці 3.16

NEFCO	«Чисте Виробництво»	Програми спрямовані на фінансування енергоефективності. Фінансування до 90% від інвестиційної вартості проекту. Максимальний розмір кредиту: 350 000 євро. Термін кредитування - до 4 років. Фіксована процентна ставка - 6% річних на весь термін надання кредиту
-------	---------------------	---

*складено автором за даними джерела [15; 44]

Беручи до уваги інтеграцію України у світовий економічний простір, необхідно враховувати нові інструменти фінансування розвитку бізнесу в умовах обмеженого доступу до кредитів. Привабливими та сучасними інструментами фінансування діяльності підприємств в Україні є форфейтинг та факторинг.

Нашкерська М. вважає, що «форфейтування – це купівля зобов'язань, які виникають в процесі здійснення експортних операцій, погашення яких припадає на будь-який час у майбутньому на безповоротній основі» [96, с. 152].

Пилипів О. виділила такі основні переваги форфейтування для підприємств-експортерів, а саме: передання валютних, комерційних, політичних, переказних та інших видів ризику на форфейтера (банк); вища маржа, ніж при кредитуванні та можливість реалізації куплених активів на вторинному ринку [111].

Серед недоліків форфейтингу, на думку Пилипів О [111], з погляду експортера є його висока вартість; вірогідність того, що експортер може не знайти гаранта або аваліста, який би задовольняв форфейтера; необхідність підготувати документи у такий спосіб, щоб на експортера не було регресу у разі банкрутства гаранта або аваліста, а також необхідність знати законодавство країни імпортера, а для форфейтера – це відсутність права регресу у разі несплати боргу; необхідність знання законодавства країни імпортера; необхідність нести ризики до погашення векселів; відповідальність за перевірку кредитоспроможності гаранта або аваліста. Форфейтинг має схожі риси із експортним факторингом, однак форфейтинг призначений для середньо- та

довгострокового фінансування за експортними торговельними операціями, а факторинг – використовується при короткостроковому фінансуванні.

Варто зазначити, що факторинг – це банківська операція, суть якої полягає в придбанні банком (фактором) у постачальника (продавця) права вимоги у грошовій формі на дебіторську заборгованість покупців за відвантажені їм товари (виконані роботи, надані послуги), з прийняттям ризику виконання вимоги, а також приймання платежів [48].

Переваги факторингу перед форфейтингом наведено в табл. 3.17.

Таблиця 3.17

Переваги факторингу перед форфейтингом

Факторинг	Форфейтинг
Об'єкт операції – переважно рахунок-фактура	Об'єкт операції – переважно вексель (простий або перевідний)
Короткострокове кредитування (до 180 днів)	Середньо- та довгострокове кредитування (від 180 днів до 10 років)
Сума кредиту обмежена можливостями фактора	Сума кредиту може бути досить високою внаслідок можливості синдикації
Фактор авансує оборотний капітал кредитора 70-90% суми боргу. Решта 10-30% надходять на рахунок кредитора тільки після погашення боргу покупцем продукції за вирахуванням комісії та відсотків	Форфейтинг виплачує суму боргу повністю за вирахуванням дисконту
Фактор або залишає за собою право регресу до експортера або відмовляється від цього права, але навіть у цьому випадку при експорті товарів політичні та валютні ризики несе експортер	Форфейтер несе всі ризики несплати боргу включаючи політичні та валютні ризики при експорті товарів
Операція може бути доповнена елементами бухгалтерського, інформаційного, рекламного, збутового, юридичного, страхового та іншого обслуговування кредитора (клієнта).	Не передбачає будь-якого додаткового обслуговування
Можливість перепродажу факторингового активу фактором не передбачена	Передбачається можливість перепродажу форфейтером форфейтингового активу на вторинному ринку
Не потрібні гарантії від третьої особи	Вимагається гарантія третьої особи або аваль
Передбачає кредитування під вже існуючу грошову вимогу, або під вимогу, яка виникне в майбутньому, але чітко визначену в договорі купівлі-продажу	Можливе кредитування в обмін на фінансовий вексель, випущений з метою акумуляції коштів, для реалізації інших цілей, не обмежених торговим

*складено автором на основі джерела [141]

Незважаючи на те, що застосування форфейтингу вітчизняними експортерами впливатиме на підвищення конкурентоспроможності, ліквідності, пришвидшення оборотності та скорочення фінансового циклу діяльності підприємств, в Україні такі операції не набули поширення через високі рівні інфляції [96].

В свою чергу, факторинг відіграє важливу роль в пришвидшенні товарообороту шляхом рефінансування дебіторської заборгованості, проте рефінансування сумнівної, а особливо безнадійної дебіторської заборгованості за цими операціями не проводиться.

Положення (Стандарти) Бухгалтерського обліку та Податкового Кодексу України [113] дають різні визначення терміна «безнадійна дебіторська заборгованість», але його суть полягає в самій назві: немає надії на погашення. Для початку прочитаємо визначення цього терміна у двох нормативних актах.

Безнадійна дебіторська заборгованість – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності (п. 4 П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість») [118]. Безнадійна заборгованість – заборгованість, що відповідає одній з таких ознак:

- а) заборгованість за зобов'язаннями, щодо яких минув строк позовної давності;
- б) прострочена заборгованість, що не погашена внаслідок недостатності майна фізичної особи, за умови, що дії кредитора, спрямовані на примусове стягнення майна боржника, не привели до повного погашення заборгованості;
- в) заборгованість суб'єктів господарювання, визнаних банкрутами у встановленому законом порядку або припинених як юридичні особи у зв'язку з їх ліквідацією;
- г) заборгованість, яка виявилася непогашеною внаслідок недостатності коштів, одержаних після звернення кредитором стягнення на заставлене майно відповідно до закону та договору, за умови, що інші дії кредитора щодо

примусового стягнення іншого майна позичальника, визначені нормативно-правовими актами, не привели до повного покриття заборгованості;

г) заборгованість, стягнення якої стало неможливим у зв'язку з дією обставин непереборної сили, стихійного лиха (форс-мажорних обставин), підтверджених у порядку, передбаченому законодавством;

д) прострочена заборгованість померлих фізичних осіб, а також осіб, які в судовому порядку визнані безвісно відсутніми, недієздатними або оголошені померлими, а також прострочена заборгованість фізичних осіб, засуджених до позбавлення волі.

На ринку факторингових послуг України в 2016 році реально працювали чотири комерційні банки (у порівнянні з 2015 роком ця цифра зменшилась вдвічі) та шість факторингових компаній. В 2016 році факторингові операції перестали надаватися такими банками, як ОТП Банк, Перший український міжнародний банк(ПУМБ), Альфа Банк та Хрецьчик.

З особливостей факторингу цього року відзначимо явне посилення вимог до одержувачів фінансування, що звужує список таких до поодиноких компаній країни [100].

Це і необхідна прибутковість роботи компанії, що звертається за факторингом, наприклад, деяким банкам-факторам бажана наявність чотирьох фінансово позитивних останніх кварталів плюс не менш позитивна ділова репутація.

Це і вимога регулярності даних поставок (таких, за якими компанія звертається за факторингом), що, по суті, означає фокусування банку на великому мережевому ритейлі. Про те ж говорить і значне число дебіторів, наприклад, Райффайзен Банк Авалъ видає факторингове фінансування при участі в постачанні не менше п'яти дебіторів [100].

Врешті, це дворічний досвід роботи компанії в торговій сфері та декілька місяців співпраці з даними дебіторами. Умови факторингу в Україні в 2016 році наведені в табл. 3.18.

Таблиця 3.18

Умови факторингу в Україні

Фінансова установа, яка надає факторингові послуги	Умови видачі факторингу	Макс. обсяг фінансування, % від суми накладної	Мін. кількість дебіторів	Макс. період траншу (відстрочення платежу)
Комерційні банки				
Укрексімбанк	Тільки для накладних понад 1,5 млн. грн. Тільки для компаній, що працюють понад 1 року і дебіторів, які співпрацюють з компанією понад 6 місяців	85% мінус плата за факторинг	3	3 місяці
Райффайзен Банк Аваль	Тільки для дебіторів, що співпрацюють з компанією понад 3 місяці, за які зроблено 3 поставки	80% мінус плата за факторинг	5	3 місяці
UniCredit Bank	Тільки для прибуткових за останні місяці компаній. Тільки за умови переведення в банк усіх оборотів за контрактами, за якими здійснюється факторингове обслуговування	85% мінус плата за факторинг	3	4 місяці
Південний	Тільки за умови переходу на обслуговування в банк. Тільки під заставу нерухомості або товару	50% -90%	1	4 місяці
Факторингові компанії				
ФК Факторинг		індивідуально	1	3 місяці
Фактор Плюс	Для нових клієнтів – до 200 тисяч гривен. Дебітори – Ашан, Караван, банки.	80% мінус плата за факторинг	1	3 місяці
Факторинг Фінанс		індивідуально	1	3 місяці
Рітейл Кепітал	Дебітор – тільки Фуршет. Без регресу	до 100%	1	Немає обмежень
Європейська факторингова компанія розвитку	Тільки під заставу ліквідного майна	до 90%	1	4 місяці
Арма Факторинг		60%-90%	2	4 місяці

* складено автором за даними джерела [100]

Розглянемо можливість застосування факторингових операцій для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» на умовах, які пропонуються на ринку факторингових послуг. Тарифи факторингу в Україні представлені в табл. 3.19.

Таблиця 3.19

Тарифи факторингу в Україні

Фінансова установа, яка надає факторингові послуги	Мін. ставка, річних	Комісія за встановлення факторингового ліміту, % від суми ліміту	Комісія за обслуговування, % суми надходжень	Комісія за управління дебіторським боргом, % суми боргу - і періодичність її оплати
Комерційні банки				
Укрексімбанк	27%	немає комісії	немає комісії	0,2%
Райффайзен Банк Аваль	26%	0,5% -1%	0,21% -0,63% (залежить від періоду відстрочки)	0,1%
UniCredit Bank	26%	немає комісії	1% -2%	немає комісії
Південний	28%	0,5%	0,5%	немає комісії
Факторингові компанії				
ФК Факторинг	30%	0,5%	немає комісії	немає комісії
Фактор Плюс	31%	2%	немає комісії	немає комісії
Факторинг Фінанс	від 25%	немає комісії	немає комісії	немає комісії
Рітейл Кепітал	35%	немає комісії	немає комісії	немає комісії
Європейська факторингова компанія розвитку	35%	1%	0,5%	немає комісії
Арма Факторинг	27%	немає комісії	немає комісії	немає комісії

* складено автором за даними джерела [100]

На момент укладання угоди факторингу встановлюють ліміт фінансування на кожного дебітора, виходячи з аналізу фінансового стану продавця та обсягів розрахунків з контрагентами. Враховуючи, що UniCredit Bank був першим банком, який запропонував факторингові послуги на фінансовому ринку, і є членом міжнародної факторингової асоціації Factors

Chain International, оцінimo можливість застосування факторингових операцій для ТзОВ «Торговий дім «Кімак» на його умовах.

Мінімальний ліміт фінансування в Банку складає 200 000,00 грн. Комісія за встановлення факторингового ліміту у 2016 році відсутня.

Комісії за обслуговування (обробку документів) становить 1% – 2%. Процентна ставка за користування грошовими коштами складає 26% річних.

Результати від проведеного рефінансування дебіторської заборгованості ТзОВ «Торговий дім «Кімак» наведено в таблиці 3.20.

Таблиця 3.20

Надходження та витрачання грошових коштів ТзОВ «Торговий дім «Кімак» в результаті застосування факторингу

Показник	Сума, тис. грн.
Надходження коштів від факторингу	200,0
Комісійна плата за факторинг	2
Процентна ставка за користування грошовими коштами (за 3 місяці)	13
Загальна сума витрат на рефінансування	15

Таким чином, підприємство отримає надходження чистих грошових коштів у розмірі 185,0 тис. грн. У випадку, коли підприємство вже має достатньо велику суму кредиту перед банком, але через матеріальне становище не має можливості погасити її, воно може звернутися до банку, щоб реструктуризувати свій кредит.

Під реструктуризацією кредиту розуміють наступні варіанти тимчасового зменшення боргового навантаження:

– відстрочка виплати тіла кредиту разом зі збільшенням терміну (на величину відстрочки або більшу величину, що залишить регулярні виплати після відстрочки тими ж за величиною, якими б вони були без відстрочки, або навіть меншими). За словами банкірів, такі канікули – найпоширеніший варіант реструктуризації. Однак відмітимо, що відстрочку всіх кредитних виплат (і тіла

позики, і відсотків) банки не надають. Якщо ж фінансовий стан позичальника взагалі не дає можливості оплатити банку навіть відсотків, нехай і тимчасово – то банк, швидше за все, реструктуризацію не буде проводити, а запропонує позичальнику реалізувати заставу або переуступити борг із заставою та «вийти з кредиту».

- відтермінування виплати тіла кредиту без збільшення терміну – тоді наступні після відтермінування регулярні виплати стають закономірно великими, а іноді набагато. Цей варіант рідкісний, придатний бізнесу з сезонним збільшенням чистої прибутковості, якщо на цей період припадає весь залишок терміну позики після відтермінування. Або ж можливий у випадку безсумнівного (для банку) швидкого виходу компанії-позичальника на новий рівень розвитку з помітно збільшеною прибутковістю;
- просте збільшення терміну кредиту, що спричинює зменшення всіх регулярних виплат (але і до збільшення загальної маси страхових виплат по заставі);
- зміна графіку погашення кредиту – введення сезонних, індивідуальних, гнучких графіків погашення кредиту [98].

Іноді варіанти реструктуризації позики називають рефінансування (отримання другого кредиту для обслуговування первого) або зміну валюти кредитування – однак, до зміни структури первісного кредиту обидва цих варіанти не відносяться.

Загалом механізм реструктуризації такий [98]:

- позичальник подає клопотання про реструктуризацію; з'ясовує точний список необхідних банком документів;
- позичальник подає документи; експерти банку проводять аналіз бізнесу позичальника і застави; якщо після переоцінки застави банк вимагає нову, позичальник подає документи на оформлення нової;
- фахівці банку спільно з позичальником обговорюють взаємоприйнятний варіант реструктуризації;

- ризик-менеджмент і кредитний комітет банку приймають рішення про реструктуризацію;
- обидві сторони вносять і підписують обома сторонами зміни до кредитного договору [98].

Окрім звичайної фінансової звітності (бухгалтерських звітів, довідок з обслуговуючих банків, планів розвитку бізнесу, прогнозу грошових потоків тощо) підприєству, у разі клопотання про реструктуризацію бізнес-кредиту, необхідно: [139]

- розробити реалістичну і переконливу програму з погашення кредитної заборгованості, в якій повинні бути визначені заходи, необхідні для збереження платоспроможності бізнесу, і надати детальний план-графік, що відображає всі необхідні для реалізації намічених заходів дії;
- надати економічне обґрунтування повернення боргу, що базується на грамотному фінансовому моделюванні діяльності підприємства і багатофакторному аналізі ситуації, моделі розвитку компанії з реструктуризацією і без неї, і що містить незалежне і консервативне підтвердження майбутніх доходів підприємства;
- підготувати для банку пропозицію, правильно структурувавши угоду – детально опрацювавши технологію реструктуризації з метою оптимізації її параметрів і мінімізації ризиків [139].

Банк, в свою чергу, перевіряє надану клієнтом інформацію та реальність розрахунків бізнес-плану для виходу з кризової ситуації та джерел погашення кредиту в запланований період за рахунок діяльності підприємства. Якщо розрахунки не підтверджуються, в реструктуризації буде відмовлено.

Варто врахувати, що окрім згаданих вище «кроків», останнім пунктом реструктуризації бізнес-кредиту може стати постійний банківський моніторинг бізнесу – як на підставі звітності, що подається, так і у формі експертизи.

30 листопада 2015 року Кабмін зареєстрував у Верховній Раді законопроект «Про фінансову реструктуризацію» (№3555). Проект закону був підготовлений з метою відновлення економічної активності підприємств та

зростання банківського кредитування, що допоможе закласти фундамент для економічного зростання України [123].

В даному випадку йдеться про добровільну реструктуризацію проблемних кредитів корпоративних позичальників. Пропонується на наступні три роки законодавчо врегулювати позасудове вирішення проблемної заборгованості.

Цілі такої законодавчої ініціативи – пришвидшити одужання фінансового та корпоративного секторів за допомогою, як фінансової, так і операційної реструктуризації проблемних боргів, зберегти життєздатні підприємства і як наслідок – робочі місця в реальному секторі економіки, а також прискорити вирішення проблеми безнадійної заборгованості в банківському секторі, що дозволить банківським установам відновити кредитування нових позичальників, створити надійний та ефективний механізм для вирішення питання проблемної заборгованості між кредиторами та підприємствами [97].

Під дію такого механізму може потрапити заборгованість у розмірі близько 200 млрд. грн. Це стосується не тільки підприємств, чий бізнес був пов'язаний із зоною АТО або анексованим Кримом. Також відчувають проблеми з поверненням кредитних коштів підприємства з орієнтацією на російські ринки або ринки країн СНД, які звузилися більш, ніж у три рази.

Важливо, що у своєму законопроекті Мінфін не встановлює конкретні умови реструктуризації боргів, не диктує кредиторам параметри зміни сум боргу, не встановлює термінів для майбутніх виплат і не регулює процентні ставки. Він просто дає кредитору і позичальнику (але тільки юридичні особи) три варіанти вирішення кредитної суперечки: 1) домовитися самостійно, 2) йти до суду або 3) використовувати запропоновані в цьому законі інститути державного посередництва у вирішенні кредитних суперечок.

Перед початком процесу реструктуризації буде проведена оцінка можливості повернення такої компанії до успішної економічної діяльності в разі вирішення проблеми занадто великого боргового навантаження [123].

Згідно прописаному в документі механізму, процедура реструктуризації може бути розпочата за згоди не менше трьох фінансових кредиторів або ж

одного, але тільки за умови, що йому належить мінімум 25% загальної суми боргу підприємства.

Результатами фінансової реструктуризації проблемних кредитів юридичних осіб є розгляд терміну погашення кредиту та розміру процентних ставок (інших умов кредитної угоди), а також можливість надання нового фінансування боржнику або списання частини боргу тощо [97].

З метою зниження боргового навантаження реструктуризація боргу може відбуватися шляхом його заміни на капітал, тобто підприємство може обміняти свій борг на частку в своєму капіталі [97].

На думку керівництва Нацбанку, фінінстанови таким чином мають можливість зменшити відсоток проблемної заборгованості та, як наслідок, підвищити якість своїх кредитних портфелів і відновити кредитування [123].

Отже, сьогодні, в час нестабільності та щоденних змін на ринку кредитування, торговельним підприємствам України можна порекомендувати дуже уважно ставитися до вибору банка-позикодавця. І не тільки звертатися до українських держбанків або банків з європейським капіталом за кредитами в іноземній чи національній валюті, але й використовувати нові інструменти фінансування бізнесу. Необхідно цікавитися чи бере участь той чи інший банк у програмах міжнародних організацій. Можна безпосередньо звернутися до тих міжнародних організацій, які кредитують відповідні проекти без посередників. До того ж, важливо відстежувати появу приватних іноземних фондів, готових кредитувати український бізнес або купувати пакети акцій [44].

Враховуючи, що факторинг в нинішніх умовах ведення бізнесу є одним із альтернативних джерел фінансування оборотних коштів шляхом рефінансування дебіторської заборгованості, для підвищення ефективності його застосування торговельними підприємствами, необхідно оцінити економічний механізм управління факторингом у діяльності підприємств торгівлі на основі запропонованих оптимізаційних факторингових портфелів.

За основу для розрахунку економічної ефективності управління факторингом торговельних підприємств з врахуванням оптимізаційних

факторингових портфелів пропонується використати формулу, яка була запропонована Кронбахом та Глезером (Cronbach & Gleser): [31]

$$\Delta U = N_E \times T \times SD_y \times R_{xy} Z_x - K \times N_B, \quad (3.23)$$

де ΔU – зростання прибутку за рахунок впровадження механізму управління персоналом (тис. грн.); N_E – кількість персоналу, який було атестовано за допомогою даного механізму (тобто позитивно оцінених, осіб.); T – тривалість роботи відібраного персоналу на підприємстві (рік); SD_y – стандартне відхилення критерію успішності виражене у грошових одиницях, відображає існуючі на підприємстві відмінності між успішним та неуспішним персоналом у прибутку, які вони приносять підприємству (тис. грн.); R_{xy} – коефіцієнт критеріальної валідності механізму; Z_x – середнє стандартизоване значення головного показника для осіб, які пройшли оцінювання; K – витрати на оцінку (наприклад, тис. грн.); N_B – кількість оцінених осіб.

Дана методика застосовувалася тільки в соціальній діагностиці при управлінні персоналом.

З урахуванням економічного механізму управління факторингом на торговельних підприємствах (на основі оптимізаційних факторингових портфелів) відкоригована формула має вигляд:

$$\Delta P = FP_s \times T \times SD_y \times R_{xy} Z_x - C_F \times FP_o, \quad (3.24)$$

де ΔP – зростання прибутку за рахунок впровадження економічного механізму управління факторингом (на основі оптимізаційних факторингових портфелів) (тис. грн.); FP_s – кількість факторингових портфелів, які були запроваджені за допомогою даного механізму (од.); T – тривалість діючих факторингових портфелів; SD_y – стандартне відхилення критерію успішності, що визначає існуючі відмінності між успішними та неуспішними факторинговими портфелями у прибутку, які вони приносять підприємству (тис. грн.); R_{xy} – коефіцієнт критеріальної валідності механізму; Z_x – середнє

стандартизоване значення головного критерію успішності факторингових портфелів; C_F – витрати на впровадження факторингу (тис. грн.); FP_o – кількість факторингових портфелів, які були оцінені (од.).

Стандартне відхилення доходу від факторингу розраховано відповідно до методики Шмідта та Хантера (Schmidt&Hunter). Результати дослідження показують, що стандартне відхилення ефективності робіт, які виконуються, у грошовому вираженні складає мінімум 40% від припустимого доходу.

Коефіцієнт критеріальної валідності механізму розрахований соціологами з урахуванням думки керівників трьох фірм, їхніх спеціалістів та потенційної фінансової установи, яка пропонує факторингові послуги. Середнє стандартизоване значення головного критерію успішності факторингових портфелів визначалося за формулою розмаху варіації.

У відповідності до формули 3.24 розглянемо приклад, коли у процесі аналізу підприємства у середньому відбирається один факторинговий портфель щорічно.

Стандартне відхилення доходу від факторингу складає на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» 5000,96 тис. грн., на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» 8656,4 тис. грн., на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» – 3342,76 тис. грн., розраховано згідно з методикою Шмідта та Хантера (Schmidt&Hunter). Результати дослідження показують, що стандартне відхилення ефективності робіт, які виконуються, у грошовому вираженні складає мінімум 40% від припустимого доходу 12502,4 тис. грн.; 21646,0 тис. грн., 8356,9 тис. грн. відповідно для об'єктів дослідження. Відносно обґрунтованості методик оцінювання існує багато соціологічних досліджень, за якими показник валідності вважається рівним 0,37.

Щодо середнього стандартизованого значення головного показника для факторингового портфелю на ТзОВ «Торговий дім «Кімак» – в середньому воно складає 0,418; на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» – 0,468, на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» – 0,534.

Таким чином, розрахований дохід на один факторинговий портфель

складає:

- на ТзОВ «Торговий дім «Кімак»: $0,418 \times 0,37 \times 5000,96 = 773,45$ тис. грн.;
- на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»: $0,468 \times 0,37 \times 8656,4 = 1498,94$ тис. грн.;
- на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»: $0,534 \times 0,37 \times 3342,76 = 660,46$ тис. грн.

Витрати в середньому на один факторинговий портфель складають 20 – 25% від суми дебіторської заборгованості підприємства:

- на «Торговий дім «Кімак»: $2943,9 \times 0,20 = 588,78$ тис. грн.;
- на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»: $2360 \times 0,20 = 472,0$ тис. грн.;
- на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»: $2485,8 \times 0,20 = 497,16$ тис. грн.

Таким чином, розрахований прибуток від факторингового портфеля становить:

- на ТзОВ «Торговий дім «Кімак»: $773,45 - 588,78 = 184,67$ тис. грн.;
- на ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»: $1498,94 - 472,0 = 1026,94$ тис. грн.;
- на ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»: $660,46 - 497,16 = 163,3$ тис. грн.

Результати розрахунків представлені у таблиці 3.21.

Таблиця 3.21

Результати розрахунку економічної ефективності управління факторингом торговельних підприємств на засадах методики Cronbach & Gleser*

Показники	Підприємства		
	ТзОВ «Торговий дім «Кімак»	ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»	ТзОВ «Грейнпласт- Карпати»
Стандартне відхилення доходу від факторингу, тис. грн.	5000,96	8656,4	3342,76
Сума доходу на один портфель факторингу, тис. грн.	773,45	1498,94	660,46
Середні витрати на один портфель факторингу, тис. грн.	588,78	472,00	497,16
Прибуток від факторингового портфеля, тис. грн.	184,67	1026,94	163,3

*прогнозна оцінка на 2017 рік з урахуванням даних за попередній рік

Практичне впровадження розроблених факторингових портфелів впливатиме на покращення фінансування оборотних коштів, максимізацію прибутку та зростання рентабельності продажу на торговельних підприємствах.

Таким чином, економічний механізм управління факторингом, запропонований у дисертаційній роботі, сприятиме підвищенню ефективності управління факторингом на торговельних підприємствах з метою зменшення неплатежів за реалізовані товари, а максимізація ефекту від даного інструменту може здійснюватися загалом при використанні інших механізмів.

Висновки до розділу 3

Визначення основних напрямів та шляхів підвищення ефективності управління факторингом підприємств дозволило сформувати такі висновки:

1. Розроблено інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств на засадах системного підходу, які складаються із п'яти блоків (аналіз платоспроможності дебіторів торговельного підприємства з метою переведення їх на факторингове обслуговування; аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання її реальної вартості; планування грошових потоків від факторингових операцій; оцінка реалізації факторингу; моніторинг та контроль погашення дебіторської заборгованості в процесі факторингового обслуговування), що сприятиме ефективному управлінню факторингом на торговельних підприємствах;

2. На основі використання методу ABC-XYZ аналізу, що ґрунтуються на правилі Парето, проведено групування дебіторів за критеріями своєчасності погашення дебіторської заборгованості та обсягу отриманого доходу від торговельних операцій, що дає можливість підвищити ступінь обґрунтованості ефективної політики підприємства у відносинах із дебіторами та визначити групи дебіторів, до яких можливо застосувати факторинг.

3. Сформовано факторинговий портфель на засадах моделі портфельних інвестицій СAMP В. Шарп. На підставі дискретної цінової моделі ринку капіталів, сформовано умови факторингової угоди: обмеження на кредитний ризик та заданий рівень доходу.

4. Удосконалено методичний підхід щодо оцінювання економічної ефективності впровадження економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств на основі сформованих оптимізаційних факторингових портфелів з використанням методики Cronbach & Gleser, що дозволяє визначити прибуток від застосування факторингових операцій.

Запропоновані пропозиції щодо реалізації інструментів економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств дозволять врегулювати боргові відносини між підприємствами із залученням третіх сторін, а також запобігти виникненню негативних явищ у боргових відносинах між торговельними підприємствами в майбутньому.

Основні результати дослідження, викладені в даному розділі, опубліковано в роботах [144; 148].

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі обґрунтовано теоретико-методичні підходи та розроблено науково-практичні рекомендації щодо формування економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств. У результаті дослідження сформульовано низку висновків та методичних рекомендацій практичного спрямування, які відображають вирішення поставлених завдань:

1. Узагальнено теоретичні положення щодо тлумачення сутності факторингу та запропоновано трактування поняття «факторинг», згідно з яким це – фінансово-комісійна операція, за якої клієнт переуступає дебіторську заборгованість банку чи факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу та пришвидшення оборотності коштів у розрахунках, що супроводжується елементами кредитування, адміністрування, моніторингу, контролю дебіторської заборгованості, а також страхуванням ризиків за відповідну винагороду. Особливість такого визначення полягає в тому, що з допомогою факторингу не тільки здійснюється фінансування господарської діяльності підприємств, а також з'являється можливість для торговельних підприємств зменшувати ризики при реалізації товарів із використанням додаткових послуг адміністрування, моніторингу, контролю за дебіторською заборгованістю за відповідну винагороду.

2. Набула подальшого розвитку класифікація факторингових операцій. Її запропоновано розглядати з позиції системності таких класифікаційних ознак, як: спосіб погашення боргових зобов'язань та спосіб нарахування відсотків за факторинговими операціями з урахуванням організаційного та економічного підходів, що сприятиме оптимізації витрат на факторингове обслуговування.

3. Уточнено сутність економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств як системи взаємопов'язаних методів, принципів, функцій та інструментів, спрямованих на досягнення ефективного управління факторингом на підприємствах торгівлі з метою зменшення неплатежів і збільшення прибутку, її успішне функціонування якої досягається через

інформаційне забезпечення платоспроможності дебіторів та нормативно-правове регулювання факторингу. Таке трактування сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень, пов'язаних із скороченням термінів погашення дебіторської заборгованості за умови застосування факторингу.

4. Сформовано економічний механізм управління факторингом на торговельних підприємствах, впровадження якого дозволяє підвищити ефективність функціонування підприємств торгівлі на основі використання інструменту рефінансування дебіторської заборгованості – факторингу.

5. Розроблено методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств, що базується на показниках економічного зростання за валовим прибутком, доходом від реалізації та оборотними активами торговельних підприємств; показниках, що характеризують швидкість обертання оборотних активів, витратовіддачу (витратомісткість) по факторингу та банківському кредиту, а також співвідношення економічної ефективності факторингових операцій та банківського кредиту. Методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу в діяльності підприємств торгової галузі сприяє підвищенню ефективності використання оборотних коштів, покращенню платоспроможності та збільшенню прибутку від продажу товарів. На основі запропонованого методичного підходу до оцінювання економічної доцільності використання факторингу було обґрунтовано ефективність його застосування на досліджуваних підприємствах торгівлі. Доведено, що використання факторингу в діяльності торговельних підприємств впливає на скорочення періодів інкасації дебіторської заборгованості з одночасним зростанням доходу від реалізації товарів.

6. Запропоновано інструменти реалізації економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств, які складаються з п'яти блоків: аналіз платоспроможності дебіторів торговельного підприємства з метою переведення їх на факторингове обслуговування; аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання її реальної вартості; планування грошових потоків від факторингових операцій; оцінка реалізації факторингу; моніторинг

та контроль погашення дебіторської заборгованості в процесі факторингового обслуговування, що сприятиме прийняттю ефективних рішень щодо управління факторингом на підприємствах торговельної галузі.

7. На засадах використання методу ABC-XYZ аналізу, в основу якого покладено правило Парето або принцип 80/20, було запропоновано ранжування дебіторів залежно від обсягу доходу, який вони приносять підприємству при здійсненні торговельних операцій, та за прогнозованістю своєчасності погашення дебіторської заборгованості. Доведено, що факторинг доцільно використати для дебіторів, які увійшли у групи CY, AZ, BZ та CZ, тобто перевести на факторингове обслуговування тих дебіторів, які забезпечують підприємство найменшою часткою доходу від реалізації товарів і характеризуються низькою платіжною дисципліною.

8. Обґрунтовано ефективність впровадження економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств на основі сформованих факторингових портфелів із використанням методики Cronbach&Gleser для розрахунку прибутку від факторингових операцій. Доведено, що реалізація запропонованих пропозицій щодо управління факторингом торговельних підприємств на основі сформованих факторингових портфелів сприяє максимізації прибутку на досліджуваних суб'єктах господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артищук І.В., Белей О.І. Інтелектуалізовані системи управління торговельним підприємством. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління.* 2010. № 683. С. 128–132.
2. Андрій Костюк Факторинг. *Баланс.* 2005. № 10. С. 27
3. Апарова О. В., Кудрицька Ж.В. Фінансово-економічна характеристика факторингу в Україні. *Ефективна економіка.* 2011. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=593>
4. Бабичев С., Лабзенко А. Факторинг: критерии выбора. *Управление компанией.* 2006. № 8. 169 с.
5. Басюк Т. П. Реструктуризація дебіторської заборгованості підприємства. *Фінанси України.* 2004. № 12. С. 115–123.
6. Белей О.І., Белей С.Е. Система процесного управління комерційною діяльністю торговельних підприємств. *Молодий вчений.* 2015. № 2 (17). С. 75–78
7. Бєлозерцев В. С. Фактори впливу на динаміку та якість дебіторської заборгованості підприємства: теоретичний аспект. *Технологічний аудит та резерви виробництва.* 2015. №4/5(24). С. 4–10.
8. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Київ, 2001. 640 с.
9. Бланк И. А. Управление активами. Київ, 2000. 720 с.
10. Білоус Н.М., Сазонець І.Л. Значення факторингу в системі стратегічного управління підприємством . *Ефективна економіка.* 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5220>.
11. Білоус Н.М., Сазонець І.Л. Визначення корпоративних стратегій та доцільність використання факторингу у їх реалізації. *Ефективна економіка.* 2016. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5221>.

12. Бондаренко О. С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2008. №4. С. 40 – 44.
13. Бочаров В. В. Комплексный финансовый анализ. Питер, 2005. 432 с.
14. Брік С.В., Мардус Н.Ю. Особливості проведення факторингових операцій для первісного кредитора. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки*. 2014. № 5. С. 98–102.
15. Бураковський І.В., Плотніков О.В. Глобальна фінансова криза: уроки для світу та України. Харків, 2009. 299 с.
16. Васильєва Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ. Москва, 2006. 544 с.
17. Васильчишин О.Б., Гринчак Н.Я. Факторинг як перспективний напрям розвитку банківського бізнесу. *Вісник університету банківської справи Національного банку України*. 2010. № 2 (8). С. 162–169.
18. Вергун В.А., Ступницький О.І. Практика використання портфелю факторингових послуг в Україні в умовах фінансової кризи. *Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект*. 2010. С. 784–788.
19. Внукова Н.М., Опешко Н.С., Колодізєва С.О. Удосконалення організації факторингу в банку за логістичним підходом. *Фінанси України*. 2012. № 5. С. 68–77.
20. Внукова Н.М, Опешко Н.С. Ризики факторингу та способи їх страхування. *Фінансовий ринок України*. 2010. № 3. С. 15–18.
21. Внукова Н.М., Плещивцева Т.О. Забезпечення спеціального кредитування підприємств шляхом факторингу. *Енергосбережение, енергетика, енергоаудит*. 2014. № 7(125). С. 31–38.
22. Вовчак О.Д., Шпаргало Г.Є., Андрейків Т.Я. Факторинг. Київ, 2012. 247 с.

23. Волосович С. Страхування ризиків факторингу. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2012. № 4. С. 24–34.
24. Гabor B.C. Формування механізму ефективного господарювання сільськогосподарських підприємств. *Інноваційна економіка*. 2012. № 3. С. 101–104.
25. Гавриляк О.О., Миронов Ю.Б. Організаційний механізм управління діяльністю підприємства. URL: <http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html>.
26. Гаврилюк Т.В. Факториг, як інструмент фінансової підтримки бізнесу. *Економіка Крима*. 2012 . № 2(39). С. 34–36.
27. Гапоненко О.Є. Використання факторингу як ефективного інструменту управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Вісник національного технічного університету «ХПІ»: зб. наук. пр. темат. вип.: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства*. 2011. № 15. С. 15–21.
28. Где бізнес может получить финансирование [Электронный ресурс] URL: <http://forbes.ua/opinions/1404424-gde-biznes-mozhet-poluchit-finansirovaniye>
29. Герасимович М.А., Герасимович І.А., Морозова–Герасимович Н.А. Факторингові операції: механізм проведення, облік та аналіз. [Електронний ресурс] URL: irbis.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/4678/1/203-218.pdf
30. Герасимович А.М., Алексеєнко М.Д., Парасій-Вергуненко І.М. Аналіз банківської діяльності. Київ, 2004. 599 с.
31. Гільорме Т.В., Шишкіна А.Ю. Концептуальні засади ефективності управління персоналом підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. №7/1. С. 40–44.
32. Говорушко Т.А., Ситник І.П., Степаненко К.М. Факторинг як форма рефінансування дебіторської заборгованості. *Облік і фінанси АПК*. 2012. № 4. С. 35 – 40.

33. Гонта О.І., Острівська Н.С., Жаворонок А.В. Факторинг як один із видів альтернативних банківських послуг. *Вісник чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* 2014. № 3 (75). С. 166 – 171
34. Городня Т.А., Пацкан Є.П. Діагностика управління обіговим капіталом підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2010. Вип. 20.2. С. 109–113.
35. Горун П.М. Договір факторингу як важливий фактор розвитку й допомоги підприємництву [Електронний ресурс] URL: www.rusnauka.com/3_SND_2010/Pravo/56490.doc.htm
36. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18–22. 144 с.
37. Грещак М.Г., Гребешкова О.М., Коцюба О.С. Внутрішній економічний механізм підприємства. Київ, 2001. 228 с.
38. Григораш Т.Ф., Пільгуй С.С. Банківське кредитування в Україні: сучасний стан, основні проблеми та шляхи їх вирішення. *Економічний простір.* 2012. № 62. С. 119–124.
39. Гриценко В. В. Факторинг як ефективний інструмент підтримки бізнесу [Електронний ресурс] URL: www.stattionline.org.ua/.../8067-faktoring-yak-efektivnij-instrument-p
40. Гриценко О.І. Організація факторингових операцій в кредитних спілках. *Вісник національного технічного університету «ХПІ».* 2010. № 63. С. 90–95.
41. Гусаков Н.П., Белова И.Н., Стренина М.А. Международные валютно-кредитные отношения. Москва, 2006. 314 с.
42. Гусєва О.Ю. Імперативи стратегічного управління торговельними підприємствами з урахуванням макротрендів бізнесу. Зб. наук. праць

«Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності». 2015. Вип. 1 (11). С. 115–123.

43. Гутко Л.М. Механізм здійснення факторингових операцій та страхування ризику невиконання зобов'язань за договором факторингу. *Економіка, фінанси, право*. 2006. № 9. С. 6–8.

44. Де бізнес може отримати фінансування. Як українські підприємці можуть використовувати закордонний досвід у залученні додаткових коштів: [Електронний ресурс] URL: <http://forbes.net.ua/ua/opinions>

45. Демчук Н.І. Теоретико-методические аспекты управления факторингом на торговых предприятиях Украины. *Уральский научный вестник*. Казахстан, 2015 г. №75(178).

46. Державна комісія з регулювання ринку фінансових послуг України [Електронний ресурс] URL: www.dfp.gov.ua

47. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс] URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

48. Дмитрієва Ю.В. Факторингові операції в Україні: проблеми та перспективи. *Управління розвитком*. 2011. №3 (100). С. 20–22.

49. Добровольська О. В. Ринок факторингових послуг: проблеми розвитку та перспективи. *Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету*. 2013. № 1 (31). С. 166– 169

50. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2000. – Т.1. – 1035 с.

51. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства [Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В]. Київ, 2005. 400 с.

52. Еш С.М., Балацюк О.С. Проблеми та перспективи розвитку факторингових послуг в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку фінансів, обліку і маркетингу в сучасному середовищі*: Тези доп. всеукраїн. наук.-практ.

конф. молодих вчених і студентів (Київ, 25–26 жовтня 2012). Київ, 2012. С. 133– 134.

53. Єлісєєва О.К., Нетета А.О. Особливості складання фінансової звітності банківськими установами України. *Херсонський державний університет. Економічні науки*. 2015. Випуск 11, Частина 3. С. 147–150.

54. Єрешко Ю. О. Факторинг як економічний інструмент оптимізації грошових потоків підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 11 (150). С. 151–155.

55. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. №2121-ІІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

56. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. №2264-ІІІ // Офіційний вісник України. 2001. № 32. 1457 с.

57. Захарін С.В. Інвестиційне забезпечення економічного розвитку. *Фінанси України*. 2004. №10. С. 72–81.

58. Іваненко С.С. Факторинг як джерело фінансування малого та середнього бізнесу. *Экономика Крыма*. 2006. №18. С. 50–61.

59. Капран В.І. Банківські операції [Капран В. І., Кривченко М. С., Коваленко О. К., Омельченко С. І.]. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 208 с.

60. Казакова М.О. Факторингові послуги на ринку короткострокового кредитування України. *Магістеріум. Економічні студії*. 2014. Випуск 56. С. 55–59.

61. Касимов Ю. Ф. Основы теории оптимального портфеля ценных бумаг. Москва, 1998. 144 с.

62. Квасний Л.Г., Фаринович И.В. Факторинговые проблемы финансирования малого бизнеса в Украине. *Инновационные и информационные технологии в развитии национальной экономики: теория и практика:*

монография / под ред. Т.С. Клебановой, В.П. Невежина, Е.И. Шохина. Москва, 2013. С. 345–352.

63. Квасній Л.Г., Фаринович І.В. Методичні підходи до оцінки економічної ефективності застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств. *Науковий журнал «Економіка розвитку»*. Харків, 2013. № 2(58). С. 76–80.

64. Квасній Л.Г., Попівняк О.М., Щербан О.Я. Стратегічне і тактичне планування діяльності підприємства як основні складові механізму забезпечення його економічної безпеки. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки: зб. наук. праць / за ред. І. Т. Кіщака*. Миколаїв, 2015. №1(4) С. 50–51.

65. Квасний Л.Г., Фаринович И.В. Факторинг как инструмент финансирования малого бизнеса. *Инновационные и информационные технологии в развитии бизнеса и образования: Тезисы докладов I Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 20–21 ноября 2012)* Москва, 2012. С. 56–58.

66. Кендумов А.В. Концепция формирования стратегии социально-экономического развития Украины. *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія економічна*. 2009. Випуск 36–1. С. 93–97.

67. Кірієнко О.Е. Становлення ринку факторингових послуг в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник тез доповідей XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Суми, 24–25 жовтня 2013). Суми, 2013. С. 55–57.

68. Кожель Н.О. Ринок факторингових операцій, реалії і перспективи розвитку. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2011. № 2 (11). С. 212–215.

69. Козаченко Г.В. Організаційно-економічний механізм як інструмент управління підприємством. *Економіка. Менеджмент. Підприємство*. 2003. № 11. С. 35–40

70. Козик В. В., Панкова Л. А., Даниленко Н. Б. *Міжнародні економічні відносини*. Київ, 2002. 406 с.
71. Ковальова Т.В. Про доцільність факторингу в сучасних умовах. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2011. Вип. 33. С. 135–139.
72. Ковальова Т. В. До питання розвитку факторингу в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2012. № 1. С. 98–100.
73. Колесова І.В. Використання факторингу в управлінні фінансами корпорації. *Фінанси України*. 2004. № 3. С. 135–143.
74. Колодізєва С.О. Методичний підхід до підвищення ефективності управління послугою факторингу. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*. 2014. Т.19. Вип. 2/5. С. 44–46.
75. Конвенція УНИДРУА "Про міжнародний факторинг"// ВВР. 2006. № 16. С.139–142.
76. Костюченко В.М. Факторингові операції в системі фінансово-правового забезпечення зовнішньоторговельної діяльності. *Міжнародний зб. наук. праць*. 2010. № 3(18). С. 138–144.
77. Куліш Г., Жабуровський О. Перспективи розвитку ринку факторингових послуг в Україні. *Ринок цінних паперів України*. 2012. № 12. С. 67–73.
78. Леваєва Л. Ю. Факторинг в Україні: стан та перспективи розвитку. *Економічний вісник університету*. зб. наук. праць. 2014. Вип. 23(1). С. 222–227.
79. Левченко Н.М., Кравченко Г.В. Факторинг як інструмент ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Економічний простір*. 2009. №23/2. С. 242–251.
80. Лепъохін О.В. Факторингові операції як інструмент управління дебіторською заборгованістю підприємства з метою забезпечення своєї

життєдіяльності. *Теоретичні i практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.* 2011. Вип. 2. С. 120–127.

81. Лисенко Ю.М. Валютно-фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності. Київ, 2005. 179 с.

82. Лозовський О.М., Кузьмінська О.О. Особливості управління підприємством в сучасних ринкових умовах господарювання. *Молодий вчений.* 2014. № 4 (07)(1). С. 77–79.

83. Лопушинський І.П., Савченко А.А. Механізм удосконалення регулювання факторингових послуг в Україні. *Теорія та практика державного управління i місцевого самоврядування.* 2013. №2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2013_2_8.

84. Макарович В.К. Аналіз ефективності факторингових операцій як інструменту управління оборотним капіталом. *Економічний аналіз.* 2013. Том 14. № 3. С. 114–122.

85. Макарович В.К. Ризики факторингових операцій: класифікаційний підхід. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка.* 2015. Випуск 1 (45). Т.2. С. 167–170.

86. Макарович В.К. Факторинг : еволюція і становлення. *Економіка i менеджмент: матеріали II Міжнародної конференції молодих вчених ЕМ-2011.* (Львів, 24–26 листопада 2011). Львів, 2011. С. 186–189.

87. Міжнародні розрахунки та валютні операції / О. І. Береславська, О. М. Наконечний, М. Г. Пясецька та ін. // [за заг. ред. М. І. Савлука]. – К. : КНЕУ, 2002. – 392 с.

88. Мисник Т.Г. Факторингові операції комерційних банків [Електронний ресурс] URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/308>

89. Мищенко А.В., Виноградова Е.В. Оптимизационные модели управления финансовыми ресурсами предприятия : монографія. Москва, 2013. 337 с.

90. Мних Є.В. Економічний аналіз. Київ, 2003. – 412 с.
91. Момот Л. Факторинг та перспективи його розвитку в Україні. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* 2014. Випуск 36. Частина 1. Том 1. С. 126–130.
92. Мороз А. М., Савлук М.І., Пуховкіна М.Ф. та ін. Банківські операції. Київ, 2002. 476 с.
93. Мороз Е.Г., Грисюк І.В. Економічні особливості застосування факторингу в Україні. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції.* 2010. № 3. С. 47–57.
94. Москальов А. А. Стан розвитку факторингу в Україні після подолання наслідків світової фінансової кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13_NMН_2011/Economics/1_
95. Національне рейтингове агентство «Рюрік». Аналітичний огляд ринку небанківських послуг України за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rurik.com.ua>
96. Нашкерська М.М. Форфейтинг, як інструмент фінансування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Проблеми управління експортно-імпортною діяльністю:* тези доповідей міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. (Львів, 13 травня 2014). до 170-річчя Національного університету «Львівська політехніка» / Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2014. – С. 152.
97. НБУ і Мінфін ініціюють законопроект про фінансову реструктуризацію кредитів юросіб: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : pravotoday.in.ua › Прес-центр › Новини › Українські новини
98. Нідзельська І.А. Кредитні ризики та їх наслідки для банківської системи в умовах поглиблення фінансової кризи. *Фінанси України.* 2009. №8. С. 102–108.

99. Нижник Н.Р. Системний підхід в організації державного управління. Київ, 1998. 160с.
100. Обзор рынка банковского факторинга на 6 января 2015 года URL: http://www.prostobiz.ua/finansy/faktoring/stati/faktoring_uzhe_ne_deshevle_kredita_obzor_ryntka_bankovskogo_faktoringa_na_6_yanvarya_2015_goda
101. Олійник А.В., Савіцька О.В. Економічна сутність та аналіз стану розвитку факторингових послуг в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 4. С. 271–274.
102. Операції комерційних банків / [Р. Коцовська, В. Ричаківська, Я. Грудзевич, М. Вознюк]. К. : Алеута. Львів : ЛБІ НБУ, 2003. – 500 с.
103. Остапенко О.М. Теоретичний аспект механізму факторингового обслуговування. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки*. 2011. Вип. 2. Т.1. С. 193–198.
104. Остафіль О.В. Проблеми та перспективи розвитку ринку фінансових послуг в Україні. *Фінанси України*. 2004. № 12. С. 89–92.
105. Пальчук О. І. Перспективи розвитку ринку факторингових послуг в Україні за умов фінансової кризи. *Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка*. 2010. № 2. С. 147–152.
106. Пальчук О.І. Факторинг як специфічна фінансова послуга. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». Львів, 2010. № 682. С. 168–173.
107. Пальчук О. І. Особливості аналізу фінансового стану позичальників у факторингових операціях. *Наукові праці НДФІ*. 2010. Вип. 3. С. 110–114.
108. Пальчук О.І. Факторинг на світовому ринку фінансових послуг в умовах економічної глобалізації : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / О. І. Пальчук. – Київ, 2011. – 22 с.

109. Панкевич Т. Застосування факторингу в Україні : порівняння з традиційними формами кредитування. *Наукові записки Тернопільського національного економічного університету*. 2006. Вип. 16. С. 23–26.
110. Партин Г.О., Загородній А.Г. Фінанси підприємств. Київ, 2006. 379 с.
111. Пилипів О.М. Форфейтинг як форма експортного фінансування та специфічний вид кредитування. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 4. С. 320 – 323.
112. Плещивцева Т.О. Факторинг як спеціальний вид кредитування URL: www.rusnauka.com/35_NOBG_2013/Economics/1_153153.doc.htm2
113. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-IV (зі змінами і доповненнями) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://www.sts.gov.ua/nlk>.
114. Подиновский В.В., Ногин В.Д. Парето-оптимальные решения многокритериальных задач. Москва, 1982. 198 с.
115. Поддерьогін А. Фінансовий менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу : fin.at.ua/load/8-1-0-43
116. Подольська В. О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз. Київ, 2007. 448 с.
117. Покаместов И.Е. Рынок факторинга зарубежных стран. *Банковское кредитование*. 2007. № 2 (12). С. 110–118.
118. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку10 «Дебіторська заборгованість» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instbuh/psbu>
119. Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями: Затверджено Нацбанком від 25.01.2013. – № 23 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z023112?test=>

120. Попович Н.М. Теоретичні аспекти управління торговельним підприємством [Електронний ресурс]. Режим доступу: chteinke.eu.cv.ua/herald/content/download
121. Поліщук О.В., Єгорова В.І. Удосконалення механізму регулювання факторингових послуг в Україні. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2015. № 2. С. 80–88.
122. Реверсивный (закупочный) факторинг. «Политекс». URL: www.politeks.ru/factoring/reversefactoring/
123. Реструктуризація кредитів бізнесу : що нового пропонує уряд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finbalance.com.ua/news/Restrukturizatsiya-kreditiv-biznesu-shchodo-novoho-proponu-uryad-NBU-bankiri>
124. Руденко Л.В. Розрахункові та кредитні операції у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Київ, 2002. – 304 с.
125. Савченко О.В., Соловйов В.П. Сутність та складові організаційно-економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>
126. Сизова В.С. Використання факторингу як ефективного інструменту управління дебіторською заборгованістю підприємств. *Фінансово-кредитна діяльність : проблеми теорії та практики*. 2010. Вип. 2. С. 114–119.
127. Синельников Д.А. Выбор способов и источников финансирования. *Финансовый менеджмент*. 2001. №4. С. 43–46.
128. Склеповий Є.В. Ринок факторингових послуг в Україні. *Фінанси України*. 2005. № 9. С. 109–115.
129. Смачило В.В., Дубровська Є.В. Сутність та роль факторингу в сучасних умовах. *Персонал*. 2007. № 4. С. 75–78.

130. Смачило В.В., Дубровська Є.В. Сутність факторингу та його використання при управлінні дебіторською заборгованістю в Україні. *Фінанси України*. 2007. № 7. С. 35–46.
131. Стасюк Н.В. Механізм управління товарооборотом як соціально-економічна система. *Ефективна економіка*. 2011. № 15. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=555>
132. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Москва, 2004. 520 с.
133. Ступницький О.І., Коверда В.М. Сучасний факторинг: ефективність торговельних операцій та управління корпоративними фінансами. Видавничо – поліграфічний центр «Київський університет». Київ, 2010. С. 255.
134. Тимошенко О. В. Роль факторингу у фінансуванні підприємств України. *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Економіка*. 2014. Випуск 2. С. 150–158.
135. Торгівельна мережа України: стан і тенденції розвитку // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : libr.rv.ua/ua/virt/73/
136. Тохтамиш Т.О. Перспективи розвитку міжнародного факторингу у сучасних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія: Економічні науки*. 2015. Випуск 14. Ч. 1. С. 19–22.
137. Тригуб О.В. Специфіка діяльності вітчизняних банків на ринку факторингових послуг. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 284–291.
138. Трошина О.В., Тодосейчук Г.С. Проблеми розвитку факторингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>
139. Уманців Ю.М. Банківська система України в умовах глобалізації світового фінансового простору. *Фінанси України : науково – теорет. та інформ.-практ. журн. М-ва фін. України*. – К. : Міністерство фінансів України. 2013. № 12. С. 88–100.
140. Факторинг: аналитика, интервью. Обзор мирового рынка факторинга // [Електронний ресурс] . – Режим доступу: www.factorings.ru/article/17/

141. Факторинг і форфейтинг : у чому різниця? // [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://bankografo.com/faktoring-i-forfeyting-u-chomuriznitsya>.
142. Фаринович І. В. Економічна сутність оборотних коштів та джерела їх формування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент і підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* Львів, 2011. С. 114–119.
143. Фаринович І.В., Кvasnij L.G. Formuvannja sistemi pokaznikiv ocinjuвання dozilnosti zastosuvannya faktoringu v diyalnosti torgovelnykh pidpriemstv. *Naуковий вісник НЛТУ України* : zб. наук. pracy. / redkol.: Ю.Ю. Tunicja (hol. red.) [ta in.]. – Lviv: PVB NLTU Ukrayni, 2016. Vip. 26.2. C. 203– 209.
144. Фаринович І.В. Formuvannja modeli viboru faktoringovogo portfelju torghivelnykh pidpriemstv. *Vіsник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки.* 2016. № 1 (232). C. 178–181.
145. Фаринович І.В. Вплив faktoringu na finansovi rezul'tati diyalnosti pidpriemstv. *Ekonomicznyj prostir:* zб. nauk. pracy. / redkol.: Ю.В. Orlov's'ka (hol.red.) [ta in.]. – Dnipropetrov's'k: PDAVA, 2008. № 12/2. C. 13–21.
146. Фаринович І.В. Faktoring jaк mehanizm prishvidshenja obigovosti obigovix koشتiv pidpriemstv. *Naуковий вісник НЛТУ України* : zб. наук. pracy. /redkol. : Ю.Ю. Tunicja (hol.red.) [ta in.]. – Lviv: PVB NLTU Ukrayni, 2010. Vip. 20.15. C. 248–252.
147. Фаринович І.В., Kvasnij L.G. Upravlinnia faktoringom na torgovelnykh pidpriemstvakh. *Efektivna ekonomika.* 2016. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5112>
148. Фаринович І.В. Organizatsionno-ekonomichnyj mehanizm upravlinnia faktoringom torgovelnykh pidpriemstv. *Vіsник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка.* 2015. №10/1. C. 113– 118.

149. Фаринович І. В. Факторинг як засіб кредитування оборотних засобів. Зб. матер. міжв. наук.-техн. конф. наук. – педаг. Працівників. (Львів, 21–22 березня 2006). Львів: Ліга – Прес, 2006. С. 95 – 96.
150. Фаринович І. В. Переваги факторингу для постачальників продукції. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп’ютерних технологій в Україні* : Матеріали II Міжвуз. наук.-техн. конф. наук.-педаг. працівників. Львів : Ліга – Прес, 2007. С. 121.
151. Фаринович І.В. Шляхи мінімізації ризиків при здійсненні факторингових послуг. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп’ютерних технологій в Україні* : Матеріали V Міжвуз. наук. – техн. конф. наук. – педаг. працівників. – Львів : Видавничий відділ НУ «Львівська політехніка». 2010. С. 117–118.
152. Фаринович І.В. Роль факторингових операцій в управлінні оборотними активами вітчизняних підприємств. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп’ютерних технологій в Україні*: тези доповідей за матер. IX наук. – практ. конф. (Львів, 15 – 20 квітня 2013). Львів : ЗУКЦ, 2013. С. 188 – 191.
153. Фаринович І.В. Оцінка економічної ефективності факторингових операцій в діяльності підприємств. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп’ютерних технологій в Україні*: тези доповідей за матер. X наук. – практ. конф. (Львів, 31 березня – 5 квітня 2014). Львів: ЗУКЦ, 2014. С. 111–113.
154. Фаринович І.В. Чинники впливу на рівень процентної ставки за факторинговими операціями. *Наука та інновації як основні шляхи вирішення проблем модернізації економіки*: тези наук. робіт учасників Міжнар. наук. – практ. конф. (Одеса, 18 – 19 грудня 2015). Одеса : ЦЕДР, 2015. Ч I. С. 129–130.

155. Фаринович І.В. Факторинг як ефективний інструмент фінансування торговельних підприємств. *Економіка і фінанси*. 2015. № 8 – 9. С. 42–48.
156. Філіпенко Ю.Ю., Сатановська А.В. Факторингові операції комерційних банків: механізм проведення, особливості обліку, проблеми та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*. 2011. № 6–7. С. 96–98.
157. Фінанси підприємств [А. М. Поддерьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.]; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддерьогін. – [6-те вид., перероб. та допов.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с.
158. Фурман І.В. Процес формування ринку факторингових послуг в Україні. *Проблематика та шляхи розширення. Економічні науки. Серія: Облік і фінанси*. 2013. Вип. 10(4). С. 348–354.
159. Хаустова В.Є., Матюшенко О.І. Методологічні засади оцінки вартості підприємства. *Проблеми економіки*. 2009. № 4. С. 57–76.
160. Цивільний кодекс України від 16. 01. 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40 – 44. 356 с.
161. Циганкова А. В. Факторинг – як метод управління дебіторською заборгованістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : nauka.kushnir.mk.ua/?p=42060
162. Шарп У. Ф. Теория портфеля и рынка капиталов. *The Journal of Finance*. 1970. – XIX.
163. Шевирьова І. Ю. Використання факторингу для вдосконалення руху товарних логістичних потоків у банку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. С. 449–453.
164. Шевченко В.В. Факторинг: нові можливості фінансування. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2007. № 3. С. 66 – 72.

165. Шпаргало Г.Є., Н. В. Наконечна Н.В. Факторингові операції в Україні: проблеми та перспективи. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Проблеми економіки та управління. 2009. № 640. С. 226–230.
166. Шпаргало Г.Є. Аналіз специфіки здійснення факторингового обслуговування українськими банками. *Вісник Львівської комерційної академії*. Серія економічна. 2013. Вип. 42. С. 84–89.
167. International Factors Group scrl - Factoring | abs-global-factoring.de [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.abs-global-factoring.de/international-factors-gr>.
168. Kvasniy L.G., Farynovych I. V. Trends of trade enterprises in Ukraine. *Nauka i Studia*. 2015. № 17 (148). P. 5–11.
169. Factors Chain International // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.factors-chain.com
170. Forman M., Gilbert J. Factoring and finance. London, 1976
171. F. Salinger. Factoring. The Law and Practice of Invoice Finance. London. Sweet&Maxwell. 1999. 425 p.
172. M. Bickers. Factoring in the UK (8th edition). 2003. 232 p.

Додаток А

Таблиця А 1

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТзОВ «Торговий Дім «Кімак», тис. грн.

Актив	Код рядка	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи	1000					
первинна вартість	1001					
накопичена амортизація	1002					
Незавершені капітальні інвестиції	1005					
Основні засоби	1010					
первинна вартість	1011	613	1077,1	1134,9	1187,4	1995,6
знос	1012	364,1	520,2	711,7	865,7	1085,1
Інвестиційна нерухомість	1015					
Довгострокові біологічні активи	1020					
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030					
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств						
інші фінансові інвестиції	1035					
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040					
Відстрочені податкові активи	1045					
Інші необоротні активи	1090					
Усього за розділом I	1095	248,9	556,9	423,2	321,7	910,5
II. Оборотні активи						
Запаси	1100	52,8	28,5	46,5	3,8	143,5
Поточні біологічні активи	1110					
товари	1115	1734,1	2020,0	2004,9	2815,3	1835,5
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1121,4	2320,4	2620,8	1913,4	2943,9

Продовження додатку А1

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами з бюджетом	1130					
у тому числі з податку на прибуток	1135	17,8	7,6	-	20,6	12,8
Інша поточна дебіторська заборгованість	1136					
Поточні фінансові інвестиції	1155	24,8	213,3	220,8	226,3	78,0
Гроші та їх еквіваленти	1160					
Витрати майбутніх періодів	1165	1,8	6,5	13,5	2,6	5,8
Інші оборотні активи	1170					
Усього за розділом II	1195	2991,5	4634,2	4949,4	5113,5	5019,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибутия	1200	1,2	1,4	1	0,8	
Баланс	1300	3241,6	5192,5	5373,6	5436,0	5930,0
Пасив	Код рядка	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100	100	100	100	100
Капітал у дооцінках	1405					
Додатковий капітал	1410					
Резервний капітал	1415					
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	269,3	333,3	57,7	306,5	473,7
Неоплачений капітал	1425	()	()	()	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()	()	()	()
Усього за розділом I	1495	369,3	433,3	157,7	406,5	573,7
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500					
Довгострокові кредити банків	1510					
Інші довгострокові зобов'язання	1515					

Продовження додатку А1

Довгострокові забезпечення	1520					
Цільове фінансування	1525					
Усього за розділом II	1595					
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600	489,8	495,2	397,3	399,9	421,0
Поточна кредиторська заборгованість за:						
довгостроковими зобов'язаннями	1610					
товари, роботи, послуги	1615	2074,7	3639,3	4210,3	3355,4	3445,8
розрахунками з бюджетом	1620	75,7	35,2	49,1	106,1	123,7
у тому числі з податку на прибуток	1621					
розрахунками зі страхування	1625		5,6	5,4	-	5,9
розрахунками з оплати праці	1630		13,8	13,6	0,8	8,7
Поточні забезпечення	1660					
Доходи майбутніх періодів	1665					
Інші поточні зобов'язання	1690	232,1	570,1	540,2	1167,3	1351,2
Усього за розділом III	1695	2872,3	4759,2	5215,9	5029,5	5356,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700					
Баланс	1900	3241,6	5192,5	5373,6	5436,0	5930,0

* дані на початок відповідного року

Таблиця А 2

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Холдингова компанія «Доброта», тис. грн.

Актив	Код рядка	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи	1000					
первинна вартість	1001					
накопичена амортизація	1002					
Незавершені капітальні інвестиції	1005					
Основні засоби	1010					
первинна вартість	1011	5061	5243	7597	8484	8567,2
знос	1012	2260	2579	2858	3307	3784,1
Інвестиційна нерухомість	1015					
Довгострокові біологічні активи	1020					
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030					
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств						
інші фінансові інвестиції	1035					
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040					
Відстрочені податкові активи	1045					
Інші необоротні активи	1090					
Усього за розділом I	1095	2801	2664	4739	5177	4783,1
II. Оборотні активи						
Запаси	1100	453	416	755	554	561,9
Поточні біологічні активи	1110					
товари	1115	346	49	2145	914	69,1
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1066	2310	1787	1476	2360,0

Продовження додатку А2

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130					
з бюджетом	1135	40	3	2	2	
у тому числі з податку на прибуток	1136					
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	32	17	158	100	
Поточні фінансові інвестиції	1160					
Гроші та їх еквіваленти	1165	33	347	112	21	40,0
Витрати майбутніх періодів	1170					
Інші оборотні активи	1190	12	46	5	790	0,2
Усього за розділом II	1195	1982,0	3188,0	4964,0	3857,0	3031,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200					
Баланс	1300	4783,0	5852,0	9703,0	9034,0	7814,3
Пасив	Код рядка	2010	2011	2012	2013	2014
1	2					
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	979	979	979	979	979
Капітал у дооцінках	1405					
Додатковий капітал	1410	1687	1687	1687	1687	618,8
Резервний капітал	1415			11	11	12,4
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	563	780	(1234)	(3747)	603,8
Неоплачений капітал	1425					
Вилучений капітал	1430					
Усього за розділом I	1495	3229	3446	1443	(1070)	2214,0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500					
Довгострокові кредити банків	1510	130	90	50		67,0
Інші довгострокові зобов'язання	1515					

Продовження додатку А2

Довгострокові забезпечення	1520					
Цільове фінансування	1525					
Усього за розділом II	1595	130	90	50		67,0
ІІІ. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600	410	750	400	1500	900
Поточна кредиторська заборгованість за:						
дovгостроковими зобов'язаннями	1610					
товари, роботи, послуги	1615	869	1335	5019	2984	3478,2
розрахунками з бюджетом	1620	25	90	189	30	167,8
у тому числі з податку на прибуток	1621					
розрахунками зі страхування	1625	24	28	27	49	45,2
розрахунками з оплати праці	1630	82	89	79	109	239,8
Поточні забезпечення	1660					
Доходи майбутніх періодів	1665					
Інші поточні зобов'язання	1690	14	24	2496	5432	702,3
Усього за розділом III	1695	1424,0	2316,0	8210,0	10104,0	5533,3
ІV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700					
Баланс	1900	4783,0	5852,0	9703,0	9034,0	7814,3

* дані на початок відповідного року

Таблиця А 3

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТзОВ «Грейнпласт-Карпати», тис. грн.

Актив	Код рядка	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи	1000	2,2	1,8	0,0	0,0	0,0
первинна вартість	1001	3,7	3,7			
накопичена амортизація	1002	1,5	1,9			
Незавершені капітальні інвестиції	1005					
Основні засоби	1010	2 056,3	2 403,4	5 839,0	3 783,1	2 432,6
первинна вартість	1011	5 419,1	5 937,8	9 689,7	8 567,2	5 329,8
знос	1012	3 362,8	3 534,4	3 850,7	4 784,1	2 897,2
Інвестиційна нерухомість	1015					
Довгострокові біологічні активи	1020					
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030					
інші фінансові інвестиції	1035	12,0	12,0	12,0		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040					
Відстрочені податкові активи	1045					
Інші необоротні активи	1090	383,6	383,6	386,8		
Усього за розділом I	1095	2 454,1	2 800,8	6 237,8	3 783,1	2 432,6
II. Оборотні активи						
Запаси	1100	521,9	1 286,2	968,2	61,9	227,1
Поточні біологічні активи	1110					
товари	1115	27,9	229,3			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 046,9	1 700,7	2 385,4	2 969,1	3 485,8

Продовження додатку А3

Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	52,3	52,2	154,5		182,0
з бюджетом	1135	2,9	25,1	561,4		103,5
у тому числі з податку на прибуток	1136					
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		4,0	43,3		
Поточні фінансові інвестиції	1160					
Гроші та їх еквіваленти	1165	21,1	22,1	21,1		10,1
Витрати майбутніх періодів	1170					
Інші оборотні активи	1190	0,2	0,2	0,2	0,2	
Усього за розділом II	1195	1 673,2	3 319,8	4 134,1	3 031,2	4 008,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200					
Баланс	1300	4127,3	6 120,6	10 371,9	6 814,3	6 441,1
Пасив	Код рядка					
1	2					
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	233,7	233,7	233,7	233,7	233,7
Капітал у дооцінках	1405					
Додатковий капітал	1410	618,8	618,8	618,8	618,8	618,8
Резервний капітал	1415	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 238,6	1 336,3	1 367,2	1 349,1	1 362,5
Неоплачений капітал	1425					
Вилучений капітал	1430					
Усього за розділом I	1495	2 103,5	2 201,2	2 232,1	2 214,0	2 227,4
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500					
Довгострокові кредити банків	1510			4 542,2	967,0	769,1
Інші довгострокові зобов'язання	1515					
Довгострокові забезпечення	1520					

Продовження додатку А3

Цільове фінансування	1525					
Усього за розділом II	1595	0,0	0,0	4 542,2	967,0	769,1
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	1600					
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610					
товари, роботи, послуги	1615	1708,0	3 514,6	3519,2	2 478,2	2 889,0
розрахунками з бюджетом	1620	24,5	53,4	18,3	167,8	174,1
у тому числі з податку на прибуток	1621					
розрахунками зі страхування	1625	71,6	126,7	39,3	45,2	23,7
розрахунками з оплати праці	1630	34,5	38,8	20,8	239,8	296,7
Поточні забезпечення	1660					
Доходи майбутніх періодів	1665	5,8	1,8		24	61,1
Інші поточні зобов'язання	1690	179,4	184,1		678,3	
Усього за розділом III	1695	2 023,8	3919,4	3 597,6	3 633,3	3 444,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700					
Баланс	1900	4127,3	6 120,6	10 371,9	6 814,3	6 441,1

* дані на початок відповідного року

Додаток Б

Таблиця Б 1

Звіт про фінансові результати ТзОВ «Торговий Дім «Кімак», тис. грн.

Стаття	Код рядка	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	14492,3	20649	17563,1	13582,3	12477,9
Інші операційні доходи	2120	0,5	28,6	0,6	0,0	24,5
Інші доходи	2240	14,9				
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	14507,7	20677,6	17563,7	13582,3	12502,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(13504,4)	(18618,6)	(15850,4)	(11644,7)	(10774,9)
Інші операційні витрати	2180	(1289,4)	(1878,0)	(1884,8)	(1537,5)	(1527,7)
Інші витрати	2270	(124,4)	(105,2)	(96,9)	(90,2)	(87,3)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(14918,2)	(20601,8)	(17823,1)	(13272,4)	(12389,9)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-410,5	75,8	(268,4)	309,9	112,5
Податок на прибуток	2300	(2,1)	(11,8)	(7,2)	(61,1)	(20,2)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-412,6	64,0	(275,6)	248,8	92,3

* дані на початок відповідного року

Таблиця Б 2

Звіт про фінансові результати ТОВ Холдингова компанія «Доброта», тис. грн.

Стаття	Код рядка	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15195,8	19712,0	17481,0	21655,0	20856,8
Інші операційні доходи	2120	2664,2	204,0	120,0	506,0	789,2
Інші доходи	2240					
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	17860,0	19916	17601	22161,0	21646,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(13675,9)	(17784,0)	(15858,0)	(20545,0)	(20042,0)
Інші операційні витрати	2180	(2779,5)	(1591,0)	(1588,0)	(1599,0)	(1536,4)
Інші витрати	2270	(227,9)	(116,0)	(76,0)	(88,0)	(17,6)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(16683,3)	(19491,0)	(17522,0)	(22232,0)	(21596,0)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	1176,7	425,0	79,0	(71,0)	50,0
Податок на прибуток	2300	(297,5)	(208,0)	(16,5)	(0)	(9,8)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	879,2	217,0	62,5	(71,0)	40,2

* дані на початок відповідного року

Таблиця Б 3

Звіт про фінансові результати ТзОВ «Грейнпласт-Карпати», тис. грн.

Стаття	Код рядка	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8952,3	5237,5	6400,4	7289,6	8359,6
Інші операційні доходи	2120		110,5			
Інші доходи	2240					
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	8952,3	5348,0	6400,4	7289,6	8359,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7349,8)	(4411,5)	(5864,3)	(6140,0)	(7199,2)
Інші операційні витрати	2180	(1075,5)	(687,4)	(455,8)	(732,5)	(915,6)
Інші витрати	2270	(378,7)	(115,0)	(39,5)	(435,2)	(226,9)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(8804,0)	(5213,9)	(6359,6)	(7307,7)	(8341,7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	148,3	134,1	40,8	(18,1)	17,9
Податок на прибуток	2300	37,1	40,6	9,5		3,8
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	111,2	93,5	31,3	(18,1)	14,1

* дані на початок відповідного року

Додаток В

Показники ефективності використання оборотних активів підприємств за 2011-2015 рр.

Показник	Роки				
	2011	2012	2013	2014	2015
ТзОВ «Торговий дім «Кімак»					
Рентабельність продажу (збитковості) (валова), %	6,8	9,8	9,7	14,2	13,6
Рентабельність продажу (збитковості) (чиста), %	(2,8)	0,3	(1,5)	1,8	0,7
Рентабельність оборотних активів (збитковості), %	(13,5)	4,747	(3,579)	7,952	3,944
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, обороти	4,8	5,4	3,6	2,6	2,4
Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	285,2	507,9	468,3	540,0	169,4
Коефіцієнт оборотності товарів, обороти	9,6	11,0	8,7	5,6	5,3
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, обороти	13,4	11,9	7,1	5,9	5,1
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, обороти	7,8	6,5	4,0	3,0	3,1
Тривалість обороту оборотних активів, дні	76,0	67,5	101,3	140,3	152,0
Тривалість обороту запасів, дні	1,2	0,7	0,7	0,6	2,1
Тривалість обороту товарів, дні	37,7	33,1	41,8	64,7	68,0
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, дні	27,2	30,4	51,3	60,9	71,0
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, дні	46,7	56,0	90,3	118,5	115,1
ТОВ Холдингова компанія «Доброта»					
Рентабельність продажу (збитковості) (валова), %	10,0	9,7	9,2	5,1	3,9
Рентабельність продажу (збитковості) (чиста), %	5,7	1,1	0,3	(0,3)	0,1
Рентабельність оборотних активів (збитковості), %	46,2	8,3	1,5	(1,6)	1,1
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, обороти	7,9	7,6	4,2	4,9	6,0
Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	37,9	45,3	29,8	33,0	37,3
Коефіцієнт оборотності товарів, обороти	30,3	99,8	15,9	14,1	42,4
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, обороти	14,9	11,6	8,5	13,2	10,8

Продовження додатку В

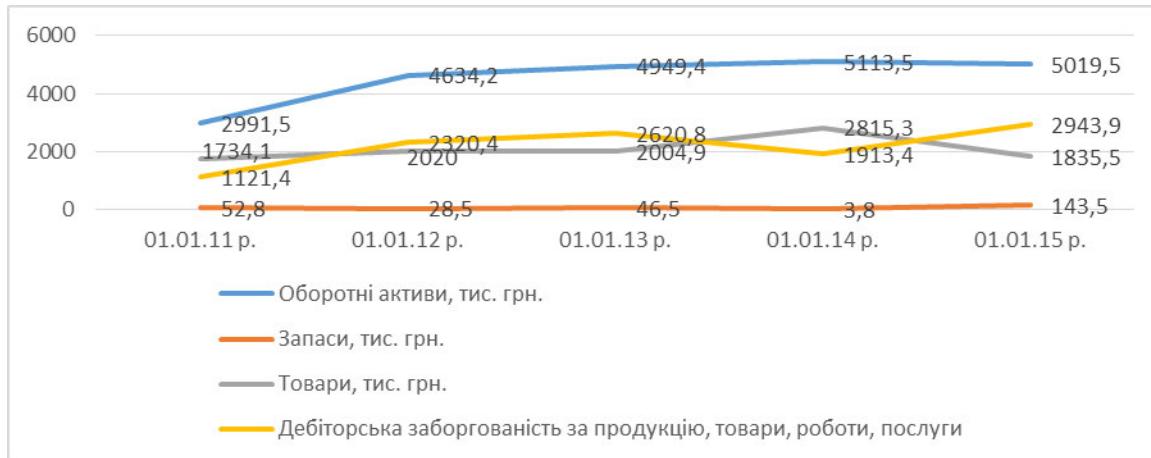
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, обороти	17,2	16,1	4,9	5,1	6,2
Тривалість обороту оборотних активів, дні	46,2	48,0	86,9	74,4	60,8
Тривалість обороту запасів, дні	9,6	8,0	12,2	11,0	9,7
Тривалість обороту товарів, дні	12,0	3,6	22,9	25,8	8,6
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, дні	24,4	31,2	42,7	27,4	33,5
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, дні	21,2	22,6	73,1	71,0	58,8
ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»					
Рентабельність продажу (збитковості) (валова), %	17,9	15,7	8,3	15,7	13,8
Рентабельність продажу (збитковості) (чиста), %	1,2	1,7	0,4	(0,2)	0,1
Рентабельність оборотних активів (збитковості), %	7,4	3,7	0,8	(0,5)	0,4
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, обороти	5,9	2,0	1,7	2,0	2,3
Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	11,9	5,7	5,6	14,1	57,8
Коефіцієнт оборотності товарів, обороти	99,4	40,7	55,8	-	-
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, обороти	4,9	3,8	3,1	2,7	2,5
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, обороти	2,3	1,6	1,6	2,0	2,6
Тривалість обороту оборотних активів, дні	61,8	182,5	214,7	182,5	158,6
Тривалість обороту запасів, дні	30,6	64,0	65,1	25,8	6,3
Тривалість обороту товарів, дні	3,6	8,9	6,5	-	-
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, дні	74,4	95,7	116,5	134,0	140,9
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, дні	158,6	216,0	218,8	178,2	136,0

* дані на початок відповідного року

Додаток Г

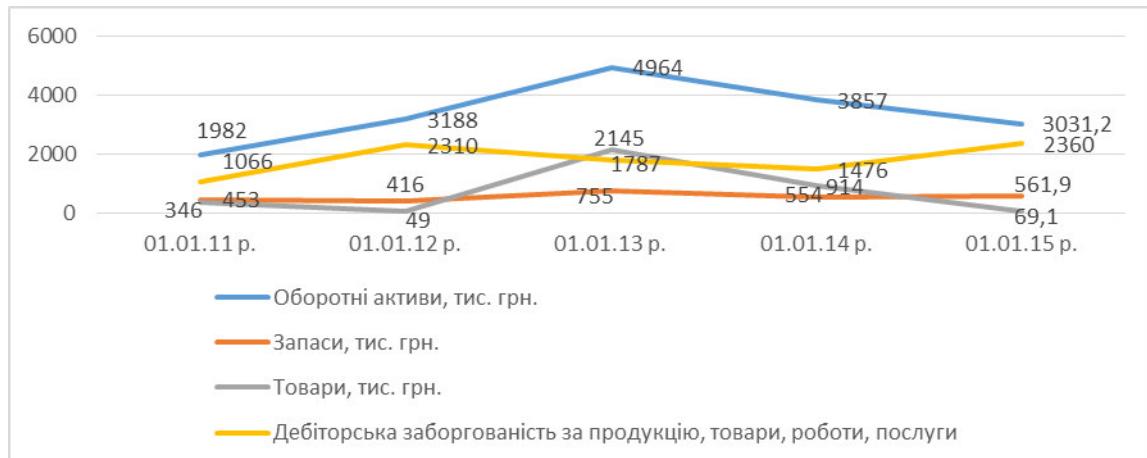
Динаміка оборотних активів

ТзОВ «Торговий дім «Кімак» за період 01.01.11 – 01.01.15 рр.



Динаміка оборотних активів

ТОВ «Холдингова компанія «Доброта» за період 01.01.11 – 01.01.15 рр.



Динаміка оборотних активів

ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» за період 01.01.11 – 01.01.15 рр.



Додаток Д

Розрахунок економічного результату з використанням факторингу

ТзОВ «Торговий дім «Кімак»

Кількість днів	Сума поставки	Виплата коштів по договору поставки	Валовий прибуток	Сума витрат	Кількість днів користування ресурсами
		1039,8	159,09	21,37	30
1	1039,8	935,82	143,18	18,59	29
2	935,82	842,24	128,86	16,15	28
3	842,24	758,01	115,98	14,02	27
4	758,01	682,21	104,38	12,15	26
5	682,21	613,99	93,94	10,51	25
6	613,99	552,59	84,55	9,08	24
7	552,59	497,33	76,09	7,83	23
8	497,33	447,60	68,48	6,74	22
9	447,60	402,84	61,63	5,79	21
10	402,84	362,56	55,47	4,97	20
11	362,56	326,30	49,92	4,25	19
12	326,30	293,67	44,93	3,62	18
13	293,67	264,30	40,44	3,08	17
14	264,30	237,87	36,39	2,61	16
15	237,87	214,09	32,76	2,20	15
16	214,09	192,68	29,48	1,85	14
17	192,68	173,41	26,53	1,54	13
18	173,41	156,07	23,88	1,28	12
19	156,07	140,46	21,49	1,06	11
20	140,46	126,42	19,34	0,87	10
21	126,42	113,77	17,41	0,70	9
22	113,77	102,40	15,67	0,56	8
23	102,40	92,16	14,10	0,44	7
24	92,16	82,94	12,69	0,34	6
25	82,94	74,65	11,42	0,26	5
26	74,65	67,18	10,28	0,18	4
27	67,18	60,46	9,25	0,12	3
28	60,46	54,42	8,33	0,07	2
29	54,42	48,98	7,49	0,03	1
30	48,98	44,08	6,74	0	0
Всього	9957,22	10001,30	1530,20	152,28	

Додаток Е

Розрахунки об'єднаного ABC - XYZ аналізу для ТзОВ «Торговий дім «Кімак»

		Дебітор	Січ 12												ABC-аналіз			XYZ-аналіз		ABCXYZ
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	підсумок	група	група			
0	0,0%														0,0%					
1	1,3%	Дебітор 1	10,25	10,90	9,80	9,29	8,97	13,26	12,68	10,09	17,91	13,22	16,56	15,12	9,5%	A	14,4%	X	AX	
2	2,7%	Дебітор 2	16,42	16,54	16,12	14,01	18,92	12,39	17,76	14,27	19,84	14,01	13,62	13,90	18,8%	A	15,5%	Y	AY	
3	4,0%	Дебітор 3	6,28	9,81	9,83	9,89	13,18	15,57	13,94	13,54	13,27	14,20	14,02	14,36	27,2%	A	15,3%	Y	AY	
4	5,3%	Дебітор 4	5,01	6,19	6,37	6,70	8,11	8,00	8,26	8,34	9,07	10,04	12,51	15,60	34,4%	A	16,0%	Y	AY	
5	6,7%	Дебітор 5	7,25	6,03	6,30	6,99	9,06	8,40	9,24	8,96	11,26	11,21	11,05	10,98	41,1%	A	6,2%	X	AX	
6	8,0%	Дебітор 6	7,05	6,47	6,87	7,08	7,87	7,00	8,53	9,18	10,88	12,02	14,29	1,78	47,0%	A	37,6%	Z	AZ	
7	9,3%	Дебітор 7	3,46	2,73	3,42	3,33	4,58	5,64	4,18	5,60	6,70	5,69	6,55	6,50	50,8%	B	11,8%	X	BX	
8	10,7%	Дебітор 8	3,76	3,11	3,56	3,53	4,81	4,05	4,64	5,03	5,17	4,89	5,39	6,61	54,2%	B	9,3%	X	BX	
9	12,0%	Дебітор 9	3,04	2,77	4,33	3,93	4,26	4,06	4,28	5,06	4,77	4,53	5,43	5,60	57,2%	B	10,6%	X	BX	
10	13,3%	Дебітор 10	2,17	2,69	2,75	2,75	3,24	3,30	3,62	3,86	4,05	4,25	5,26	5,77	60,2%	B	10,3%	X	BX	
11	14,7%	Дебітор 11	1,28	1,55	1,71	2,29	3,69	2,68	3,26	4,23	4,31	3,99	4,44	4,36	62,8%	B	15,3%	Y	BY	
12	16,0%	Дебітор 12	0,00	0,00	0,00	0,00	2,72	2,96	3,71	3,33	3,54	3,63	4,60	4,73	65,3%	B	29,3%	Y	BY	
13	17,3%	Дебітор 13	0,74	0,60	0,81	0,54	0,75	0,74	1,04	1,16	3,90	2,46	4,64	4,59	67,6%	B	39,8%	Z	BZ	
14	18,7%	Дебітор 14	2,82	2,89	3,41	2,94	3,25	3,24	3,02	3,05	3,24	3,73	4,11	4,32	69,9%	B	9,2%	X	BX	
15	20,0%	Дебітор 15	0,46	0,29	0,53	0,62	1,75	0,79	0,68	0,54	0,73	4,35	3,61	3,94	71,9%	B	69,9%	Z	BZ	
16	21,3%	Дебітор 16	1,93	1,52	1,78	2,11	2,24	2,15	2,81	2,47	2,90	2,39	3,08	2,75	73,5%	B	9,6%	X	BX	
17	22,7%	Дебітор 17	1,02	0,99	1,16	0,96	1,06	1,15	1,68	1,62	1,99	2,65	2,47	1,82	74,9%	B	21,1%	Y	BY	
18	24,0%	Дебітор 18	1,46	1,64	1,93	2,04	1,86	1,99	2,00	2,19	2,18	1,88	2,31	2,17	76,2%	B	8,8%	X	BX	
19	25,3%	Дебітор 19	1,58	1,26	1,34	1,28	1,46	1,44	1,98	1,69	1,79	1,52	2,21	2,99	77,5%	B	19,9%	Y	BY	
20	26,7%	Дебітор 20	1,56	1,46	1,54	1,21	1,97	1,88	2,50	1,95	2,11	2,10	2,15	1,80	78,7%	B	14,7%	X	BX	
21	28,0%	Дебітор 21	0,49	0,79	0,73	0,64	0,59	0,78	1,05	0,68	1,06	0,98	1,14	4,09	79,8%	B	76,3%	Z	BZ	
22	29,3%	Дебітор 22	1,22	1,03	1,37	1,38	1,53	1,41	1,42	1,54	1,45	1,44	2,28	2,00	80,9%	C	13,8%	X	CX	
23	30,7%	Дебітор 23	1,70	2,00	1,71	2,04	1,95	1,47	1,43	1,51	1,78	1,79	1,82	1,63	81,9%	C	12,0%	X	CX	
24	32,0%	Дебітор 24	0,80	0,86	1,11	0,99	1,28	1,18	1,15	1,29	1,60	1,35	1,66	1,64	82,9%	C	6,5%	X	CX	
25	33,3%	Дебітор 25	0,81	0,85	0,88	0,98	1,06	0,96	1,10	1,26	1,60	1,30	1,40	1,58	83,8%	C	8,6%	X	CX	
26	34,7%	Дебітор 26	1,11	0,97	1,27	1,32	1,15	1,23	1,04	1,04	1,54	1,32	1,22	1,34	84,6%	C	12,1%	X	CX	
27	36,0%	Дебітор 27	1,09	0,77	0,88	0,91	1,32	0,81	0,76	1,03	1,51	1,14	1,14	1,40	85,4%	C	18,7%	Y	CY	
28	37,3%	Дебітор 28	0,97	0,86	1,13	0,97	1,27	1,05	0,97	1,02	1,28	1,19	1,23	1,42	86,2%	C	9,7%	X	CX	
29	38,7%	Дебітор 29	0,38	0,36	0,47	0,57	0,65	0,70	1,25	1,08	1,25	0,96	1,15	1,31	86,9%	C	20,2%	Y	CY	
30	40,0%	Дебітор 30	0,75	0,65	0,67	0,83	0,94	0,86	0,99	0,90	1,10	0,97	1,30	1,19	87,5%	C	7,0%	X	CX	
31	41,3%	Дебітор 31	0,53	0,54	0,70	0,79	0,95	1,33	0,88	1,04	1,13	0,77	1,14	1,45	88,2%	C	22,1%	Y	CY	
32	42,7%	Дебітор 32	0,83	0,51	0,44	0,76	0,64	0,53	0,61	0,79	1,24	0,78	0,84	1,17	88,8%	C	25,1%	Y	CY	
33	44,0%	Дебітор 33	0,58	0,48	0,51	0,44	0,79	0,36	0,50	0,51	1,06	0,94	0,91	1,07	89,4%	C	22,9%	Y	CY	
34	45,3%	Дебітор 34	0,48	0,42	0,50	0,53	0,63	0,65	0,74	0,65	0,78	0,72	1,07	1,32	90,0%	C	17,5%	Y	CY	
35	46,7%	Дебітор 35	0,58	0,51	0,78	0,81	0,71	0,79	0,87	0,67	0,82	0,88	0,90	1,26	90,6%	C	16,6%	Y	CY	
36	48,0%	Дебітор 36	0,65	0,58	0,62	0,81	0,90	0,64	0,67	0,70	1,02	0,78	0,96	1,10	91,2%	C	13,6%	X	CX	
37	49,3%	Дебітор 37	0,11	0,10	0,13	0,16	0,28	0,29	0,43	0,36	0,58	1,75	0,69	0,71	91,8%	C	77,0%	Z	CZ	
38	50,7%	Дебітор 38	0,89	0,78	0,99	0,86	0,91	0,94	0,91	0,82	0,82	0,83	0,84	0,73	92,3%	C	7,7%	X	CX	
39	52,0%	Дебітор 39	0,19	0,25	0,25	0,23	0,35	0,30	0,34	0,25	0,41	0,28	0,77	1,76	92,7%	C	78,2%	Z	CZ	
40	53,3%	Дебітор 40	0,17	0,17	0,20	0,25	0,09	0,08	0,06	0,08	0,08	0,09	1,15	1,68	93,2%	C	129,5%	Z	CZ	
41	54,7%	Дебітор 41	0,51	0,49	0,55	0,58	0,61	0,54	0,60	0,59	0,60	0,66	0,71	0,77	93,6%	C	6,9%	X	CX	
42	56,0%	Дебітор 42	0,37	0,39	0,46	0,39	0,41	0,40	0,67	0,53	0,59	0,63	0,71	0,78	94,0%	C	13,8%	X	CX	

Продовження додатку Е

43	57,3%	Дебітор 43	0,63	0,42	0,47	0,54	0,59	0,45	0,58	0,47	0,59	0,60	0,77	0,63	94,4%	C	13,9%	X	CX
44	58,7%	Дебітор 44	0,31	0,28	0,40	0,40	0,47	0,37	0,40	0,49	0,64	0,62	0,61	0,65	94,8%	C	10,6%	X	CX
45	60,0%	Дебітор 45	0,49	0,46	0,37	0,46	0,55	0,85	0,39	0,39	0,56	0,68	0,52	0,72	95,2%	C	26,2%	Y	CY
46	61,3%	Дебітор 46	0,27	0,31	0,32	0,25	0,42	0,38	0,60	0,47	0,50	0,64	0,59	0,62	95,5%	C	14,9%	X	CX
47	62,7%	Дебітор 47	0,33	0,32	0,36	0,37	0,48	0,53	0,52	0,38	0,56	0,51	0,54	0,52	95,8%	C	10,8%	X	CX
48	64,0%	Дебітор 48	0,42	0,38	0,43	0,38	0,45	0,40	0,43	0,41	0,49	0,46	0,54	0,60	96,2%	C	8,0%	X	CX
49	65,3%	Дебітор 49	0,25	0,18	0,24	0,30	0,38	0,29	0,33	0,34	0,52	0,46	0,48	0,51	96,5%	C	10,2%	X	CX
50	66,7%	Дебітор 50	0,33	0,33	0,28	0,37	0,42	0,48	0,38	0,36	0,60	0,46	0,42	0,45	96,7%	C	16,0%	Y	CY
51	68,0%	Дебітор 51	0,48	0,47	0,60	0,70	0,87	0,73	0,85	0,93	0,96	0,46	0,19	0,26	97,0%	C	42,3%	Z	CZ
52	69,3%	Дебітор 52	0,17	0,17	0,35	0,30	0,29	0,28	0,33	0,31	0,33	0,71	0,48	0,32	97,3%	C	35,7%	Z	CZ
53	70,7%	Дебітор 53	0,21	0,21	0,19	0,22	0,23	0,20	0,23	0,23	0,31	0,40	0,32	0,49	97,5%	C	21,5%	Y	CY
54	72,0%	Дебітор 54	0,12	0,17	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22	0,22	0,25	0,37	0,44	0,38	97,8%	C	19,6%	Y	CY
55	73,3%	Дебітор 55	0,12	0,11	0,20	0,21	0,27	0,28	0,23	0,32	0,43	0,25	0,40	0,31	98,0%	C	20,6%	Y	CY
56	74,7%	Дебітор 56	0,22	0,25	0,27	0,29	0,39	0,24	0,31	0,29	0,35	0,29	0,31	0,40	98,2%	C	14,4%	X	CX
57	76,0%	Дебітор 57	0,18	0,17	0,24	0,22	0,22	0,20	0,27	0,28	0,29	0,27	0,30	0,36	98,4%	C	11,5%	X	CX
58	77,3%	Дебітор 58	0,17	0,14	0,16	0,18	0,18	0,22	0,23	0,22	0,25	0,26	0,30	0,38	98,5%	C	13,6%	X	CX
59	78,7%	Дебітор 59	0,12	0,16	0,16	0,14	0,16	0,14	0,32	0,29	0,30	0,22	0,27	0,30	98,7%	C	23,9%	Y	CY
60	80,0%	Дебітор 60	0,22	0,23	0,34	0,26	0,22	0,28	0,19	0,19	0,28	0,27	0,29	0,20	98,9%	C	19,6%	Y	CY
61	81,3%	Дебітор 61	0,24	0,17	0,17	0,20	0,22	0,20	0,21	0,22	0,23	0,20	0,25	0,27	99,0%	C	10,6%	X	CX
62	82,7%	Дебітор 62	0,25	0,22	0,21	0,21	0,21	0,17	0,18	0,21	0,21	0,16	0,21	0,27	99,1%	C	16,2%	Y	CY
63	84,0%	Дебітор 63	0,08	0,11	0,12	0,11	0,14	0,14	0,19	0,17	0,22	0,20	0,20	0,21	99,3%	C	9,9%	X	CX
64	85,3%	Дебітор 64	0,16	0,13	0,20	0,13	0,19	0,17	0,21	0,20	0,27	0,21	0,23	0,10	99,4%	C	24,9%	Y	CY
65	86,7%	Дебітор 65	0,08	0,06	0,09	0,07	0,11	0,10	0,13	0,10	0,13	0,14	0,13	0,12	99,5%	C	11,7%	X	CX
66	88,0%	Дебітор 66	0,08	0,05	0,08	0,08	0,14	0,10	0,10	0,10	0,14	0,11	0,11	0,15	99,5%	C	16,3%	Y	CY
67	89,3%	Дебітор 67	0,09	0,08	0,08	0,07	0,10	0,07	0,09	0,09	0,10	0,12	0,14	0,16	99,6%	C	17,6%	Y	CY
68	90,7%	Дебітор 68	0,14	0,10	0,09	0,10	0,12	0,10	0,13	0,13	0,14	0,11	0,12	0,14	99,7%	C	13,7%	X	CX
69	92,0%	Дебітор 69	0,07	0,05	0,05	0,07	0,09	0,05	0,07	0,07	0,12	0,11	0,09	0,10	99,7%	C	18,2%	Y	CY
70	93,3%	Дебітор 70	0,03	0,11	0,18	0,20	0,30	0,34	0,18	0,15	0,12	0,11	0,09	0,07	99,8%	C	60,4%	Z	CZ
71	94,7%	Дебітор 71	0,06	0,04	0,06	0,05	0,08	0,05	0,07	0,08	0,08	0,06	0,07	0,09	99,9%	C	17,9%	Y	CY
72	96,0%	Дебітор 72	0,05	0,07	0,05	0,11	0,13	0,14	0,13	0,12	0,09	0,06	0,08	0,07	99,9%	C	37,0%	Z	CZ
73	97,3%	Дебітор 73	0,07	0,06	0,04	0,06	0,07	0,04	0,04	0,04	0,05	0,06	0,08	0,05	99,9%	C	25,8%	Y	CY
74	98,7%	Дебітор 74	0,13	0,07	0,06	0,03	0,04	0,02	0,03	0,03	0,08	0,04	0,05	0,07	100%	C	58,2%	Z	CZ
75	100%	Дебітор 75	0,05	0,04	0,08	0,06	0,07	0,05	0,06	0,05	0,05	0,05	0,04	0,07	100%	C	21,3%	Y	CY
Разом, Всі Дебітори			99	100	107	106	132	126	137	133	163	154	173	171	-	-	-	-	-



**ДРОГОБИЦЬКА МІСЬКА РАДА
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ**

пл. Ринок, 1, м. Дрогобич, Львівська обл., Україна, 82100, тел. 2-25-69, факс (03244) 3-96-71, 2-13-03
E-mail: rada@drb.lviv.ua, WEB: <http://www.drohobych-rada.gov.ua>

23. 02. 2016 № 3-34/1637

ДОВІДКА

**про впровадження рекомендацій по дисертаційному дослідженню
Фаринович Ірини Володимирівни за темою: «Економічний механізм
управління факторингом торговельних підприємств»**

Рекомендації по дисертаційній роботі Фаринович Ірини Володимирівни за темою: «Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств» впроваджені в роботі відділу економіки Виконавчого комітету Дрогобицької міської ради, зокрема:

- економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств, що дає змогу підвищити конкурентоспроможність та платоспроможність підприємств торгівлі Львівського регіону;
- обґрутовано застосування факторингу в діяльності торговельних підприємств як ефективного інструменту фінансування оборотних коштів на основі порівняльної оцінки з іншими джерелами фінансування;
- удосконалено методичні підходи щодо управління факторингом на основі оптимізації факторингового портфелю, що дозволяє визначити економічний ефект підприємств торговельної галузі Львівського регіону від

застосування портфелю факторингу .

Дані рекомендації є актуальними і доцільними для впровадження в практичну діяльність структурних підрозділів Дрогобицької міської ради

Перший заступник міського голови

I.Герман



ТзОВ «Торговий дім «Кімак»

юридична адреса: 82200, Львівська обл. м. Трускавець, б-р Ю. Дрогобича 2
фактична адреса: 82106, Львівська обл. м. Дрогобич, вул. В. Великого 66/1
банківські реквізити: ПАТ АКБ «Львів» МФО 325268 р/р 2600050069;
ЄДРПОУ 32836949

ПН 328369413125, свідоцтво ПДВ № 100333295

тел. / факс (03244) 5-06-63, 3-87-51

ел. пошта: novobud.zahid@gmail.com

Вих № 14 від 17 листопада 2015 р.

Довідка про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Фаринович Ірини Володимирівни

«Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств»

Результати дослідження по дисертаційній роботі Фаринович Ірини Володимирівни за темою «Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств» впроваджені в практичну діяльність підприємства ТзОВ «Торговий Дім «Кімак», зокрема:

- методичні підходи щодо оцінювання доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств на основі сформованих показників;
- економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств як інструмент погашення дебіторської заборгованості із залученням третіх сторін, який, на відміну від існуючих, дає змогу забезпечити реалізацію основних функцій управління та описати в кількісному вираженні зміни в системі залучення коштів підприємств з позицій прибуткового підходу. Реалізація методичного підходу до управління факторингом на основі оптимізаційного факторного портфелю дало змогу визначити економічний ефект (184,67 тис. грн.) від його використання на підприємстві.

Вважаємо, що результати дослідження одержані Фаринович І.В. під час виконання дисертаційної роботи «Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств» актуальні, доцільні і своєчасні для підвищення ефективності фінансового забезпечення гospодарської діяльності з метою покращення фінансових результатів ТзОВ «Торговий Дім «Кімак».

Директор

ТзОВ «Торговий Дім «Кімак»

Кімак М.Й.



ТОВ «Холдингова компанія «ДОБРОТА»

82100 м. Дрогобич, вул. Гайдамацька, 7/1,
п/р 2600901337043 в ЦФПАТ «Кредобанк»
МФО 325365, ідент. код 23967437,
св-во платника ПДВ № 100341727,
індив. податковий номер 239674313095
тел./ факс (0324) 41-73-59, 41-73-09
E-mail: office@dobrota.net

вих. № 94 від «12» 12 2015 р.

Довідка

про впровадження рекомендацій по дисертаційному дослідженю
Фаринович Ірини Володимирівни за темою: «Економічний механізм управління
факторингом торговельних підприємств»

Дані рекомендації по дисертаційному дослідженю Фаринович Ірини Володимирівни за темою: «Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств» були практично реалізовані на підприємстві ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»; а саме:

- методичні підходи щодо оцінювання доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств на основі сформованих показників;
- економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств як інструмент погашення дебіторської заборгованості із залученням третіх сторін, який, на відміну від існуючих, дає змогу забезпечити реалізацію основних функцій управління та описати в кількісному вираженні зміни в системі залучення коштів підприємств з позицій прибуткового підходу. Реалізація методичного підходу до управління факторингом на основі оптимізаційного факторингового портфелю дало змогу визначити економічний ефект (1026,94 тис. грн.) від його використання на підприємстві.

Реалізація запропонованих рекомендацій щодо підвищення ефективності управління факторингом на підприємстві підтвердила свою ефективність.

Директор

ТОВ «Холдингова компанія «Доброта»



Денис А.Я.



GREINPLAST

ТзОВ «ГРЕЙНПЛАСТ – КАРПАТИ»

ЄДРПОУ 32831029, тел. 0324457225 Р/р 2600401155275 в ПАТ КРЕДОБАНК МФО 325365
ПН 328310213097, номер свідоцтва 200097912

Вих № 29 від 25.12.2015р

Довідка

про впровадження рекомендацій по дисертаційному дослідженю
Фаринович Ірини Володимирівни за темою: «Економічний механізм
управління факторингом торговельних підприємств»

Дана довідка видана Фаринович І.В. ТзОВ «Грейнпласт-Карпати» в тому, що рекомендації, висновки та результати дослідження по дисертаційній роботі на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук впроваджені та практично реалізовані на підприємстві. Розроблена автором система показників оцінювання доцільності використання факторингу в діяльності торговельних підприємств дозволила обґрунтувати ефективність застосування факторингу порівняно із іншими джерелами фінансування господарської діяльності підприємства.

Реалізація методичного підходу до управління факторингом на основі оптимізаційного факторингового портфелю дало змогу визначити економічний ефект (163,3тис. грн.) від його використання на підприємстві.

В ході застосування розробленої методики підтверджено, що вона відповідає всім заявленим можливостям і дозволяє здійснювати якісне управління факторингом.

Директор

ТзОВ «Грейнпласт-Карпати»

Мацигін Ю.В.





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ПЕРСПЕКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
вул. Горбачевського, 18, м. Львів, 79044, Україна телефон/факс: +38 (032) 297-07-55, 297-15-27
електронна пошта: dir.ippt@gmail.com інтернет: www.ippt.lp.edu.ua

№ 22-ОРЕ/11.02.2016р

ДОВІДКА
про впровадження у навчальний процес
результатів дисертаційного дослідження
Фаринович Ірини Володимирівни за темою:
«Економічний механізм управління факторингом торговельних
підприємств»

Використання у навчальному процесі викладених у дисертації методичних рекомендацій щодо удосконалення економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств забезпечує набуття студентами практичних вмінь з обґрунтування економічної доцільності застосування факторингу в їх діяльності.

Положення, сформульовані у дисертаційній роботі, а саме: економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств; методичний підхід до оцінювання економічної доцільності використання факторингу у діяльності торговельних підприємств; методичний підхід до управління факторингом на основі оптимізації факторингового портфелю, який дозволяє визначити збільшення прибутку при заданих обмеженнях використовуються у навчальному процесі кафедри фінансів Інституту підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка» під час викладання дисциплін: «Фінансовий менеджмент» (тема 5 «Управління активами») для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст», «Гроші та кредит 2» (тема 6 «Небанківські фінансово-кредитні посередники грошово-кредитного ринку України») та «Фінанси підприємств» (тема 7 «Кредитування підприємств») для студентів освітнього рівня «бакалавр».

Використання матеріалів дисертаційного дослідження Фаринович І.В. у викладанні сприятиме розширенню наукового світогляду та підвищенню якості підготовки фахівців.

Директор
Інституту підприємництва
та перспективних технологій
Національного університету
«Львівська політехніка»



Й.Я. Хром'як