

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФАКТОРИНГА В ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

Алакль Рим Мохаммед С,
магистрант Института социально-
гуманитарного образования
ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет»

Научный руководитель:

Игумнов О.А., к.п.н., доцент, доцент кафедры
экономической теории и менеджмента
Института социально-гуманитарного
образования ФГБОУ ВО «Московский
педагогический государственный
университет»

Аннотация. Факторинг - это организационное и финансовое обслуживание постоянного кредитования товаров поставщиком регулярного круга покупателей. Факторинг - эффективный инструмент увеличения финансов инновационных предприятий.

Ключевые слова: факторинг; инновационная деятельность; финансирование; кредитование; банковская деятельность.

Abstract. Factoring is an organizational and financial service for the constant lending of goods by a supplier to a regular circle of buyers. Factoring is an effective tool for increasing the finances of innovative enterprises.

Key words: factoring; innovation activity; financing; lending; banking activities.

Адекватное финансирование и бесперебойный, стабильный денежный поток необходимы для того, чтобы бизнес оставался конкурентоспособным. Поиск внешних источников финансирования – один из шагов, который может покрыть нехватку денег, когда у компании не хватает собственных средств. Прежде всего, следует рассмотреть различные варианты получения кредита в банке. По мнению В.Г. Балашова, возможности заимствования крупных компаний лучше по сравнению с небольшими компаниями, поскольку они кажутся кредиторам более привлекательными из-за своей большей надежности, и поэтому кредиторы значительно лучше оценивают себя, чем небольшие компании. Крупные компании часто пользуются этим и имеют больше заемного капитала в своей структуре капитала. Заемные средства позволяют накопить больше финансовых ресурсов, но за них приходится платить проценты, и если не выполнять свои

обязательства, заемщики рискуют столкнуться с финансовыми трудностями и банкротством. Кредиты клиентам обычно составляют наибольшую часть активов банков и являются самым рискованным видом активов, поэтому предоставлением кредитов занимается вся кредитная система: государственный центральный банк, коммерческие банки и другие небанковские специализированные финансово-кредитные учреждения.

В последние годы все больше компаний пользуются факторинговыми услугами. По мере роста популярности этих услуг возникают вопросы о том, как правильно учитывать их в финансовой отчетности и рассчитывать сопутствующие налоги, поэтому важно понимать суть факторинга, его виды, а также ознакомиться с представлением факторинговых операций в финансовой отчетности и условия признания для целей налогообложения.

В различных литературных источниках можно встретить несколько различных определений факторинга. Факторинг – это особая форма краткосрочного финансирования, связанная с кредитованием оборотного капитала. В настоящее время это универсальная система, обслуживающая как экспортную, так и внутреннюю деятельность поставщиков. Основой факторинга является передача факторинговой компании неоплаченных платежных требований, возникающих в процессе реализации товаров и услуг и предоставления факторинга. Компании, выдавшей коммерческий кредит, невыгодно ждать, пока клиент рассчитается. Тогда поставщик может воспользоваться предложениями организации, оказывающей факторинговые услуги, выкупая обязательства перед поставщиками за определенную плату. Также могут быть переданы следующие функции: учет долга, взыскание и риски, связанные с неплатежеспособностью должника. Таким образом, факторинг – это операция по продаже дебиторской задолженности компании.

Специализированная факторинговая компания в течение 2 – 3 дней выплачивает аванс, который составляет 70 – 90% необходимых средств, остальные средства поступают после получения оплаченного счета. Исходя из этого, факторинг – это передача долгов (денежных требований) предприятия (продавца) банку, лизинговой или факторинговой компании на основании счетов-фактур, выставленных продавцом за проданные товары или оказанные услуги. При этом за проданные товары или оказанные услуги деньги получают сейчас, а не в будущем.

Шелепов В.Г. считает, что факторинг – это форма торгового финансирования, аналогичная по своей природе переводному кредиту, то есть смена кредитора. В результате банк выкупает дебиторскую задолженность клиентов и взыскивает ее в свою пользу. Факторинговые компании (аналог лизинговых компаний) в большинстве случаев

создаются при банках. Такие финансовые учреждения оценивают платежеспособность каждого клиента (должника) и предоставляют ему кредитный лимит. Факторинговые компании управляют дебиторской задолженностью, берут на себя весь риск неплатежеспособности покупателя (должника) и немедленно производят расчеты со своими клиентами.



Рисунок 1. Схема факторинга

Согласно подходу Шеремета А.Д., Сайфулина Р.С. и Негашева Е.В., по договору факторинга одна сторона (финансист) передает или обязуется передать деньги другой стороне (клиенту) в обмен на деньги клиента, денежное требование (кредитора), связанное с реализацией товара, выполнением работ или оказанием услуг, третьему лицу (заемщику), а клиент уступает или обязуется уступить финансисту денежное требование к заемщику (финансирование с условием уступки денежного требования) и выплатить указанное в договоре вознаграждение. Согласно принятым положениям, финансистом по договору факторинга может быть только банк или иное коммерческое юридическое лицо, имеющее право осуществлять факторинговую деятельность в соответствии с законом. Поэтому, заключая с финансистом договор передачи (факторинга) долговых обязательств, компания должна убедиться в том, имеет ли финансист право осуществлять факторинговую деятельность. Если финансист не является банком, компания должна обратиться к нему с просьбой предоставить документы, подтверждающие право на осуществление факторинговой деятельности.

В соответствии с позицией Говтвань Олег Джонович, факторинг – комплекс услуг, основанный на передаче денежного требования (долга) факторинговой компании, он включает в себя:

- торговое финансирование;
- управление счетами клиентов и дебиторской задолженностью;
- оценка и снижение риска платежеспособности покупателя.

Участниками факторинговых отношений являются финансист (в международной практике используется понятие фактора), клиент (кредитор) и заемщик. Следует подчеркнуть, что финансистом может быть только банк или иное коммерческое юридическое лицо, имеющее право осуществлять факторинговую деятельность в порядке, установленном законодательством. Проще говоря, факторинг – это передача права требования погашения долга от заемщика к финансисту, когда финансист, выплатив кредитору (клиенту) большую часть долга должника, приобретает право требования к должнику.

Например, компания (кредитор/заказчик) продает товар другой компании (должнику) и устанавливает в договоре купли-продажи срок оплаты проданного товара в течение 30 дней. Через 10 дней кредитору необходимы денежные средства, но их пока нет, поскольку должник имеет право погасить долг еще через 20 дней. В этом случае кредитор может обратиться в банк, оказывающий факторинговые услуги, и после заключения факторингового договора получить до 90% в течение 24 часов неоплаченные суммы компании-должника. Оставшуюся часть долга кредитор получит после вычета налогов банку, когда банк получит от должника неоплаченную сумму за проданный товар.

Основными функциями факторинга являются:

- финансирование путем передачи права требования;
- учет, администрирование и контроль дебиторской задолженности клиентов;
- оценка кредитного риска;
- сбор;
- принятие риска факторинга;
- консалтинг;
- другие функции, связанные с торговлей.

Необходимость и актуальность факторинга для современной экономики обусловлены функциями, выполняемыми услугой. В литературе достаточно единообразно представлены три основные операции факторинговой компании (их подчёркивают Р. Брейли, С. Майерс, Т.Н. Глазкова О.В. Чубур А.С., Дж. Джонсон, К. Шоулз, Р. Уиттингтон):

1. **Финансирование:** в условиях конкуренции компании обязуются не только поставлять качественные товары (услуги), но и обеспечивать выгодные условия оплаты -

сроки оплаты. Рост задолженности клиентов является основной причиной увеличения оборотного капитала компании, к сожалению, это не идет компании на пользу. Долги покупателей, как и другие активы компании, требуют финансирования, при этом отсутствие у компании оборотного капитала затрудняет повседневную деятельность компании, особенно когда компания быстро растет. Факторинг позволяет получить прямое финансирование покупки или продажи с гарантией или без нее. В среднем финансируется 80-90 % суммы счета.

2. *Администрирование счета* позволяет продавцу сэкономить время и дополнительную рабочую силу, необходимую для обеспечения безопасности, мониторинга и непрерывного планирования денежных потоков. Просмотр и проверка счетов, расчет лимита риска покупателя и сбор доходов от покупателей, мониторинг и контроль финансового положения покупателей стабилизирует работу финансового отдела, исключает дополнительные затраты, повышает эффективность работы.

3. *Снижение риска*, связанного с сомнительными долгами: заинтересованная в продаже компания часто не проверяет платежеспособность и финансовое положение своих покупателей, поэтому это может вызвать трудности. Поставщик факторинговых услуг может оценить риски, связанные с различными компаниями и группами компаний, поскольку имеет обширную базу данных и клиентскую сеть.

Рынок факторинга на национальном уровне управляется банковским сектором (он более актуален на «молодых» рынках), а дочерние компании банков или их филиалы занимают большую долю рынка. Исходя из этого положения, эксперты (Е.А. Иванова, Кашин В. А., Панков В. В., Перов В. И.) склонны говорить о том, что существует очень сильная связь между факторинговой отраслью и банковским сектором. Часто высказывается мнение, что услуги, предоставляемые факторами, носят скорее коммерческий, чем финансовый характер. Однако очевидно, что большинство компаний полагаются на услугах банков только по причинам финансирования.

Список литературы

1. Абрютин, А.М. Экономический анализ товарного рынка и финансово-хозяйственной деятельности. – М.: Дело и Сервис, 2018. – 464с.
2. Балашов, В.Г. Антикризисное управление предприятиями и банками / В.Г. Балашов. - М.: Дело, 2015. - с.251.
3. Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента. – Киев: Эльга, 2018. – 511 с.

4. Бурлачков В.К. Денежные механизмы глобальной и национальных экономик / В.К. Бурлачков. М.: ЛЕНАНД, 2019. – 256 с.
5. Герасименко А. Финансовый менеджмент – это просто: Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А.Герасименко. – М.: Альпина Паблицер, 2017. – 479 с.
6. Шелепов В.Г. Финансово-кредитная и налоговая политика в системе обеспечения роста экономики: монография / Ростов-на-Дону: Изд-во «Содействие-XXI век», 2014. – 368 с.
7. Шеремет, А.Д., Сайфулин, Р.С., Негашев, Е.В. Теория финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 208 с.