

Всего лишь несколько лет назад сувенирную продукцию в Украине заказывали самые «продвинутые» компании: в основном это были компании, ориентированные на конечного потребителя – страховые, туристические компании, банки, телефонные операторы, магазины. Сейчас же аудитория заказчиков становится все шире и шире. Стабильно заказывается традиционная продукция – ручки, брелоки, футболки, сумки, чашки. Но все больше компаний-заказчиков, понимая всю значимость бизнес-сувенира и желая удивлять своих клиентов, отдают предпочтение креативной дизайнерской продукции.

Выбор приоритетного критерия при подборе сувениров и подарков – довольно сложный вопрос. Все зависит от обстоятельств, назначения сувенира, тиража, статуса компании и от многого другого. К числу наиболее значимых критериев следует отнести статус получателя подарка, профессиональные и личные интересы, вид аудитории (мужская или женская), назначение сувенира (подарки для использования в офисе или во время досуга). Но самый главный критерий, определяющий безусловное качество подарка, – его конкурентоспособность.

Выводы. Подарочный маркетинг предполагает не только предоставление рекламных сувениров, но и корпоративных подарков, которые отличаются высоким качеством, стоимостью, индивидуальным подходом выбора и служат не для привлечения новых клиентов, а для удержания существующих. Важной задачей подарочного маркетинга является предоставление подарочного материала таким образом, чтобы повысить уровень лояльности клиентов к компании.

Все большее количество компаний понимает, что маркетинг подарков – это часть их имиджа, экономить на которой недопустимо, а зачастую – губительно для репутации. Только тщательная подготовка, планирование и бюджетирование оригинальной сувенирной продукции являются выгодной инвестицией в будущий успех на рынке. В свою очередь, эффективность промопродукции как неотъемлемой части маркетинговых коммуникаций, влечет за собой закономерный рост индустрии рекламных подарков.

Литература

1. Рынок сувенирной продукции Кто есть кто на рынке сувенирной продукции? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advesti.ru/publish/suvenir/sp/>.
2. Рынок рекламно-сувенирной продукции Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.reklamaster.com/spec_projects/show/who_is_pro/id/27799/index.html.
3. Обзор рынка рекламно-сувенирной продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b2b-expo.com.ua/news/22>.
4. Безделушка на память [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proreklamu.com/articles/all/19200-bezdelushka-na-ramjat.htm>.
5. Подарки «по делу» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advesti.ru/publish/suvenir/start>.
6. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика; пер. с англ. В.Б. Боброва / Ч. Сендидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл. – М. : Сирин, 2007. – 620 с.
7. Зуляр Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе : Учебник для вузов / Ю.А. Зуляр. – Иркутск: Оттиск, 2006. – 405 с.
8. Джефкинс Ф. Реклама: учебное пособие. – Пер. с англ. / Ф. Джефкинс. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 543 с.
9. Баженов Ю.К. Основы рекламы: учебник. – 12-е изд., перераб. и доп. / Ю.К. Баженов, Ф.Г. Панкратов, В.Г. Шахурин. – М. : ИТК «Дашков и К^о», 2010. – 548 с.
10. Васильев Г.А. Разработка рекламного продукта: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 256 с.
11. Антипов К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. – М. : ИТК «Дашков и К», 2010. 328 с.

УДК 339.178.3:330.131.7

ФАКТОРИНГОВІ ОПЕРАЦІЇ ЯК МЕТОД СТРАХУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Бабенко І.В., Чумакова О.Б.

Резюме. В роботі розкривається поняття «факторинг», наведені операції, які він в себе включає, а також види ризиків, що супроводжують ці операції. Запропоновані методи розрахунків для визначення ризикованості факторингових операцій, на умовному прикладі досліджена якість портфеля цих операцій, розкрита вигідність використання факторингу для постачальника. Авторами були застосовані нормативні і позитивні підходи щодо прийняття рішень у теорії бухгалтерського обліку.

Ключові слова: факторинг, банк, ризики, кредитування, дебітори.

В умовах ринку господарюючий суб'єкт самостійно приймає управлінські рішення, це відбувається при значній невизначеності зовнішнього й внутрішнього фінансово-господарського середовища підприємства, тому виникають ризики. При дії будь-якого ризику можуть виникнути негативні наслідки, тому кожний господарюючий суб'єкт намагається розробити систему заходів, спрямованих на максимально можливе скорочення таких небажаних наслідків. У результаті підсилилася увага до проблеми впливу ризиків на

економічну діяльність підприємств, причому не тільки з боку дослідників теорії ризиків, але й з боку фахівців, що займаються практичними питаннями керування діяльністю господарюючих суб'єктів. На окремих етапах своєї діяльності підприємство може зіткнутися з ситуацією, коли залучити фінансування, необхідне для сталої діяльності чи подальшого розвитку, є дуже складним або майже неможливим. Знайти вихід з такої ситуації надзвичайно важко. Одним із шляхів рішення проблеми виступає відносно новий для України інструмент – факторинг. Факторинг дозволяє підприємству отримати фінансування від банку або факторингової компанії під один з найбільших наявних у нього активів – дебіторську заборгованість.

Таким чином, стає актуальним проведення операцій факторингу в управлінні дебіторською заборгованістю підприємств, за допомогою яких здійснюється прискорення обігу та підвищення ліквідності цієї заборгованості.

Питання реалізації факторингових операцій знайшли відображення в працях українських вчених: А. М. Герасимовича, В. І. Міщенко, А. М. Мороза, Н. М. Внукової, В. М. Ларіна, Л. М. Матросової, В. В. Смачило, Є. В. Дубровської, О. Я. Стойка, М. Ю. Хромова, Я. О. Чапічадзе, Р. І. Шевченко, О. Г. Коренєвої, Е. П. Козлової, О. Д. Вовчака, О. В. Васюренко, О. М. Петрука та інші.

Метою статті є дослідження факторингу як методу страхування фінансових ризиків.

Факторинг – це операція, яка поєднує у собі низку посередницько-комісійних послуг з кредитуванням оборотного капіталу суб'єкта господарювання. Основою факторингу є перевідступлення першим кредитором прав вимоги боргу третьої особи другому кредитору з попередньою або наступною компенсацією вартості такого боргу першому кредитору. Фактично банк (факторингова компанія) купує рахунки-фактури постачальника за відвантажену продукцію, виконані роботи чи надані послуги.

Факторингові операції, крім купівлі права на вимогу боргу, включають:

- кредитування у вигляді попередньої оплати боргових вимог;
- ведення бухгалтерського обліку постачальника, зокрема реалізації продукції (роботи, послуг);
- інкасування дебіторської заборгованості постачальника;
- страхування постачальника від кредитного ризику [1, с.366-367].

Об'єктом факторингової операції є право вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі [2, с.699]. Метою факторингового обслуговування є своєчасне інкасування боргів для скорочення терміну платежу, запобігання появи сумнівних боргів (тобто боргів, своєчасна оплата яких сумнівна), надання допомоги підприємствам в управлінні кредитом, веденні бухгалтерського обліку й збільшенні їхнього обігу та прибутковості [3, с.5].

У світовій практиці вартість факторингових послуг включає такі основні компоненти:

1. Фіксований збір за обробку документів (у більшості компаній світу він становить 10-15 доларів США).
2. Фіксований процент з обігу постачальника.

Більша частина цього процента – це плата за послуги банку-фактора, а саме:

- контроль за своєчасністю виплати фінансування;
- контроль за своєчасністю оплати товарів дебіторами;
- облік поточного стану дебіторської заборгованості та представлення постачальнику відповідних звітів.

Крім цього, ця частина комісії включає в себе премію за прийняті фактором ризики:

- ризик несвоечасної оплати поставок (ризик ліквідності);
- ризик неплатоспроможності дебіторів (кредитний ризик);
- ризик різкої зміни вартості кредитних ресурсів (відсотковий ризик) [2, с.710].

Ризик виражається ймовірністю одержання таких небажаних результатів, як втрата прибутку і виникнення збитків внаслідок неплатежів по виданих кредитах, скорочення ресурсної бази, здійснення виплат по за балансових операціях та інше. Але, в той же час, чим нижчий рівень ризику, тим нижча ймовірність дістати великий прибуток. Тому, з одного боку, будь-який виробник намагається звести до мінімуму ступінь ризику і з декількох альтернативних рішень вибрати те, при якому рівень ризику мінімальний, з другого боку, йому необхідно вибрати оптимальне співвідношення рівня ризику і ступеня ділової активності, прибутковості [4, с.60].

Існує два види ризиків при факторингу: перший пов'язаний з несвоечасним перерахуванням грошей покупцем, другий - з неплатежами продавця. Перший ризик повністю приймає на себе фактор, тобто банк або факторингова компанія, забезпечуючи оплату відразу після відвантаження. Другий ризик лягає на продавця або приймається фактором залежно від виду наданого обслуговування – факторинг із регресом або факторинг без регресу.

Для визначення ступеню ризикованості операції, розраховуються такі показники факторингової операції:

1. Обіговість коштів факторингу (ОКФ) за формулою:

(1)

Якщо обсяг факторингу сильно змінюється протягом року, то обсяг факторингового кредитування за рахунками необхідно підрахувати як середньозважену, базуючись на місячних чи на кварталних залишках обсягу факторингового кредитування за рахунками.

2. Період погашення коштів за факторинговою операцією (ППКФ) за формулою:

$$\text{ППКФ} = \frac{365}{\text{ОКФ}}$$

(2)

Чим більший період «прострочки» факторингу, тим вищий ризик її непогашення. Значний період погашення коштів за факторингом може бути виправданим, якщо пом'якшено умови факторингового обслуговування. Наприклад, при виході на ринок з новою продукцією [5, с. 310].

3. Питома вага факторингових операцій до загальної суми активів.

$$\text{ПВФ} = \frac{\text{Вкладення у факторингові операції}}{\text{Активи банку, всього}}$$

(3)

На розміри кредитного ризику в Україні впливають як мікроекономічні, так і макроекономічні фактори. В останні роки ступінь кредитного ризику для українських банків різко підвищився. Важливими макроекономічними факторами, які вплинули на рівень кредитних та інших ризиків банківської діяльності в Україні, є високий рівень економічного ризику як наслідок економічної, політичної та соціальної кризи в країні; значення кредитних операцій як одного з найважливіших видів діяльності українських банків та основного джерела їх доходу; проведення НБУ жорсткої політики фінансової стабілізації, яка базується на монетарних принципах обмеження грошової маси та скорочення державних видатків, що призвело до спаду виробництва, взаємних неплатежів суб'єктів господарювання та, зрозуміло, до зростання неповернених банківських позик.

Для оцінювання якості портфеля факторингових кредитів з позиції ризику використовують такі коефіцієнти:

1. Коефіцієнт якості:

$$\text{КЯ} = \frac{\text{Факторингові кредити, зважені за ступенем ризику}}{\text{Факторингові кредити, всього}}$$

(4)

2. Питома вага безнадійних факторингових кредитів:

$$\text{ПВБФК} = \frac{\text{Факторингові кредити безнадійні}}{\text{Факторингові кредити, всього}}$$

(5)

3. Питома вага проблемних факторингових кредитів:

$$\text{ПВПФК} = \frac{\text{Прострочені факторингові кредити}}{\text{Факторингові кредити, всього}}$$

(6)

На умовному прикладі розрахуємо якість портфеля факторингових операцій. Наведені дані свідчать про сталу тенденцію до зниження якості портфеля факторингових кредитів. Зростання першого коефіцієнта свідчить про підвищення ризикованості факторингових операцій. Його значення виросло на 12,1%. Частка безнадійних кредитів зросла з 5,5% до 10,4%, тобто вдвічі. У портфелі факторингових кредитів частка прострочених кредитів також зросла на 20,1% і на початок звітнього року становила 59,5%, тобто половину від усіх факторингових кредитів. Збільшення ризикованості факторингових операцій призвело до згортання масштабів діяльності банку в цьому напрямку. При цьому необхідно враховувати ступінь ризикованості під час встановлення тарифів на даний вид послуг [6, с. 277].

Портфель факторингових кредитів банку Х

Групи ризику факторингових кредитів	Базисний рік			Звітний рік		
	Сума факторингових позик, тис. грн.	Коефіцієнт ризику, %	Сума факторингових кредитів, зважених на ризик, тис. грн.	Сума факторингових позик, тис. грн.	Коефіцієнт ризику, %	Сума факторингових кредитів, зважених на ризик, тис. грн.
1.Стандартні	5320	2	106,4	2248	2	45,0
2.Сумнівні	2980	50	1490	2733	50	1366,5
3.Безнадійні	482	100	482	576	100	576
Усього	8782	-	2078,4	5557	-	1987,5

Таблиця 2 [6, с. 278].

Аналіз якості портфеля факторингових кредитів з погляду ризику

Показники	Базисний період	Звітний період	Відхилення
1.Коефіцієнт якості портфеля факторингових кредитів	0,237	0,358	+0,121
2.Питома вага безнадійних кредитів у загальній сумі факторингових кредитів, %	0,055	0,104	+0,049
3.Питома вага проблемних (прострочених) факторингових кредитів, %	0,394	0,595	0,201

Факторинг належить до ризикованих банківських операцій, котрі можуть призвести до порушення ліквідності, тобто спроможності вчасно погашати боргові зобов'язання за пасивами балансу, вимогами за активом [7, с.111].

Джерела виникнення ризику незбалансованості ліквідності:

- некритичний підхід до вибору клієнта;
- кредитування організацій переважно одного виду;
- розосередження кількох рахунків одного й того ж клієнта в кількох банках, інше.

У разі погашення кредиту страховою компанією, їй перевідступаються несплачені боргові вимоги між контрагентами і за правилами абандону страхувальник повинен повернути страховику сплачену за нього суму і вступити в права володіння поставленим йому товаром.

При страхування факторингового ризику можливе виникнення кількох договорів залежно від невиконання зобов'язань постачальником з постачання товарів і покупцем з вчасної оплати вимог факторові (банку).

Страхова сума як межа відповідальності за договором визначається за заявою страхувальника за погодженням із страховиком.

Постачальник страхує ризики, пов'язані з постачанням товару: ризик якості і транспортний ризик. Покупець страхує ризик неплатежу або в межах обсягу факторингової операції, або з врахуванням величини недоотриманого прибутку фактором (банком).

Покупець (боржник) несе всі витрати із страхування ризику невиконання ним зобов'язань за факторинговим договором.

Розмір страхової суми має відповідати повній вартості факторингової операції.

Учасник операції (боржник) факторингу надає факторові докази здійсненого страхування протягом трьох днів з дня укладення факторингового договору [7, с.114].

При факторингу банк покриває значну частину ризиків постачальника, зокрема:

- кредитні ризики;
- валютні ризики;
- процентні ризики;
- ліквідні ризики.

Під кредитними ризиками компаній розуміють ризики компаній, пов'язані з несплатою поставок з відстрочкою платежу [2, с.711].

Кредитний ризик може бути викликаний:

- по-перше, нездатністю боржника створити адекватний майбутній грошовий потік у зв'язку з непередбаченими несприятливими змінами в діловому, економічному і політичному оточенні, у якому оперує позичальник;
- по-друге, непевністю в майбутній вартості і якості (ліквідності і можливості продажу на ринку) застави під кредит;
- по-третє, падінням ділової репутації постачальника [4, с.66].

При факторинговому обслуговуванні постачальник, отримавши кошти від банку в рахунок чергової поставки з відстрочкою платежу, передає банку право вимоги платежу за цією поставкою. Таким чином банк, здійснюючи фінансування поставки і не маючи постачальника у ролі свого дебітора, у разі несплати цієї поставки покупцем несе збитки стосовно авансового платежу постачальнику самостійно. Отже, кредитний ризик постачальника бере на себе банк-фактор [2, с.711].

Валютний ризик, чи ризик курсових втрат, являє собою можливість грошових втрат у результаті коливань валютних курсів.

Він пов'язаний з інтернаціоналізацією ринку банківських операцій, створенням транснаціональних (спільних) підприємств і банківських установ, диверсифікованістю їх діяльності [4, с.68].

Покриття валютних ризиків постачальника припускає можливість негайно конвертувати грошові кошти, отримані від банку як авансовий платіж з поставки, під оплату валютного контракту (при здійсненні експортно-імпортного факторингу). Це дає змогу постачальникам не використовувати типові методи хеджування цих ризиків та завищувати ціну поставки в національній валюті, захищаючи себе від девальвації національної грошової одиниці.

При факторингу постачальник покриває, так звані, процентні ризики. Ці ризики виникають у компаній, що будують свій бізнес на залучених обігових коштах. За різкої зміни ринкової вартості цих коштів змінюється і ціна товарів постачальника. При факторингу банк гарантує, що вартість грошових ресурсів буде залишатися на незмінному рівні впродовж тривалого періоду. Цей аспект факторингу є додатковим стабілізуючим фактором для бізнесу постачальника.

Ліквідні ризики становлять ризики виникнення касових розривів, нестачі коштів для покриття поточних затрат тощо. Касові розриви виникають у постачальника у разі розбіжності грошових потоків, які виникають за рахунок дебіторської заборгованості покупців, та потоків коштів, що йдуть на погашення власної кредиторської заборгованості постачальника. При факторингу постачальник отримує кошти за поставку від банку практично в момент здійснення поставки, тому ліквідні ризики постачальника стають ризиками банку [2, с.711].

Мета факторингу – усунення ризику, що є невід'ємною частиною будь-якої кредитної операції. В країнах із розвинутою ринковою економікою значна увага приділяється дотриманню термінів платежів. Діяльність факторингових компаній і факторингових відділів банків саме і покликана вирішувати проблеми ризиків і термінів платежів у відносинах між постачальниками та покупцями, а також надавати цим відносинам більшу стабільність [8, с.394].

У світовій практиці факторинг вважається одним із найперспективніших видів банківських послуг – ризикований, але високоприбутковий бізнес, ефективне зняття фінансового маркетингу, одна з форм інтегрування банківських операцій, що найбільше пристосована до сучасних процесів розвитку економіки. До того ж, факторингові операції є ефективним інструментом управління дебіторською заборгованістю. Але обмеженість використання факторингу в Україні обумовлена високою ризикованістю операцій, недосконалістю регулювання на законодавчому рівні, а також відсутністю сталих традицій використання у вітчизняній економічній діяльності.

Література

1. Банківські операції: підручник / А.М.Мороз, М.Ф.Савлук, М.Ф.Пуховакіна та ін.; за ред. А.М.Морова. - К.: КНЕУ, 2002. - 476 с.
2. Міщенко В.І. Банківські операції: підручник / В.І.Міщенко, Н.Г.Слов'янська, О.Г. Коренева. - К.: Знання, 2007. - 796 с.
3. Лаврушин О. Факторингові операції на фінансовому ринку // Фінансовий ринок України. - 2008. - №5(55). - С.5-8.
4. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: навч. посіб / І.Ю. Івченко. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 344с.
5. Бланк І.А. Основи фінансового менеджменту / І.А.Бланк. - К.: Ніка-Центр, 1999. - 512 с.
6. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А.М.Герасимович, М.Д.Алексєєнко, І.М.Парасій-Вергуненко та ін.; за ред. А.М.Герасимовича. - К.:КНЕУ, 2004. - 599 с.
7. Внукова Н.М. Основи факторингу: навчальний посібник / Н.М. Внукова. -К.: Знання, КОО, 1998. - 174 с.
8. Петрук О.М. Банківська справа: навч. посіб. / О.М.Петрук. -К.: Кондор, 2009. - 464с.