

Л. Г. Квасній,

к. е. н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, м. Дрогобич

І. В. Фарінович,

ст. викладач кафедри фінансів,

Інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів

УПРАВЛІННЯ ФАКТОРИНГОМ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

L. Kvasniy,

PhD in Economics, associate professor of department of theoretical and applied economy,
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobych

I. Farynovych,

senior teacher of department of finances Institute of enterprise and perspective technologies
Lviv Polytechnic National University, Lviv

MANAGEMENT FACTORING ON TRADE ENTERPRISES

У статті розглянуто такі поняття як управління підприємством, управління торговельним підприємством, економічний, організаційний механізми управління з точки зору різних вчених. На основі цих понять сформовано власне бачення сутності економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств. Розроблено економічний механізм управління факторингом, який включає такі складові як: суб'єкт, об'єкт управління, мета управління на основі якої формуються завдання, методи, принципи та функції управління, а також реалізація механізму. Реалізація механізму управління факторингом складається з п'яти блоків: аналіз дебіторів підприємства, аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання її реальної вартості, планування грошових потоків від факторингової операції, реалізація факторингу та моніторинг й контроль за погашенням дебіторської заборгованості. Запропонований економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень щодо зменшення неплатежів та збільшення продажу товарів.

The article deals with concepts such as business management, management of trade enterprise, economic, organizational mechanisms in terms of different scientists. Based on these concepts formed their own vision of the essence of economic mechanism of factoring trade enterprises. Developed economic mechanism of factoring, which includes such components as: subject, object management, goal management on the basis of which formed the objectives, methods, principles and functions of management and implementation mechanism. Implementation of management mechanism factoring consists of five parts: an analysis of the company's debtors, accounts receivable analysis and evaluation of its real value, cash flow planning factoring operations, implementation and monitoring of factoring and control over the collection of receivables. Proposed economic mechanism of factoring trade enterprises will promote the adoption of effective management decisions to reduce payments and increase the sale of goods.

Ключові слова: факторинг, управління, економічний механізм управління факторингом, дебіторська заборгованість, торговельні підприємства.

Keywords: factoring, management, economic management mechanism factoring, accounts receivable, trade enterprises.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку торговельні підприємства стикаються із проблемою недофінансування господарської діяльності, яка пов'язана із низькою платоспроможністю та недобросовісною платіжною дисципліною покупців. Незадовільна розрахунково-платіжна дисципліна контрагентів призводить до зростання дебіторської заборгованості на підприємствах, а отже – до неефективного використання оборотних коштів. Тому, для успішного функціонування торговельних підприємств необхідно використовувати новітні механізми управління його діяльністю, які пов'язані із фінансуванням оборотних коштів. Одним із сучасних способів фінансування оборотних коштів підприємства шляхом рефінансування дебіторської заборгованості є факторинг. Факторинг – це операція, яка пов'язана із переуступленням боргових зобов'язань за торговельними операціями фінансовій установі за відповідну винагороду. Однак, в Україні, факторинг не набув належного використання як серед факторів (фінансових установ) так і серед факторантів (підприємств). Це обумовлюється високою вартістю операції, необізнаністю підприємств та ризиками пов'язаними із неповерненням коштів від дебіторів. Як показує статистика, в Україні найбільше укладених договорів факторингу є з правом регресу, тобто кредитний ризик може бути переданий клієнтові в разі неповернення коштів від дебіторів. Це обумовило необхідність формування механізму управління факторингом на підприємствах торгівлі (як основних споживачів факторингових послуг в Україні) з метою зменшення неплатежу та збільшення прибутків підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань управління торговельним підприємством присвячені роботи учених-економістів, зокрема: Лозовського О., Кузьмінської О., Гусевої О., Белей О., Попович Н., Артищук І. та ін. Однак, управління факторингом на торговельних підприємствах недостатньо висвітлено в науковій літературі.

Мета дослідження – дослідити управління факторингом на підприємствах торгівлі.

Результати дослідження. Управління факторингом на підприємствах торгівлі доцільно розглянути з точки зору механізму його управління.

Дослідження механізму управління факторингом торговельних підприємств потребує розгляду тлумачення таких понять як: «управління підприємством», «управління торговельним підприємством», «механізм управління підприємством», організаційний, економічний механізми управління з наукового погляду вчених-економістів, з метою формулювання власного бачення сутності «економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств».

Такі вчені, як Лозовський О. та Кузьмінська О. вважають, що «...управління підприємством в сучасних умовах це ефективна система, що 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» [1].

Гусева О. [2] 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 врахувати нові механізми для стратегічного управління [2].

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 [3].

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» [4].

На думку Артишук І. та Белей О. «...підвищити ефективність управління торговельними підприємствами можна, досягаючи відповідної якості вибраних засобів виміру й управління, якості торговельної інформації, адекватності системи управління цільової функції управління та управлінських рішень» [5].

Необхідно зауважити, що управління підприємством, в тому числі торговельним, може здійснюватися через механізми управління такі як: господарський, організаційний, економічний.

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 [6].

На думку Захаріна С., основною функцією економічного механізму є отримання прибутку шляхом випуску та реалізації рентабельної продукції [7].

Габор В. розглядає поняття організаційного механізму та вважає його необхідною складовою господарського механізму [8]. Гавриляк О. та Миронов Ю. [9] трактують поняття організаційний механізм, як перелік певних складових елементів, які в сукупності створюють організаційну основу певних процесів та явищ.

Багато науковців об'єднують такі поняття як організаційний та економічний механізми. Так, за твердженням Савченко О. та Соловійова В. організаційно-економічний механізм є частиною системи господарювання в конкретний період розвитку національного господарства будь-якої країни та являє сукупність двох різнорідних, але взаємопов'язаних складових – організаційної складової та економічного компонента [10].

Отже, на основі вище перелічених понять автором сформоване власне бачення сутності економічного механізму управління факторингом на торговельних підприємствах - це сукупність взаємопов'язаних складових: суб'єкту, об'єкту, та мети управління, на основі якої формуються завдання, методи, принципи та функції управління, що спрямовані на досягнення ефективного управління факторингом на торговельних підприємствах з метою зменшення неплатежів та збільшення прибутків.

Розглянемо економічний механізм управління факторингом на торговельних підприємствах (рис. 1).

Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств формується із таких складових (суб'єкт, об'єкт, мета, завдання, методи, принципи, функції та реалізація економічного механізму). Суб'єктами економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств виступають підприємство-постачальник, в нашому випадку – торговельне підприємство, яке зацікавлене у використанні факторингових операцій; підприємство-покупець – це дебітор підприємства постачальника та банк (факторингова компанія) – фінансова установа, яка пропонує факторингові послуги.

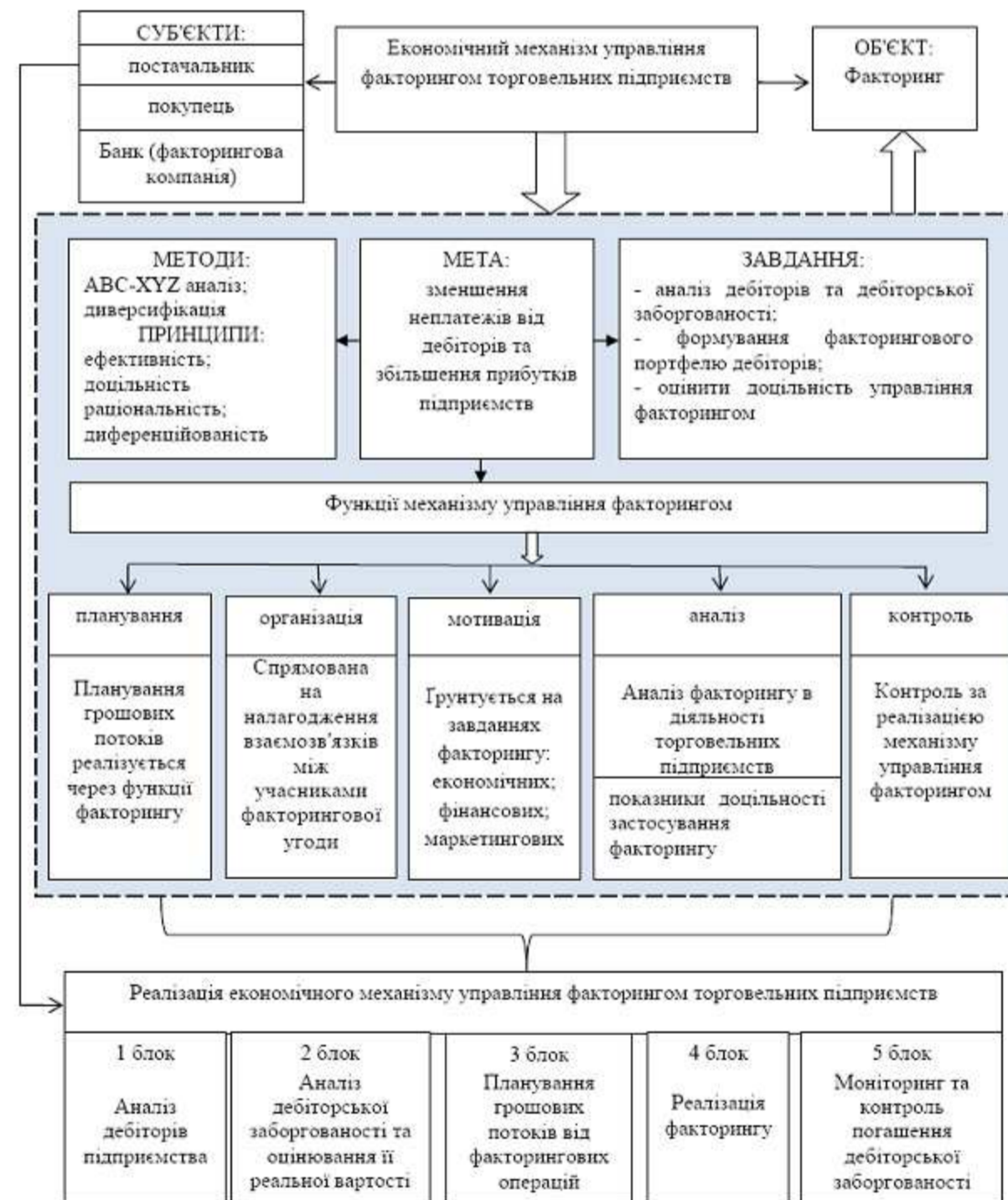


Рис. 1. Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств

* розроблено автором

Об'єктом управління виступає факторинг, за допомогою якого реалізується основна мета торговельного підприємства.

Основною метою торговельного підприємства є зменшення неплатежів від дебіторів та зростання фінансових результатів. Досягнути поставлену мету можна через виконання основних завдань при управлінні факторингом, а саме:

- аналіз дебіторів та дебіторської заборгованості;
- формування факторингового портфелю дебіторів;
- оцінити доцільність управління факторингом.

Основними методами управління факторингом на підприємствах торгівлі вважаємо ABC-XYZ аналіз, з допомогою якого групують дебіторів за доходами, які вони приносять підприємству та за терміном погашення дебіторської заборгованості.

Найбільш ефективним методом збалансованості факторингового портфелю є диверсифікація, тобто так необхідно оптимізувати факторинговий портфель дебіторів підприємства, при якому отримати максимальні доходи з мінімальними ризиками. Факторинговий портфель повинен формуватися з урахуванням поділу дебіторів, які приносять доходи від кредитних операцій та залежно від терміну погашення дебіторської заборгованості.

Економічний механізм управління факторингом торговельних підприємств ґрунтується на таких принципах як: ефективність, доцільність, раціональність та диференційованість.

В основу економічного механізму управління факторингом торговельних підприємств покладено такі функції як: планування, організація, мотивація, аналіз та контроль.

Основною функцією управління факторингом є планування грошових потоків, яка реалізується через функції факторингу (фінансування, адміністрування дебіторської заборгованості, страхування кредитних ризиків).

Організація як функція управління спрямована на налагодження взаємозв'язків між учасниками факторингової угоди. 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, утримати потенційного покупця, розширити ринки збуту 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.

Наступною функцією управління є аналіз факторингу в діяльності торговельних підприємств, який включає показники доцільності застосування факторингу на підприємствах. Показники доцільності застосування факторингу на підприємствах відображають ефективність використання оборотних коштів, покращення платоспроможності та зростання рентабельності продажу торговельних підприємств.

Останньою функцією управління є контроль за механізмом управління факторингом.

Невід'ємною складовою управління факторингом торговельних підприємств є його реалізація, яка складається з п'яти блоків: аналіз дебіторів підприємства, аналіз дебіторської заборгованості та оцінювання її реальної вартості, планування грошових потоків від факторингової операції, реалізація факторингу та моніторинг й контроль за погашенням дебіторської заборгованості.

Висновки. Розроблений економічний механізм управління факторингом на торговельних підприємствах, який включає такі складові, як суб'єкт, об'єкт управління, мета управління на основі якої формуються завдання, методи, принципи та функції управління з допомогою яких забезпечується досягнення кінцевих результатів (реалізація механізму), 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 прибутків підприємств.

Література.

1. Лозовський О. М. Особливості управління підприємством в сучасних ринкових умовах господарювання / О. М. Лозовський, О. О. Кузьмінська // Молодий вчений. – 2014. – № 4 (07) (1). – С. 77 – 79.
2. Гусєва О. Ю. Імперативи стратегічного управління торговельними підприємствами з урахуванням макротрендів бізнесу / О. Ю. Гусєва // 36. наук. праць «Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності». – 2015. – Вип. 1 (11). – С. 115-123.
3. Белей О.І. Система процесного управління комерційною діяльністю торговельних підприємств / О.І. Белей, С.Е. Белей // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17). - С. 75 – 78.
4. Попович Н.М. Теоретичні аспекти управління торговельним підприємством / Н.М. Попович // Режим доступу: chetei-knteu.cv.ua/herald/content/download
5. Артищук І.В. Інтелектуалізовані системи управління торговельним підприємством / І.В. Артищук, О.І. Белей // Режим доступу: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua> (<http://ena.lp.edu.ua>)
6. Стасюк Н.В. Механізм управління товарооборотом як соціально-економічна система [Електронний ресурс] / Н.В. Стасюк // Ефективна економіка. – 2011. – № 15. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
7. Захарін С. В. Інвестиційне забезпечення економічного розвитку / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2004. – №10. – С. 72 – 81.
8. Габор В. С. Формування механізму ефективного господарювання сільськогосподарських підприємств / В. С. Габор // Інноваційна економіка. – № 3. – 2012. – С. 101–104.
9. Гавриляк О. О. Організаційний механізм управління діяльністю підприємства / О. О. Гавриляк, Ю. Б. Миронов // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html> (<http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html>).
10. Савченко О. В. Сутність та складові організаційно-економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві / О. В. Савченко, В. П. Соловйов // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 12.

References.

1. Lozovskyu, O.M. and Kuzminska O.O. (2014), “Features of management in modern market conditions”, *Molodyy vchenyy*, vol. 4 (07) (1), pp. 77-79
2. Huseva O.Yu. (2015), “The imperative of the strategic management of commercial enterprises based business makrotrendiv”, *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti*, no. 1(11), pp. 115-123.
3. Beley O.I. and Beley C.E. (2015), “The system process management business of commercial enterprises”, *Molodyy vchenyy*, vol. 2 (17) (1), pp. 75-78.
4. Popovych N.M. “Theoretical aspects management of trade enterprise”, available at: chetei-knteu.cv.ua/herald/content/download.
5. Artyschuk I.V. and Beley O.I. “Intelligent systems management of trade enterprise”, available at: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua> (<http://ena.lp.edu.ua>).
6. Stasyuk N.V. (2011), “The mechanism of management commodity turnover as a socio-economic system”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 15, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
7. Zacharin S.V. (2004), “Investment economic development”, *Finansy Ukrainy*, vol. 10, pp. 72-81.
8. Habor V.S. (2012), “Formation mechanism of effective management of agricultural enterprises”, *Innovaciynna ekonomika*, vol. 3, pp. 101-104.
9. Havrylyak O.O. “Organizational management mechanism of the enterprise”, available at: <http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html> (<http://kerivnyk.info/2012/04/gavryljak.html>).
10. Savchenko O.V. and Solovyov V.P. (2013), “Essence and components of the organizational and economic mechanism to stimulate innovation in the enterprise”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

Стаття надійшла до редакції 17.08.2016 р