

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФАКТОРИНГА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Макарова Н.Н.

старший преподаватель

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Аннотация: В статье рассмотрены некоторые аспекты проведения SWOT-анализа в организации, влияние его на выбор стратегии деятельности и пути управления дебиторской задолженностью торговой организации.

Annotation: The article deals with some aspects of the SWOT-analysis in the organization, its influence on the choice of business strategy and the way the management of receivables trade organization.

Ключевые слова. SWOT-анализ, стратегия, дебиторская задолженность, факторинг.

Keywords. SWOT-analysis, strategy, accounts receivable factoring.

Социально-ориентированный принцип хозяйствования, взятый в основе функционирования организаций Республики Беларусь, подразумевает удовлетворение потребностей населения, получение прибыли и повышение конкурентоспособности в условиях инновационного развития. Данный принцип засвидетельствован в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2030 годы.

Для определения направлений повышения эффективности использования оборотных средств Петриковского райпобыл проведен ABC-анализ запасов пищевых продуктов, табачных изделий и иных продовольственных товаров, так как они занимают наибольший удельный вес в структуре запасов Петриковского райпо с помощью данных таблицы 1.

Таблица 1 – Первичный список для проведения АВС-анализа по продовольственным товарам Петриковского райпо за 2015 г.

Первичный список		
Наименование	Товарные запасы, тыс. р.	Доля товарной группы в общем объеме, %
1	2	3
Фрукты	0,0160	1,00
Овощи	0,0063	0,39
Мясо, в том числе домашней птицы	0,0825	5,14
Рыба, ракообразные и моллюски	0,0438	2,73
Хлеб, пирожные и хлебобулочные изделия	0,0761	4,74
Кондитерские изделия из сахара	0,1205	7,51
Напитки, включая алкогольные	0,4567	28,45
Безалкогольные напитки	0,0331	2,06
Табачные изделия	0,1729	10,77
Молочные продукты	0,1999	12,45
Яйца	0,0053	0,33
Сушеные и консервированные орехи, овощи и фрукты	0,0889	5,54
Чай, кофе, какао, специи	0,0921	5,74
Пищевые масла и жиры	0,0461	2,87
Мука	0,0129	0,80
Соль	0,0099	0,62
Сахар	0,0156	0,97
Рис и прочие крупы	0,0115	0,72
Лапша и прочие макаронные изделия	0,0054	0,34
Прочие пищевые продукты	0,1098	6,84

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных организации (суммы даны в рублях после деноминации).

На основе данных таблицы 1 проведен АВС-анализ товарных запасов пищевых продуктов, табачных изделий и иных продовольственных товаров в Петриковском райпо результаты представим в таблице 2.

Таблица 2 – АВС-анализ товарных запасов продовольственных товаров Петриковского райпо за 2015 г.

Наименование	Товарные запасы, тыс. р.	Доля товарной группы в общем объеме, %	Доля товарной группы накопительным итогом	Группа
Напитки, включая алкогольные	0,4567	28,45	28,45	А
Молочные продукты	0,1999	12,45	40,90	
Табачные изделия	0,1729	10,77	51,67	
Кондитерские изделия из сахара	0,1205	7,51	59,18	
Прочие пищевые продукты	0,1098	6,84	66,02	
Чай, кофе, какао, специи	0,0921	5,74	71,76	
Сушеные и консервированные орехи, овощи и фрукты	0,0889	5,54	77,29	
Мясо, в том числе домашней птицы	0,0825	5,14	82,43	В
Хлеб, пирожные и хлебобулочные изделия	0,0761	4,74	87,17	
Пищевые масла и жиры	0,0461	2,87	90,05	

Рыба, ракообразные и моллюски	0,0438	2,73	92,77	С
Безалкогольные напитки	0,0331	2,06	94,84	
Фрукты	0,0160	1,00	95,83	
Сахар	0,0156	0,97	96,80	
Мука	0,0129	0,80	97,61	
Рис и прочие крупы	0,0115	0,72	98,32	
Соль	0,099	0,62	98,94	
Овощи	0,0063	0,39	99,33	
Лапша и прочие макаронные изделия	0,0054	0,34	99,67	
Яйца	0,0053	0,33	100,00	

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных организации (суммы даны в рублях после деноминации).

Обобщающие результаты анализа ABC-анализа представим в таблице 3.

Таким образом, к группе А, характеризующейся наибольшей долей в структуре товарных запасов относятся такие продовольственные товары как: напитки, включая алкогольные, молочные продукты, табачные изделия, кондитерские изделия из сахара, прочие пищевые продукты, чай, кофе, какао, специи, сушеные и консервированные орехи, овощи и фрукты.

Таблица 3 – Результаты ABC-анализа по товарным запасам пищевых продуктов, напитков и табачных изделий в Петриковском райпоза 2015 г.

Группа	Объем реализации,		Количество товарных групп	
	тыс. р.	доля, %	единиц	доля, %
А	23,2126	77,35	7	35
В	5,1979	17,32	6	30
С	1,6011	5,33	7	35
Итого	30,0116	100	20	100

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных организации.

Группа А – самые значимые товарные группы Петриковского райпо, и они приносят максимальный объем продаж и соответственно - дохода. Поэтому продовольственные товары группы А всегда находятся под контролем, наилучшего качества и известных поставщиков. На данную группу продовольственных товаров полагаются выделять наибольшие оборотные средства и их пополнение должно происходить своевременно.

К группе В относятся: мясо, в том числе домашней птицы, хлеб, пирожные и хлебобулочные изделия, пищевые масла и жиры, рыба, ракообразные и моллюски, безалкогольные напитки. Группа В – группа товаров, которые обеспечивают хорошие стабильные продажи Петриковского райпо. Данные товарные группы также важны для организации, но могут пополняться в зависимости от спроса населения. Вложение средств в данный вид товарных групп Петриковского райпо не значительны и необходимы только для поддержания ассортимента перечня.

Остальные товарные группы, относятся к категории С, которая в первую очередь должна рассматриваться в качестве направлений сокращения и оптимизации товарного ассортимента. Необходимо отметить, что к категории С относятся восемь товарных групп. Группа С – наименее важная группа в Петриковском райпо. При анализе данной товарной группы необходимо понять причину низкого покупательского спроса. В данном случае можно предпринять ряд мероприятий по расширению ассортимента и снижению цен на эти товары, чтобы быть конкурентоспособными с другими торговыми организациями.

Проведенный ABC - анализ выявил, что товарные группы как хлеб, безалкогольные напитки входят в группу В, а «соль», в группе С, эти товарные группы должны пользоваться покупательским спросом и соответственно приносить максимальные доходы. Поэтому торговой организации следует провести ряд мероприятий по привлечению покупателей путем проведения акций, ярмарок; модернизации торгового оборудования и соответственно выкладки товаров. Для проведения данных мероприятий организации понадобятся дополнительные оборотные средства, которыми она в данный период не обладает, но есть возможность превращения дебиторской задолженности в наличные деньги.

Общеизвестно, что наличие дебиторской задолженности и увеличение ее доли в оборотных средствах свидетельствует о постоянном и значительном увеличении объемов реализации товаров с отсрочкой платежа. Это приводит к отвлечению оборотных средств непосредственно из оборота т. е. может привести к уменьшению средств на счетах, что отрицательно влияет на платежеспособность организации. Увеличение дебиторской задолженности сигнализирует о недостаточном контроле за платежно-расчетной дисциплиной в организации. Снижение дебиторской задолженности оценивается положительно, если это происходит за счет сокращения периода ее погашения. Если же

дебиторская задолженность уменьшается в связи с сокращением поступления объема товаров, то это свидетельствует о снижении деловой активности организации.

В связи с вышеизложенным, Петриковскому райпо необходимо часть задолженности ликвидировать, путем передачи требований факторинговой компании. В рамках факторинга, наряду с финансированием, Банк осуществляет управление дебиторской задолженностью организации, освобождая ее от массы аналитической и практической работы.

Кроме того, для белорусских организаций дополнительным стимулом использования факторинга в своей деятельности выступает возможность отнесения расходов по факторинговым операциям на себестоимость (расходы по финансовой и инвестиционной деятельности), что регламентируется Положением по составу затрат, включаемых в расходы на реализацию, утвержденным Министерством экономики Республики Беларусь, от 26.01. 2008 г. № 19-12/ 397. При использовании в качестве источника финансирования банковского кредита организация не получает такого рода выгоды, так как, согласно законодательству, плата по процентам за кредит не может быть отнесена поставщиком на себестоимость.

Данный вид операций в Республике Беларусь только начинает развиваться. В то же время при сравнении рынка факторинга Республике Беларусь с рынками зарубежных стран отмечается пока еще серьезное отставание отечественного рынка. Для реализации данного мероприятия предлагается воспользоваться факторинговыми услугами банка в соответствии со ст. 772 Гражданского кодекса Республики Беларусь. Рассмотрим некоторые банки, предоставляющие факторинговые услуги: Беларусбанк, БПС-Сбербанк, ОАО «Белагропромбанк», и определим наиболее выгодные условия факторинга для анализируемой организации.

Таблица 4 – Сравнение тарифов факторинговых компаний в Республике Беларусь

Факторинговые компании	Факторинговые услуги		
	услуги по уступке денежного требования	управление дебиторской задолженностью	обработка документов
ОАО «Беларусбанк»	2,5%	0,5%	-
БПС Банк-Сбербанк	3,0%	0,4%	45
ОАО «Белагропромбанк»	2,9%	0,7%	40

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных организации.

Сравнив тарифы, по предоставлению услуг по факторингу, можно сделать вывод, что для Петриковского райпо наиболее выгодным является предложение ОАО «Беларусбанк», так как комиссия банка по уступке денежного требования составляет 2,5%. Реализация данного мероприятия позволит уменьшить дебиторскую задолженность Петриковского райпо.

За услуги по уступке денежного требования ОАО «Беларусбанк» возьмет вознаграждение 2,5% от суммы уступленного денежного требования.

Таким образом, при использовании Петриковского райпо факторинговых услуг банка выявлены следующие положительные моменты:

1. Снижается дебиторская задолженность;
2. Увеличиваются оборотные средства организации, и соответственно пополняются товарные запасы Петриковского райпо;
3. Улучшаются финансово-экономические показатели организации;
4. Использование факторинговых услуг банка не ограничивает организацию в получении кредита, процедура оформления более прозрачна и не требует дополнительного залога и поручительства.

Список используемых источников

1 Балыков, А. Система показателей экономической эффективности / А. Балыков // АПК: экономика, управление. – 2014. – № 7 – С. 19-22.

2 Понятие факторинга. Недостатки и преимущества факторинга. // Информационно электронное издание [Электронный ресурс]. – 2016.- Режим доступа: <http://credprod.ru/factoring-ego-ponyatie-i-osobnosti/>.- Дата доступа: 01.10.2016