

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ О. П. Степанов
« ____ » _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 056 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Тема: «Факторинг і форфейтинг як новітні інструменти торгового фінансування»

Виконавець: Полтавська Діана Олександрівна, група
МБ-403

(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ
Набок Інна Іванівна

(підпис керівника)

Нормоконтролер:

(підпис нормоконтролера)

Київ – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.....	6
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСОБІВ ФІНАНСУВАННЯ: ФАКТОРИНГ І ФОРФЕЙТИНГ	6
1.1. Історія створення, поняття та види факторингу та форфейтингу.....	6
1.2. Правова база та механізм здійснення факторингу та форфейтингу	17
1.3. Переваги та недоліки факторингу і форфейтингу	29
РОЗДІЛ 2.....	37
СУЧАСНИЙ СТАН МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ФАКТОРИНГОВИХ І ФОРФЕЙТИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ.....	37
2.1. Аналіз міжнародного ринку факторингових і форфейтингових операцій.....	37
2.2. Основні проблеми, фактори розвитку та перспективи факторингу та форфейтингу у світі.....	47
2.3. Сучасні альтернативні інструменти фінансування у світі	54
РОЗДІЛ 3.....	63
ОСОБЛИВЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ФАКТОРИНГУ ТА ФОРФЕЙТИНГУ	63
3.1. Специфіка ринку факторингових і форфейтингових послуг в Україні	63
3.2. Проблеми та перспективи факторингу і форфейтингу в Україні.....	70
3.3. Напрями вдосконалення регулювання ринку факторингових і форфейтингових послуг в Україні.....	77
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах сучасного стрімкого розвитку світового господарства функціонування будь-якої компанії нерозривно пов'язане з їх фінансовими відносинами, матеріальними носіями яких, в свою чергу, виступають фінансові ресурси.

Зростання конкуренції вимагає від суб'єктів господарювання постійного пошуку шляхів підвищення ефективності своєї діяльності. Рациональне формування та використання фінансових ресурсів виступають одними з найголовніших факторів, що впливають на функціонування підприємства.

У час високих технологій та збільшення значення зовнішніх зв'язків, виникає потреба у залученні більш нових і ефективних інструментів фінансування підприємствами, що в повній мірі задовольняють потреби учасників зовнішньоекономічної діяльності та адаптовані до зарубіжного досвіду. На даний момент такими інструментами є факторинг та форфейтинг.

Факторингові та форфейтингові операції можна охарактеризувати як процес передачі фінансовій установі боргових зобов'язань, що виникають між контрагентами в процесі реалізації товарів та послуг. Процес реалізації загалом поєднується з наданням додаткових послуг: страхування, консалтинг, управління дебіторською заборгованістю тощо.

Факторинг та форфейтинг вже стали загальноживаними інструментами фінансування, що мають велику підтримку уряду та центральних банків по всьому світі. Швидкість розвитку даного інституту та суми, які обертаються у світі в межах факторингових операцій є досить значними. Однак, слід зазначити те, що даний інститут з'явився в умовах, які суттєво відрізняються від українських, тому виникає необхідність детального дослідження не лише його суті, а й правового поля, де він реалізовується.

В Україні такі ринки ще знаходяться на стадії становлення. Проте, вже можна простежити значне зростання як обсягів факторингових операцій та кількості факторингових компаній, так і популярності даного виду послуг серед підприємців.

Для їх подальшого розвитку необхідно вирішити ряд проблем. Серед головних слід виокремити наступні: невідповідність світовим стандартам надання послуг та їх висока вартість, порівняно з іншими країнами, недосконалість законодавчої бази України у сфері регулювання факторингу та форфейтингу, складність внутрішніх та зовнішніх зв'язків фінансових установ у даній області.

Найбільш важливими в науковому розумінні для автора під час роботи над дипломною роботою були теоретичні розробки провідних вітчизняних фахівців, зокрема: О. Д. Вовчак, Л. О. Волянська, О. П. Демченко, С. І. Дерев'янка, С. Б. Довбня, Т. Ю. Климко, М. О. Козакова, Н. М. Левченко, М. М. Мамчин, І. М. Михайловська, Г. А. Отливанська, Ю. В. Прохорова, Ю. С. Скакальський, А. В. Череп та ін.

У працях російських науковців: К. А. Єлуфімова, А. С. Попкова, М. Д. Чиж.

Метою дослідження є дослідження функціонування міжнародного та вітчизняного ринку факторингових та форфейтингових послуг, адаптація світового досвіду у сфері факторингу та форфейтингу, виявлення основних проблем здійснення послуг та пошук ефективних шляхів їх вирішення.

Відповідно до поставленої мети виділяють **основні завдання**:

- визначити передумови виникнення та суть факторингу та форфейтингу як інструментів фінансування;
- розкрити особливості здійснення та класифікацію факторингових та форфейтингових послуг;
- проаналізувати особливості сучасного міжнародного факторингового та форфейтингового ринку;
- визначити проблеми міжнародного ринку факторингу та форфейтингу;
- дослідити перспективні напрями розвитку надання факторингових та форфейтингових послуг;
- оцінити діяльність українського ринку факторингу та форфейтингу;
- дослідити проблема та перспективи надання факторингу та форфейтингу в Україні;
- розкрити пріоритетні напрями розвитку ринку факторингових та форфейтингових послуг.

Об'єктом дослідження є факторинг і форфейтинг як новітні інструменти торгового фінансування.

Предметом дослідження є міжнародний і вітчизняний факторинговий та форфейтинговий ринки в умовах глобалізації.

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становлять фундаментальні положення факторингу та форфейтингу. В першому розділі при розкритті сутності понять факторингу та форфейтингу використовувались методи від бстрактного до конкретного, поєднання аналізу та синтезу, структурно-системного підходу, методу, причинно-наслідкових зв'язків. В другому та третьому розділах роботи, а саме в аналітичній частині, де досліджувалися та аналізувалися показники та динаміка сучасного стану факторингового та форфейтингового ринку, використовувались методи кількісно-якісного аналізу, статистичні та порівняльні методи, а також графічні методи. В частинах другого та третього розділу, де аналізувалися основні проблеми ринку, напрямки їх вирішення та подальші перспективи було використано методи причинно-наслідкових, логічних та функціональних зв'язків ізалежностей.

Теоретичну основу роботи склали економічні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчени. При написанні роботи використовувались законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання факторингу та форфейтингу в Україні, матеріали Національного банку України, аналітичні звіти Нацкомфінпослуг в Україні, матеріали українських банків: ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «Укрексімбанк», АТ «ОТП Банк», ПАТ «ПУМБ», АТ «Гаскомбанк», дані міжнародної організації Міжнародна факторингова мережа та Комісії ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНІСТРАЛ). Фактологічною та статистичною основою стали щорічні звіти Нацкомфінпослуг та міжнародної асоціації Міжнародна факторингова мережа.

Структура дипломної роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. В роботі розміщено 12 таблиць та 27 рисунків. Список використаних джерел включає 75 найменувань на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСОБІВ ФІНАНСУВАННЯ: ФАКТОРИНГ І ФОРФЕЙТИНГ

1.1. Історія створення, поняття та види факторингу та форфейтингу

У питаннях історії виникнення та періодизації факторингу дослідники не мають єдиної думки. Деякі вчені вважають, що факторингові операції сягають чотирьох тисяч років до нашої ери у Вавилоні та пізніше у Римській імперії [13, с. 146], інші відносять факторинг до 30-х років ХХ століття у США. Переважна ж більшість дослідників пов'язують виникнення факторингових операцій з проведенням активних торгових відносин між Англією та її колоніями у ХVІ столітті (див. Табл.1.1). У той час діяли так звані «фактори», що ототожнювались з «агентами» та «комісіонерами». Вони мали контролювати збут продукції, стягнення платежів і переказ доходів [26, с.58-63].

Перші ж факторингові операції фактично почав проводити Дім факторів (House of Factors), створений торговельним посередником у Англії і пов'язані вони були перш за все з стрімким розвитком текстильної промисловості ХVІІ століття [19, с.242—251].

Надалі розвиток факторингу продовжився у США в ХІХ, де був закладений основний зміст цих операцій. Оскільки збут продукції відбувався на далеких відстанях між різними населеними пунктами країни, а також через значну різницю в законодавстві та поганого знання ринку, постачальники доручали факторам функції збуту продукції, комунікації з покупцями, а також передавали їм ризики несплати грошей. Як компенсацію ризику неплатежу вони стягували додаткову комісійну винагороду.

Наступним кроком в історії виникнення і розвитку факторингу стало введення митного тарифу Мак-Кінлі. Даний тариф передбачав стягнення мита у розмірі 49,5% на імпортований текстиль. Унаслідок такого значного зменшення

зовнішньоторгівельних операцій виробники почали самостійно контролювати збут продукції вже на внутрішньому ринку. Таким чином, агентам, що спеціалізувались в основному на імпортному товарному факторингу довелося перекваліфікуватись із посередників з продажу товарів (agent factoring) на інститути з фінансування виробників (credit factoring).

Факторингові операції у тому вигляді, що проводяться зараз вперше були надані американським банком First National Bank of Boston в 1947 році. Його послідовниками стали «Bank of America» та «Trust Company of Georgia» у 1950-ті роки.

Таблиця 1.1

Основні етапи розвитку факторингу

Номер етапу	Період	Назва етапу
1	XVI ст.	Зародження факторингу
2	XVII-XVIII ст.	Перехід факторингу в фінансовий інструмент
3	XIX ст.	Розвиток факторингу в США
4	XIX ст. - 20-ті роки XX ст.	Перетворення факторів у фінансові інститути
5	30-50-ті роки XX ст.	Проведення факторингових операцій банками
6	60-ті роки - кінець XX ст.	Створення міжнародних факторингових асоціацій

Джерело: Чиж М. Д. Факторинг как инструмент финансирования внешнеэкономической деятельности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / Чиж Михаил Давидович. – Санкт-Петербург, 2005. - С.184.

У 1960-ті роки також активно зростала роль факторингу і в Європі. Це було спричинено експансією американських виробників до Європи. Покупці намагались

спочатку перепродати товар кінцевому покупцю, а вже потім розрахуватись з американськими постачальниками й тому наполягали на отриманні кредиту. Постачальники, в свою чергу, відчували брак обігових коштів і не завжди могли надати покупцям торговий кредит. Тому в 60-ті роки в ХХ столітті факторинг став своєрідним вирішенням ситуації, яка склалась.

Вирішальним етапом у становленні факторингу стала поява міжнародних організацій, які почали поширювати та контролювати факторингові операції. Першою такою асоціацією стала IFG (International Factors Group) заснована в Бельгії в 1963 році. Її метою стало сприяння проведенню міжнародних угод та доступ до передових технологій більш, ніж 160 членів із понад 50-ти країн світу на основі загальних правил міжнародного факторингу (GRIF).

Другою найбільшою асоціацією факторингу стала у 1968 році Factors Chain International (FCI), що об'єднала скандинавські країни, Південну Америку та Австралію і нараховувала 263 фактори в 72-х країнах світу. Цілями асоціації, як і IFG було сприяння поширенню факторингу, вирішення правових аспектів та розповсюдження ноу-хау в галузі факторингу.

Після заснування головних асоціацій у 80-ті роки ХХ століття різко зросла кількість проведених факторингових операцій як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках. У зв'язку з цим з'явилась необхідність створення загальних правил проведення факторингових операцій. Саме тому у 1988 році в Оттаві було зібрано конференцію і схвалено проект конвенції про міжнародний факторинг та міжнародний лізинг, розроблений Міжнародним Інститутом Уніфікації Приватного Законодавства (УНІДРУА). Остаточна конвенція була підписана 28 березня 1988 року. Ця конвенція і міжнародні асоціації стали основою для національного законодавства в галузі факторингу, оскільки до цієї конференції багато держав не мали жодних правових норм для її регулювання [5].

Крайнім етапом розвитку є ХХІ століття, яке характеризується продовженням зростання ринку факторингових послуг в сприятливих умовах глобалізації [33, с.184].

В Україні факторинг був запроваджений зовсім нещодавно у 1988 році лєнінградським Промбудбанком, а вже наступного року ініціативу підхопили і інші банки. Факторингові послуги в Україні на початку їх зародження значно

відрізнялись від інших країн світу. Так, факторингові відділи займались лише питаннями простроченої дебіторської заборгованості. Щодо правового аспекту регулювання у квітні 1992 року Національним банком України було схвалено Методичні рекомендації №2 про надання комерційним банком факторингових послуг. Вони мали чимало неточностей та в основному зводили факторинг до звичайного кредиту. Рушійною силою в розвитку факторингу в Україні стало приєднання АКБ «Укрсоцбанк» до вище згаданого міжнародного факторингового об'єднання FCI, що фактично означало визнання світом українського факторингу. Збільшення обсягу факторингових операцій на початку XXI століття в Україні було також пов'язане із загальним збільшенням зовнішньоторговельного обороту товарів та послуг, а також у зв'язку з тогочасним станом розрахунків і наявних боргових зобов'язань [7, с.16-20].

У сучасному вигляді факторинг в нашій країні почав існувати з 2006 року після приєднання України до міжнародної Конвенції Міжнародного Інституту Уніцікації Приватного Законодавства (УНІДРУА).

Факторинг сьогодні являє собою один з найперспективніших та динамічних фінансових інструментів, тому дуже важливим є дослідження сутності цього явища та його класифікація. Як історія розвитку факторингу, так і його правове визначення є вкрай спірним питанням. Це пов'язано перш за все з різною нормативною базою країн світу та від типу факторингових компаній.

Згідно з Factors Chain International (FCI), факторинг – це повний фінансовий пакет, який поєднує в собі фінансування оборотних коштів, захист кредитних ризиків, послуги з обліку дебіторської заборгованості та інкасації. Він пропонується за угодою між фактором та продавцем. За цією угодою фактор викуповує дебіторську заборгованість продавця та бере на себе відповідальність за здатність покупця платити. Якщо продавець не може заплатити, фактор заплатить продавцю [42].

В міжнародних факторингових правилах FGI факторинг являє собою «угоду, згідно якої відбувається відступлення дебіторської заборгованості для отримання фінансування або без такого з однією з наступних цілей: управління та облік дебіторської заборгованості, збір дебіторської заборгованості, покриття ризику.

Відступлення дебіторської заборгованості при наявності хоча б двох з вищевказаних елементів вже класифікується як факторинг» [68].

Англійський економіст М. Байкерс визначає факторинг як довгострокову угоду між факторинговою компанією та постачальником, який продає свої товари на умовах товарного кредиту, в якій фактор зобов'язується купувати рахунки до отримання і додатково в залежності від угоди надавати такі послуги як ведення книги дебіторів та адміністрування дебіторської заборгованості, інкасація боргів, захист від втрат при наявності поганих боргів, що можуть виникнути при банкрутстві покупців [36].

У Законі України «Про банки і банківську діяльність» факторинг – це 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 [1].

На думку О. Д. Вовчак, факторинг – це комплекс послуг, які надає постачальникові спеціалізована компанія-посередник (фактор) за певну плату в обмін на уступку дебіторської заборгованості покупця (боржника) [7, с.31].

Проаналізувавши визначення міжнародних та вітчизняних асоціацій та дослідників, можна дійти до висновку, що факторинг – фінансово-посередницька діяльність, в якій посередник (фактор) стає власником неоплачених платіжних вимог покупця і бере на себе ризик їх несплати перед постачальником.

Об'єктом факторингового договору виступає право грошової вимоги, строк платежу за якою настав (наявна вимога) або виникне в майбутньому (майбутня вимога).

Суб'єктами факторингової операції є:

- клієнт фактора (суб'єкти підприємницької діяльності) – постачальник товарів чи послуг, який відступає фактору право грошової вимоги до третьої особи (дебітора);
- фактор – фінансова установа або банк, яка має право здійснювати факторингові операції [1, 4].
- дебітор – покупець товарів чи послуг, який має заборгованість перед постачальником [6], (див. Рис.1.1.).

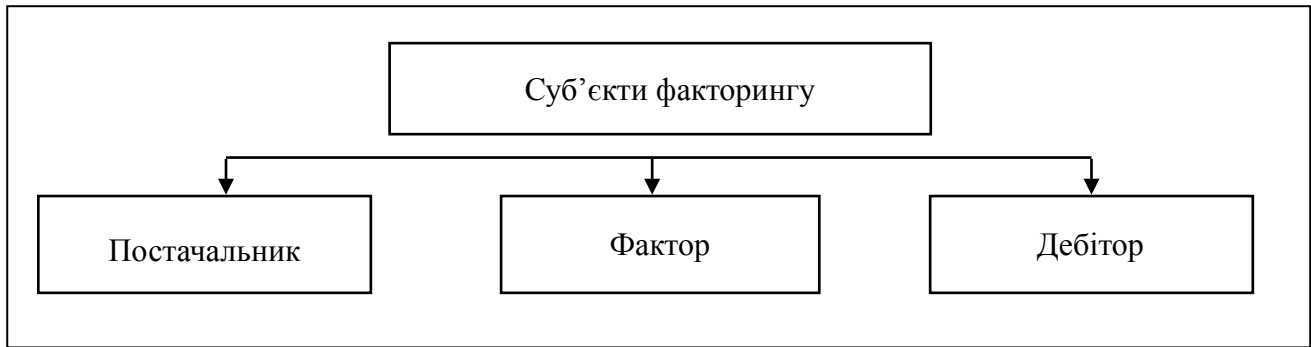


Рис. 1.1. Суб'єкти факторингу.

Примітка. Побудовано автором за даними Цивільного Кодексу України від 16.01.2003 № 435- IV, ст.1077.

Факторинг – ефективний інструмент фінансування, який вирішує ряд економічних, фінансових та маркетингових питань.

До економічних завдань слід віднести:

- зменшення дефіциту обігових коштів та, як наслідок, одержання додаткового прибутку;
- зменшення грошової залежності від дебіторів;
- процес проведення факторингової операції набагато простіше, ніж кредитування.

До фінансових завдань відносять:

- отримання довгострокового беззаставного фінансування;
- поліпшення ліквідності балансу;
- прогнозованість та стабільність надходження грошових коштів;
- оптимізація сплати ПДВ [34, с.150].

Маркетингові завдання факторингу полягають у наступному:

- збереження частки на ринку;
- розвиток підприємства за рахунок збільшення обігових коштів;
- одержання конкурентних переваг;
- утримання потенційного покупця;
- підвищення рівня довіри завдяки регулярності та точності в розрахунках [7, с.32-33].

Факторинг можна класифікувати за наступними ознаками: місце проведення операції, участь боржника в угоді, за умовами здійснення платежу, спосіб фінансування, спосіб обліку рахунків-фактур факторингових операцій, за наявності грошової вимоги [51], (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація факторингу

Класифікаційна ознака	Види факторингу
Місце проведення (резидентність)	- внутрішній; - міжнародний;
Склад учасників	- прями факторинг; - двосторонній факторинг;
Участь боржника в угоді	- відкритий - закритий;
За умовами платежу	- з правом регресу; - без права регресу; - частковий регрес;
Спосіб фінансування	- у формі попередньої оплати; - з оплатою вимог на певну дату; - перед поставкою;
Спосіб обліку рахунків-фактур факторингових операцій	- повний; - агентського типу; - -інвойс дискаунтинг;
За наявності грошової вимоги	- реальний; - консенсуальний.
Вид факторингу	- банківський; - небанківський.

Примітка. Складено автором за даними асоціації факторингових компаній України «УКРФАКТОР».

За місцем проведення виділяють:

- внутрішній факторинг (постачальник, клієнт та фактор діють в одній країні);

- зовнішній факторинг (постачальник, клієнт та фактор діють в різних країнах).

За складом учасників:

- прямий (за якого діє лише один фактор);
- двосторонній факторинг (разом із фактором, що діє у країні клієнта, в угоді бере участь посередник із країни боржника).

За участю боржника:

- відкритий (боржник повідомлений про участь в угоді факторингу);
- закритий (боржник не повідомлений про зміну кредитора).

За умовами платежу:

- з правом регресу (фактор має право продати постачальникові будь-яку неоплачену боргову вимогу в разі відмови платника від платежу);
- без права регресу (фактор бере на себе ризик неплатежів платниками, склад яких він попередньо погодив);
- частковий регрес (ризик розподіляється між фактором та постачальником в обумовленій договором пропорції).

За способом фінансування:

- у формі попередньої оплати (формі авансу на момент укладення угоди, що розраховується як відсоток до суми вимоги (70–90%), а резерв (10–30%) виплачують клієнтові після погашення покупцем боргу);
- до певної дати (гарантування оплати до певної дати, визначеної у договорі);
- факторинг перед поставкою (фінансування одразу перед поставкою до моменту виникнення дебіторської заборгованості);

За видом операції:

- повний (надання повного сервісу – фінансування та адміністрування дебіторської заборгованості);
- агентський (надання виключно фінансування);
- інвойс дискаунтинг (оплата відбувається не за кожну окрему поставку, а за сальдо усіх поставок);

За наявністю грошової вимоги:

- реальний (грошова вимога вже існує на момент укладання договору);

- консенсуальний (на момент укладання договору ще не виникла грошова вимога).

За видом факторингу:

- банківський (у ролі фактора виступає банк або банківський підрозділ);
- небанківський (у ролі фактора виступає факторингова компанія) [51].

Форфейтинг так само, як і факторинг, є операцією з продажу дебіторської заборгованості. Проте існують і помітні відмінності між цими двома, схожими на перший погляд, послугами.

У сучасному вигляді форфейтинг вперше почали застосовувати після Другої світової війни. Операції а-форте, які діяли у 50-х роках ХХ століття мали свої недосконалості та задовольняли постійно зростаючий попит на міжнародні кредити, стали основою для виникнення форфейтингових операцій. Першими такі операції стали проводити у Швейцарії спеціалізованою організацією Finanz AG. Ця організація почала свою діяльність ще у 1965 році і до цього часу залишається ключовим центром форфейтингу. Значною подією у розвитку форфейтингу також слід відзначити появу у 1999 році Міжнародної асоціації торгівлі та форфейтингу (ITFA).

Всі визначення форфейтингу загалом зводяться до одного: форфейтинг (від фр. Forfait – відмова від прав) – операція, що полягає у купівлі комерційного зобов'язання позичальника, вираженого у зворотному документі (перевідний або простий вексель) без можливості відмови від нього. Виходячи з цього, покупець боргового зобов'язання (форфейтер) бере на себе усі види ризиків, які пов'язані з можливістю несплати боргу імпортерами без можливості подачі будь-яких претензій до експортера. Останній фактично відповідає лише за правові аспекти вимог, такі, як наприклад, відповідність товару умовам договору. Форфейтинг є інструментом довгострокового фінансування і використовують його зазвичай при продажі значного обсягу товарів чи послуг великими компаніями, які не можуть відтермінувати отримання грошей.

Отже, суб'єктами форфейтингу, як і факторингу є три сторони:

- експортер – постачальник товарів чи послуг, який передає всі ризики та права грошової вимоги до третьої особи;

- Форфейтер – фінансовий агент, що бере на себе всі ризики у разі несплати третьою особою боргу;
- Імпортер (дебітор) – покупець товарів чи послуг, що має боргові зобов'язання перед постачальником (рис.1.2.).

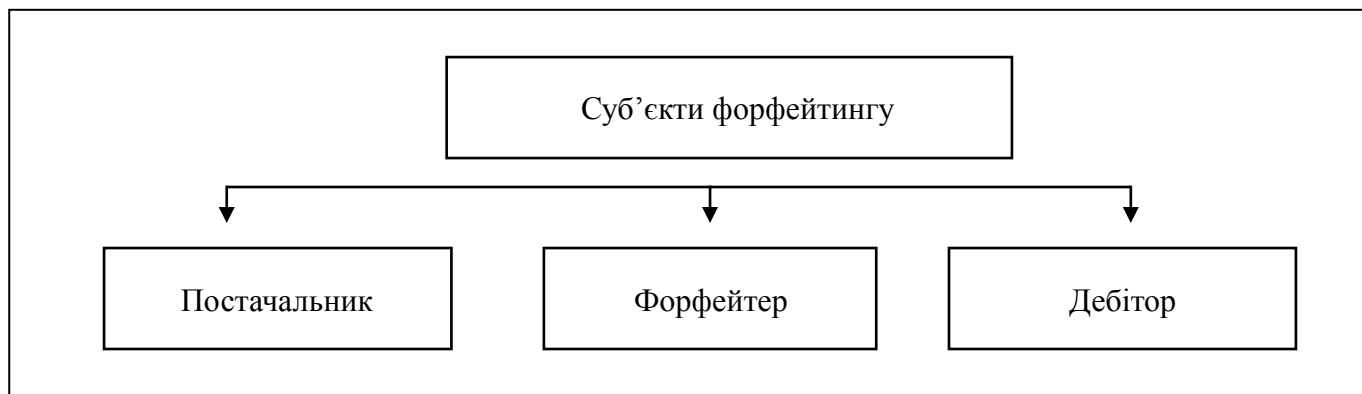


Рис. 1.2. Суб'єкти форфейтингу.

Примітка. Побудовано автором за даними Факторинг : навч. посібник / О.Д. Вовчак, В. І. Рудевська, А. Л. Спіфанова. – Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – С.33.

Об'єктами форфейтингу виступають види цінних паперів або рахунки дебіторів і розстрочення платежів, що є наслідком використання акредитивної форми розрахунків. Найчастіше основним документом при здійсненні форфейтингової операції є вексель, оскільки даний вид документів вже досить тривалий час використовується при укладанні міжнародних торговельних угод та є досить простим в укладенні [32, с.365-366].

Існує два види форфейтингу:

- внутрішній (заключення угоди між учасниками однієї країни);
- зовнішній (заключення угоди між учасниками різних країн).

Функції форфейтингу в більшості схожі з факторингом. До основних слід віднести:

- усунення ризиків;
- підвищення грошового потоку;
- посилення конкурентних переваг;
- підвищення простоти фінансових операцій [7, с.174-178].

Досить часто зустрічаються твердження, де факторинг і форфейтинг ототожнюються і порівнюються з кредитом. Ці всі схожі на перший погляд операції мають суттєві відмінності за строком, документарним оформленням, забезпеченням, ступенем покриття ризиків, сумою та наданням додаткових послуг (табл.1.3).

Таблиця 1.3

Відмінності між факторингом, форфейтингом та кредитом

Порівняння	Факторинг	Форфейтинг	Кредит
Терміни	до 180 днів	від 180 днів до 10 років	фіксований термін (короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий)
Оформлення	рахунок-фактура	вексель	велика кількість документів
Цільовий характер	не вимагається		передбачає строго цільове призначенн
Забезпечення	застава не вимагається		як правило, під заставу
Ризики	фактор бере на себе частину ризиків (кредитний, валютний, процентний і ліквідний)	форфейтер бере на себе усі ризики	банк не переймає на себе ризики
Додаткові послуги	управління дебіторською заборгованістю, страхування, консалтинг	не надаються	

Джерело: Климко Т. Ю. Компаративний аналіз факторингових операцій та інших фінансових інструментів [Електронний ресурс] / Т. Ю. Климко, В. К. Макарович. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvbdfa_2013_2_5.pdf.

Факторинг, форфейтинг і кредит спрямовані на задоволення різних потреб. Спільним для всіх цих операцій є лише сама їх суть – фінансування. Факторингові послуги застосовуються малими і середніми підприємствами, головним чином, для підвищення оборотності активів. Форфейтингові послуги ж використовуються великими підприємствами, яким потрібно довгострокове фінансування для збільшення конкурентних переваг [56].

Отже, поява факторингових і форфейтингових операцій була пов'язана з розвитком міжнародної торгівлі та збільшенням обороту зовнішньоекономічної діяльності ще у XVI столітті. Обидва види фінансування керуються спеціальними фінансовими інститутами, міжнародними стандартизованими правилами та правовою базою кожної країни. На перший погляд схожі операції, мають суттєві відмінності, головним чином, у цілях застосування та механіці здійснення, а спільним для них залишається лише сама суть – фінансування.

1.2. Правова база та механізм здійснення факторингу та форфейтингу

В умовах стрімкого розвитку зовнішньоекономічних операцій та, зокрема, зростання ролі факторингу і форфейтингу як фінансових інструментів, вкрай необхідним є впровадження міжнародних правил ведення таких операцій та створення фінансових інститутів, що б контролювали діяльність ринку.

Таким чином, головним інститутом, що контролює факторинг є Міжнародна факторингова група або International Factors Group (IFG).

International Factors Group (IFG) – це перша міжнародна асоціація факторингових компаній, заснована в 1963 році, зі штаб-квартирою в Брюсселі і об'єднала 150 факторингових компаній із 50-ти країн світу. У рамках IFG існували свої стандартизовані правила проведення факторингових операцій, спеціальні програми навчання для співробітників, регулярно проводились різні семінари та форуми, які сприяли обміну досвідом між компаніями з різних країн.

У 2016 році діяльність IFG була інтегрована в FCI (Factors Chain International). Сьогодні саме FCI є світовим представницьким органом у сфері факторингу та дебіторської заборгованості і налічує близько 400 членів у 90 країнах світу.

Головними функціями асоціації є:

- підтримка розвитку факторингу та співпраця з факторинговими представниками по всьому світу;
- впровадження різних освітніх програм, проведення семінарів та форумів для підвищення рівня кваліфікації фахівців;
- опублікування інформації та статистики світового факторингу;
- підтримка стабільності галузі, запобігання фінансовим шахрайствам та злочинам;
- контроль за дотриманням правил та просування єдиних стандартів у галузі міжнародного факторингу [42].

Вступ до цієї організації надає додаткові конкурентні переваги та постійну підтримку у веденні факторингової діяльності. Це постійний доступ до кореспондентської мережі факторингових компаній в усіх країнах світу – членах асоціації, стандартизація процедур та форматів обміну інформацією між факторами – членами асоціації, арбітраж конфліктних ситуацій у рамках FCI в разі їх виникнення між членами організації, підвищення рівня кваліфікації менеджменту та персоналу і наявність відкритого діалогу та вільного обміну досвідом із представниками факторингових компаній різноманітних держав у процесі регулярних зборів та зустрічей.

Проте, попри усі позитивні сторони вступу до асоціації, її членам необхідно дотримуватись суворих вимог. Мінімальний розмір капіталу компанії має бути не меншим, ніж 2 млрд дол. США, компанія має мати прозору структуру та бездоганну ділову репутацію, усі члени організації мають обов'язково приймати участь у планових річних з'їздах та звітах.

Commercial Finance Association (CFA), або Асоціація торгового фінансування – ще одна асоціація факторингових послуг, яка була заснована 1944 року зі штаб-квартирою у Нью-Йорку. Асоціація об'єднує близько 300 учасників індустрії комерційного фінансування. Члени асоціації – це факторингові компанії, банки,

незалежні фінансові компанії, а також дочірні фінансові компанії великих індустріальних корпорацій. Більш ніж 76% учасників – небанківські фінансові інститути, усі інші – банківські організації. Асоціація має 15 філіалів у різних країнах світу.

Основні завдання асоціації:

- об'єднання зусиль професійної спільноти для подальшого розвитку світової індустрії комерційного фінансування;
- інформування учасників ринку про тенденції розвитку факторингового ринку;
- удосконалення законодавчих та операційних механізмів [7, с.25].

Asset Based Finance Association (ABFA) чи The Factors and Discounters Association (FDA), або Асоціація структурованого фінансування, також відома як FDA (Асоціація факторів і дискаунтерів), – це торгівельна асоціація Великобританії, яка вже впродовж 40 років захищає інтереси компаній, що займаються факторингом, інвойсдискаунтингом і структурованим фінансуванням. Асоціація створена у 1976 році як Асоціація британських факторів (Association of British Factors), із 1996-го функціонувала як FDA, а з 2006 року – як ABFA.

Асоціація обслуговує близько 95% усього ринку факторингу у Великобританії та Ірландії і пропонує фінансування більш ніж 47 тисячам клієнтських організацій, що здійснюють переуступку на суми більш як 200 млрд ф. ст. на рік. ABFA працює в тісній співпраці з іншими організаціями по всьому світу.

Цілями асоціації є:

- встановлення і забезпечення дотримання стандартів у галузі;
- інформування та залучення зацікавлених сторін за межами галузі;
- забезпечення навчання для своїх учасників.

Клієнтами торгівельної асоціації є переважно виробники і транспортні компанії, підприємства сфери послуг. На сьогодні ABFA об'єднує 38 повних членів і 15 груп членів.

Для членства в Асоціації компанія повинна відповідати певним вимогам:

- не менш як 12 років існувати на ринку;
- мати розмір статутного капіталу не більше ніж 1 млн ф. ст.,

- частка факторингу чи фінансування рахунків-фактур (інвойс-дискаунтинг) повинна становити не менше ніж 75% від загального обсягу операцій компанії,
- не проводити операції з переуступки майбутніх вимог [7, с.25].

East European Factoring Association (Східноєвропейська факторингова асоціація – СЄФА) була заснована в червні 2001 року (штабквартира в Москві), об'єднує деякі факторингові компанії регіону. Асоціація є добровільною, некомерційною організацією.

Основна місія – сприяння популяризації факторингу в регіоні та підвищенню стандартів якості наданих факторинговими компаніями послуг. Одна з ключових цілей Асоціації – упровадження єдиної нормативної бази міжнародного факторингу для забезпечення необхідної правової основи діяльності учасників міжнародного ринку. У сферу діяльності СЄФА входить також реалізація навчальних програм.

З 2011 року СЄФА провела вісім міжнародних факторингових конференцій, у яких узяли участь більше ніж 500 представництв факторингових компаній із близько 35 країн світу. Конференція СЄФА є майданчиком для щорічного обговорення актуальних проблем факторингової індустрії. Важливим аспектом асоціації є вивчення досвіду провідних факторингових компаній світу і використання на практиці з метою підвищення якості факторингових послуг, що надаються компаніями – членами Асоціації [7, с. 26].

З метою уніфікації принципів міжнародного факторингу було створено загальні правила міжнародної торгівлі (General Rules of International Factoring – GRIF), що регулюють відносини між експорт-факторами та імпорт-факторами країн-членів Асоціацій [7, с.26].

В Україні для регулювання та просування факторингової діяльності головним інститутом з 2013 року є асоціація «Укрфактор». Основною метою діяльності асоціації є:

- захист прав та інтересів членів асоціації; представництво інтересів членів Асоціації у відносинах з державними органами, установами та іншими особами;
- формування позиції членів Асоціації з важливих питань функціонування фінансової системи, їх представництво та підтримка у відносинах з третіми особами;

- сприяння створенню в Україні дієвої нормативної бази для ефективного функціонування фінансової системи;
- участь в розробці державних програм розвитку фінансової системи;
- вирішення конкретних завдань та спільних проблем, що виникають у фінансовій сфері та впливають на права та інтереси членів Асоціації;
- налагодження відносин з фінансовими інституціями та банками, фінансовими та банківськими об'єднаннями інших країн;
- створення позитивного іміджу фінансової системи України;
- сприяння розвитку та підвищенню кваліфікації працівників фінансового сектору економіки України [51].

Станом на сьогодні асоціація налічує 26 членів. Серед умов вступу: членами асоціації можуть бути лише суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють діяльність на ринку факторингових послуг та/або надання послуг, які пов'язані із наданням факторингових послуг, та/або супроводжують надання факторингових послуг, в Україні, мають відповідну діючу ліцензію, яка видана компетентним органом, висловили згоду на виконання Статуту Асоціації та сплатили вступний внесок.

Законодавчими актами, що регулюють діяльність факторингу на рівні держави є:

- Закон України «Про банки і банківську діяльність»;
- Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення»;
- Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг»;
- Розпорядження ДКРРФПУ «Про затвердження Положення про здійснення фінансового моніторингу фінансовими установами»;
- Розпорядження ДКРРФПУ «Про затвердження Професійних вимог до керівників та головних бухгалтерів фінансових установ»;
- Розпорядження ДКРФПУ «Про затвердження Положення про Державний реєстр фінансових установ».

Основними етапами у здійсненні факторингової угоди є:

- підготовчий етап,
- етап фінансування,
- погашення заборгованості (табл.1.4).

Таблиця 1.4

Основні етапи укладення класичної факторингової угоди

Основні етапи	Порядок дій
Підготовчий етап	<ul style="list-style-type: none">- пошук потенційного клієнта/дебітора і ведення переговорів;- розгляд пакета документів від потенційного клієнта (за потреби і від дебітора).;- аналіз клієнта/дебітора/постачальника;- погодження заявки клієнта і підписання договору факторингу;
Основний етап фінансування	<ul style="list-style-type: none">- підготовка документів перед фінансуванням (передання відвантажувальних документів, повідомлення дебітора і зміна реквізитів, для оплати, підготовка реєстру);
Завершальний етап погашення заборгованості	<ul style="list-style-type: none">- погашення заборгованості дебітором;- механізм зворотного викупу прав вимог.

Джерело: Факторинг : навч. посібник / О. Д. Вовчак, В. І. Рудевська, А. Л. Спіфанова. – Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – С.36.

Для початку факторингової діяльності має бути укладений договір на поставку товарів/послуг між постачальником та покупцем. Надалі, зазвичай, постачальник

ініціює звернення до фактора, відправляючи відповідний пакет документів. Він зазвичай включає наступний перелік документів:

- заяву-анкету на факторингове обслуговування;
- договори, які будуть передаватись на факторинг;
- реєстри обліку розрахунків з покупцями та постачальниками;
- документи, що затверджують поточний фінансовий стан підприємства;
- засновницькі документи клієнта.

На основі цих документів фактор аналізує і оцінює можливості заключення договору факторингу. Аналіз відбувається в три етапи: аналіз постачальника, аналіз дебітора та аналіз договору на купівлю/продаж товарів/послуг.

При аналізі постачальника фактор керується такими чинниками:

- обсяг поставок та їх регулярність;
- наявність попиту на товар;
- досвід та стаж роботи на ринку;
- позитивна кредитна історія (за наявності);
- стабільність фінансового стану;
- дотримання умов контракту щодо кількості та якості товарів, а також дотримання термінів поставки;
- репутація постачальника на ринку.

При аналізі постачальника фактором можуть бути визначені граничні показники суми і кількості поставок. Для прикладу може бути не менше 10 000 гривень на одну поставку; не менше 10 000 гривень – усі поставки на місяць і тд.)

Аналіз дебітора відбувається за такими факторами:

- аналіз фінансового стану підприємства;
- проводиться аналіз коефіцієнтів миттєвої і поточної ліквідності, оборотності товарів, дебіторської та кредиторської заборгованості;
- розраховується категорія боржника;
- дослідження залежності бізнесу від сезонів;
- аналіз кредитної історії (за наявності);

Аналіз договору на купівлю/продаж – ще один важливий етап для прийняття фактором рішення. Останній обов'язково перевіряє:

- предмет договору, вид та кількість товару/послуг;
- загальну вартість договору чи вартість одиниці товару або послуги;
- порядок оплати за надані послуги;
- порядок переходу права власності на товар або послугу і прописані документи, що підтверджують виникнення права вимоги на оплату;
- строк дії контракту.

Обов'язково необхідно перевірити, що оплата за договором здійснюється виключно в безготівковій формі та на умовах чітко визначених у банківських чи календарних днях термінах відстрочення платежу.

Факторинг не застосовують для:

- на платіжні зобов'язання неплатоспроможних підприємств і господарських організацій, оголошених банкрутами;
- компенсаційні або бартерні угоди;
- прострочені платіжні зобов'язання;
- за клієнтами, в яких є прострочена заборгованість за будь-якими кредитними операціями перед фактором (банком);
- довгострокові договори поставок, за якими рахунки виставляють після завершення відповідних етапів робіт;
- права вимоги, що відступлені іншому факторові;
- права вимоги, що перебувають у заставі в іншому банку;
- права вимоги до боржників, що належать до галузей, які заборонено фінансувати (кредитувати) відповідно до кредитних політик фактора (банку) – здебільшого, це галузі будівництва, транспортні перевезення, здавання в оренду майна, фінансові операції (лізинг, страхування, ломбардне і будь-які інші види кредитування), бюджетні та комунальні підприємства тощо;
- права вимоги, що були оскаржені в суді чи є предметом судового спору.

Після перевірки усіх документів фактор може прийняти рішення на підпис реєстру на фінансування факторингу зі свого боку і видати клієнту авансовий платіж (в залежності від типу факторингу). Зазвичай авансовий платіж становить 80% від суми заборгованості. Інші 20% повертаються після закінчення терміну відстрочення платежу, коли покупець оплачує борг за поставкою на банківський рахунок. Оплата

винагороди за факторингом може проводитись як у формі утримання зі суми залишкового платежу, так і у момент фінансування у формі комісії або щомісячно у формі відсоткової ставки. У разі ж невиконання або неналежного виконання дебітором своїх зобов'язань при укладенню факторингу з регресом або частковим регресом, постачальник має оплатити заборгованість у сумі наданого авансового платежу і плати за надані факторингові послуги [7, с.36-45].

Термін оплати боргу може бути більшим за термін відстрочення платежу. У такому разі застосовується додатковий пільговий період для урегулювання питання оплати заборгованості без додаткових штрафів за прострочення (рис.1.3.).

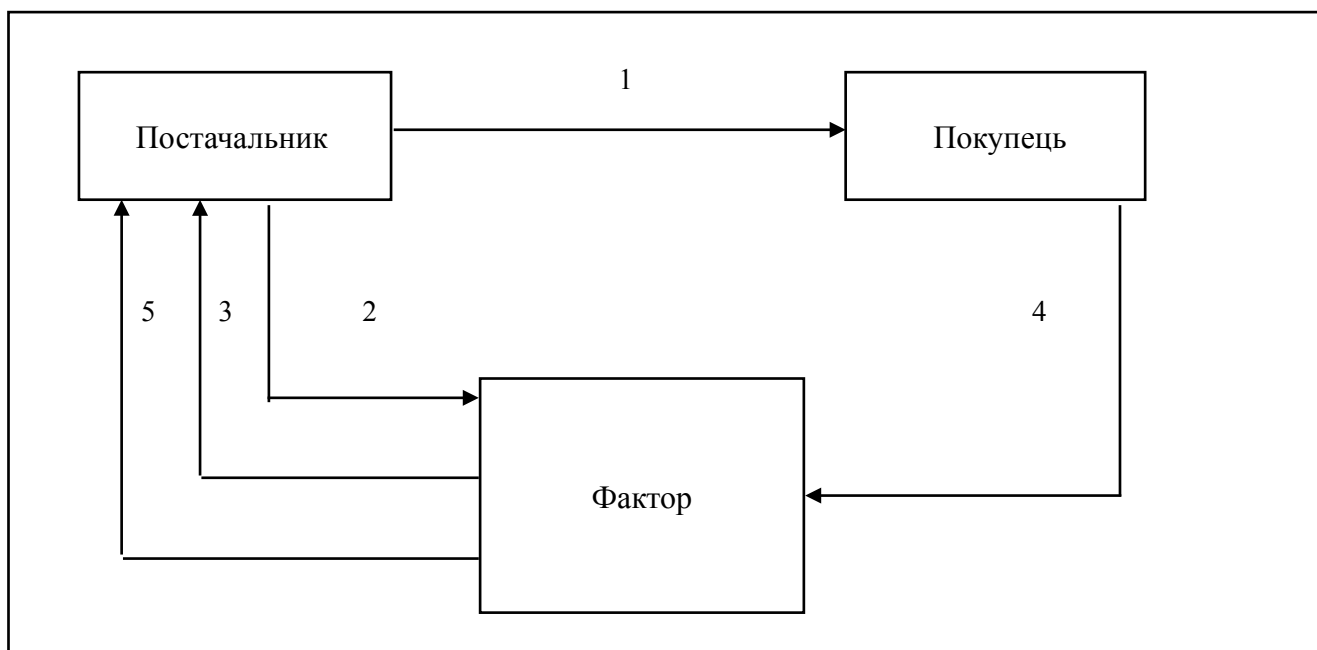


Рис. 1.3. Базова схема факторингу.

Джерело: Карп'як Я. С. Факторинг як інструмент вирішення фінансових проблем підприємства / Я.С. Карп'як, Л.І. Ріжко // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». Менедж. та підприємництво в Україні : етапи становлення і пробл. розв. – 2009. – № 647. – С. 70–74.

Отже, схема базового («класичного») договору факторингу складається з:

1. Поставка товару або надання послуги на умовах відстрочення платежу в рамках підписаного договору між постачальником та покупцем.

2. Відступлення права вимоги боргу факторові на підставі підписаного договору факторингу між фактором та постачальником; передання реєстру і первинних бухгалтерських документів, що підтверджують поставку товару або надання послуги;

3. Зарахування авансового платежу на поточний рахунок постачальника;

4. Оплата дебітором заборгованості на рахунок фактора/постачальника (в залежності від умов договору);

5. Виплата залишкової суми за вирахуванням комісії за факторингом постачальникові [15, с.71].

Щодо форфейтингу, головним інститутом, що регулює дані операції є Міжнародна форфейтингова асоціація (International Trade & Forfaiting Association). Вона була заснована в серпні 1999 року і налічує близько 140 членів. Основними завданнями асоціації є стимулювання та контроль за діяльністю у сфері надання форфейтингових послуг [43].

Ініціатором форфейтингової угоди, як правило, є експортер, банк експортера або імпортер (оференти). На першому етапі відбувається укладення договору на поставку товарів/послуг між експортером та імпортером. У ході переговорів, імпортер, зазвичай, потребує кредит. Тоді експортер звертається до форфейтера з проханням надати кредит. Форфейтер, у свою чергу, детально аналізує інформацію про заплановану угоду:

- строки і валюту операції;
- фінансові звіти і репутацію імпортера та експортера;
- гарантії (аваліст);
- страхування боргу та компанію страховика;
- сума і період погашення векселів;
- вид та кількість товарів чи послуг;
- строки поставки та період погашення векселів;
- документи, укладені експортером та імпортером на поставку товарів/послуг;
- країна і банк платника.

Наступним етапом є остаточне укладення договору форфейтенгу. Після цього форфейтер може назвати свою ціну контракту.

На цьому етапі з моменту передачі заявки на здійснення операцій до реальної поставки товарів/послуг, коли форфейтер може купити векселі, є деякий час, протягом якого процентні ставки можуть змінитися у несприятливому для форфейтера напрямку. Для зменшення можливих ризиків цей період може бути розділений на дві частини.

Перша частина – між передачею заявки на розгляд та прийняттям її імпортером. На цей період форфейтер може пропонувати експортеру опціон. Власник опціону приймає рішення скористатися чи ні наданим правом. У всіх випадках ризик, котрому піддається власник опціону, заздалегідь обмежений ціною опціону.

Друга частина – час між затвердженням заявки та поставкою товарів/послуг. На час цього періоду (від декількох днів до одного року) форфейтер та експортер несуть зобов'язання, від котрих вони зможуть відмовитись лише за умови компенсації усіх витрат другій стороні [31, с.69-70].

Після узгодження всіх деталей, форфейтер надсилає документи експортеру, котрий має письмово підтвердити свою згоду. Форфейтер також зобов'язаний перелічити документи, необхідні йому для дисконтування векселів.

Забезпеченням повернення кредиту форфейтеру є отримання від іноземного покупця переказного та простого векселя, оплата котрих повинна бути проведена у конкретно обумовлені строки. При цьому банк імпортера або авалує їх, або видає банківську гарантію на їх виконання. Таким чином, форфейтер отримує забезпечення у вигляді авалю чи безумовної банківської гарантії.

Отже, базова схема форфейтингу складається з наступних ключових етапів:

1. експортер та імпортер укладають угоду про поставку товарів/послуг;
2. експортер шукає форфейтера;
3. імпортер оформляє серію векселів і знаходить банк, який гарантує або авалує зазначені векселі;
4. направлення в банк експортера гарантованих або авальованих векселів;
5. поставка товарів;
6. дозвіл на передання векселів експортерові;
7. надання векселів експортерові;

8. продаж векселів експортером форфейтерові;
9. надходження коштів від проданих векселів [21, с.566], (рис.1.4.).

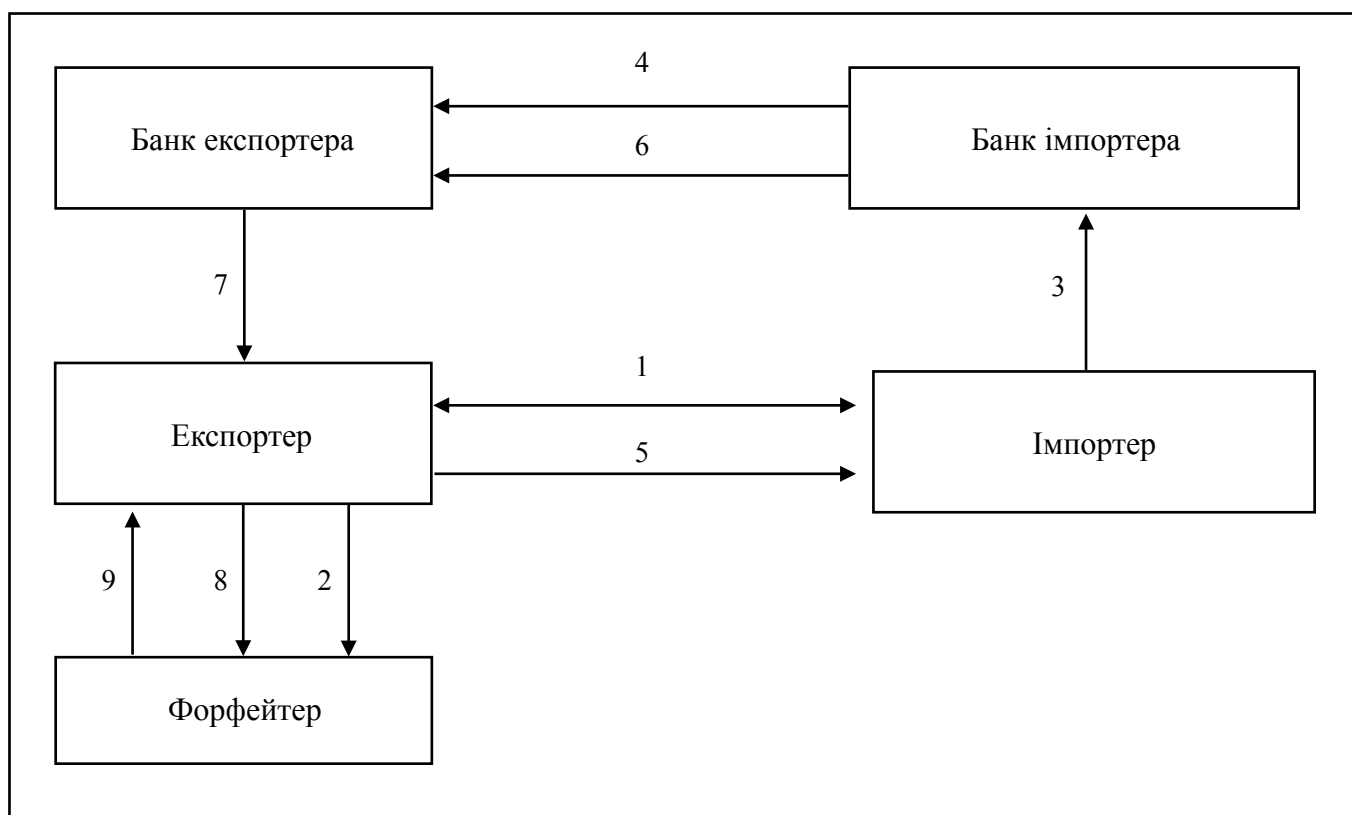


Рис. 1.4. Базова схема форфейтингу.

Джерело: Побудовано автором за даними Михайловська І. М. Банківські операції. Кредитно-модульний курс: навчальний посібник /І. М. Михайловська, А. В. Олійник// Львів: Магнолія 2006, 2016. - С. 566.

Отже, операції факторингу та форфейтингу керуються певними нормативними документами на рівні кожної держави, а також підтримуються міжнародними асоціаціями, які також контролюють ринок факторингу і форфейтингу, але вже на міжнародному рівні. Дані операції є простими в заключенні договору, документообігу та мають спільні основні етапи: підготовка договору на продаж товарів/послуг, аналіз потенційного клієнта форфейтером чи фактором, заключення договору між постачальником та форфейтером/фактором та надходження коштів постачальнику.

1.3. Переваги та недоліки факторингу і форфейтингу

Факторинг і форфейтинг, як і будь-які інші фінансові операції, мають свої переваги та недоліки для кожного з його учасників. Тому, перш ніж приймати рішення про фінансування дебіторської заборгованості, необхідно чітко визначити мету та переваги конкретних інструментів.

Факторинг має свої певні переваги для усіх груп підприємств, незалежно від їх розміру. Малим підприємствам факторинг потрібний для отримання беззаставного фінансування. Для середніх за розміром підприємств факторинг вирішує питання страхування ризиків та адміністративне управління дебіторською заборгованістю. Великим підприємствам факторинг дозволяє очистити баланс, зменшивши дебіторську заборгованість без збільшення кредиторської заборгованості, що, в свою чергу, є актуальним для тих підприємств, що бажають залучити нових інвесторів.

Дослідивши поняття, класифікацію та основні ознаки факторингових операцій, можна дійти до висновку, що перевагами, зокрема, для покупця є:

- збільшення купівельної спроможності;
- збереження ключових постачальників і залучення нових (для торговельних мереж) [23, с.25].

Щодо торговельних мереж, якщо постачальники, з якими вона співпрацює вичерпали свої можливості зі зниження собівартості продукції, то все одно їхні локальні покупці залишаються лояльнішими до місцевих брендів. Тому торговельні мережі можуть самостійно звертатись у банк або форфейтингову установу із пропозицією взяти на фінансування своїх постачальників-виробників. В такому випадку, ініціатором угоди стає торговельна мережа і вона ж виступає гарантом угоди. Використання факторингу таким чином дозволяє розкрити резерви зменшення цін на популярні бренди без збитків для постачальників.

Для продавця факторинг має такі переваги:

- зростання товарообігу та додаткового прибутку внаслідок збільшення обсягів продукції;
- збільшення кількості потенційних покупців та збереження постійних покупців;

- можливість планування свої фінансових ресурсів, не враховуючи терміни оплати покупців;
- підтримка запасу ліквідності та підвищення фінансової стійкості бізнесу продавця за рахунок трансформації дебіторської заборгованості у грошові кошти;
- залучення фінансових ресурсів без необхідності застави;
- скорочення касових розривів;
- передання кредитного ризику на фактора [29, с.110-11], (табл.1.5).

Таблиця 1.5

Переваги та недоліки факторингу

Учасники договору	Переваги	Недоліки
Постачальник	<ul style="list-style-type: none"> - зростання товарообігу та додаткового прибутку; - збільшення кількості потенційних покупців та збереження постійних покупців; - можливість планування свої фінансових ресурсів, не враховуючи терміни оплати покупців; - підтримка запасу ліквідності та підвищення фінансової стійкості; - залучення фінансових ресурсів без необхідності застави та скорочення касових розривів; - передання кредитного ризику на фактора. 	<ul style="list-style-type: none"> - вартість; - відразу отримує не всю суму вимоги;
Покупець	<ul style="list-style-type: none"> - збільшення купівельної спроможності; - збереження ключових постачальників і залучення нових; 	<ul style="list-style-type: none"> - короткі терміни фінансування
Фактор	<ul style="list-style-type: none"> - отримання доходу від факторингової діяльності; - можливість регресу (при регресивному факторингу). 	

Примітка. Складено автором за даними Факторинг : навч. посібник / О. Д. Вовчак, В. І. Рудевська, А. Л. Єпіфанова. – Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – С.50-55.

Одним із головних показників успішності бізнесу є обсяги його продажів. Факторинг допомагає підвищувати конкурентноспроможність на ринку і розширенню асортименту завдяки наданні фінансування відразу після відвантаження товару чи надання послуг. Таким чином значно скорочується часовий розрив між поставкою та оплатою. Також оборотні кошти, що вивільнюються при факторинговому фінансуванні, дозволяють компенсувати дефіцит ліквідності. Виробник отримує можливість розрахуватись за сировину, а дистриб'ютор може запропонувати своїм постачальникам вигідніші умови розрахунків.

Залучення додаткового фінансування для постачальника за допомогою факторингу відбувається швидшими темпами в порівнянні з іншими фінансовими інструментами, такими як кредит або акредитив чи банківська гарантія при фінансуванні міжнародної торгівлі. При цьому факторинг дозволяє використовувати ширший спектр супутніх послуг, таких як страхування фінансових і кредитних ризиків, консалтинг, адміністративне управління дебіторською заборгованістю, юридичне супроводження діяльності клієнта тощо.

Принциповою перевагою для постачальника є часткове передання ризиків за умови факторингу без регресу або факторингу із частковим регресом. До них відносять ризик ліквідності, кредитний, валютний і процентний ризики. Головною економічною перевагою застосування факторингу є швидке перетворення дебіторської заборгованості у грошові кошти.

Фактор, як ще один суб'єкт факторингу має також свої переваги – отримання доходу від факторингової діяльності.

Якщо у ролі фактора виступає банк, то факторинг надає йому можливість отримання додаткових джерел доходу та розширення клієнтської бази.

Проте факторинг, як і всі інші інструменти фінансування, не вирішує питання з простроченої або безнадійною дебіторською заборгованістю. Зважаючи на політичну ситуацію в країнах та стабільність економіки в цілому, частіше застосовують факторинг з регресом (з правом повернення права вимоги). Факторинг без регресу, який переймає усі ризики та відповідальність за фінансову неспроможність покупця здійснити платіж на фактора, застосовують край рідко і, зазвичай, для V.I.P. клієнтів [28, с. 104].

Одним із головних недоліків факторингових послуг є їх вартість. Факторингова комісія досягає 3% від вартості відступленої грошової вимоги. залежно від терміну оборотності дебіторської заборгованості ця комісія в перерахунку становить 20-30% річних. Проте така порівняно з кредитом більша вартість факторингових послуг пов'язана також з кількістю супутніх послуг, що будуть надаватись разом з фінансуванням [11, с.57].

Ще одним недоліком є терміни фінансування. Факторинг надається на короткий термін з відтермінування платежу максимально на 180 днів.

Існують також певні складнощі при зарахуванні ПДВ в операціях факторингу. Оскільки фінансування на момент укладення угоди при факторингу складає 80-90% від суми відступлених вимог, а права передаються в повному обсязі, так само, як і ПДВ оплачується відразу повністю постачальником, то залишкова частина «зависає» в процесі угоди [7, с.57-58].

Форфейтинг, в свою чергу, має схожі переваги, що і факторинг. Для постачальника це, перш за все:

- можливість отримання фінансування одразу після відвантаження товару чи надання послуги;
- поліпшення ліквідності та фінансової стійкості підприємства;
- відсутність витрат часу і коштів на управління боргом або на організацію його погашення.

Варто зазначити використання простих або перевідних векселів при здійсненні форфейтингової операції. Переважання цих форм боргових інструментів визначається такими чинниками:

- популярність, оскільки векселі існують вже дуже давно, а багаторічний досвід користування веде до значного полегшення спілкування сторін-учасників і сприяє, зазвичай, швидшому і безперешкодному здійсненню операцій;
- узгоджена на міжнародному рівні правова основа закладена Міжнародною конвенцією про комерційні векселі (ухвалена Женевською конференцією 1930 року). Ця конвенція містить чітку послідовність практичних дій. Хоча її підписали тільки представники країн-учасниць, проте вона має розроблені принципи, пізніше ухвалені зовнішньоторговельним законодавством більшості держав.

Також, оскільки проведення форфейтенгових операцій базується на простих або перевідних векселях, то при їх купівлі застосовується фіксована облікова ставка, тобто дисконт є визначеною сумою і протягом усього строку кредитування не змінюється, попри зміну ставок на ринку капіталізації [7, с.58].

До виключних переваг форфейтингу для постачальника відносять відсутність усіх ризиків. Він передає абсолютно всі політичні, валютні, процентні ризики форфейтеру без можливості їх повернення (регресу).

Переваги для покупця та форфейтера такі, як і факторингу. Для покупця – це збільшення купівельної спроможності та збереження старих та залучення нових постачальників, а для форфейтера – отримання доходу.

Додатковою перевагою є більший термін кредитування. Форфейтингові угоди можуть тривати від 180 днів до 10 років.

До недоліків форфейтингу, з погляду експортера, можна віднести:

- його високу вартість;
- вірогідність того, що експортер може не знайти гаранта або аваліста, який би задовольняв форфейтера;
- підготовку документів у такий спосіб, щоб на експортера не було регресу в разі банкрутства гаранта або аваліста, а також необхідність знання законодавства країни імпортера;
- можливість виникнення складнощів в узгодженні гаранта імпортером та форфейтером.

Для імпортера, як і у випадку факторинга, недоліком залишається висока вартість проведення операції (вища маржа форфейтера). При користуванні банківською гарантією імпортер також зменшує свої можливості у подальшому отримати банківський кредит.

В основному, форфейтингові операції мають набагато більше недоліків саме до фінансової установи, що здійснює цю діяльність, оскільки вона бере на себе відповідальність за всі можливі ризики. Вони включають:

- політичний ризик (надзвичайні заходи з боку уряду, збройні конфлікти або інші політичні інциденти);

- комерційний ризик (полягає у небажанні або не спроможності імпортера виконати свої зобов'язання);
- валютний ризик (ризик, пов'язаний зі зміною валютних курсів);
- ризик відсоткової ставки (ризик, пов'язаний зі зміною відсоткових ставок) ;
- ризик платежу (нездатністю або небажанням держави-імпортера або державних органів дозволити здійснення платежів: наприклад через мораторій або дефіцит валюти) [14, с.207-210], (табл.1.6).

Таблиця 1.6

Переваги та недоліки форфейтингу

Учасники договору	Переваги	Недоліки
Постачальник	<ul style="list-style-type: none"> - зростання товарообігу та додаткового прибутку; - збільшення кількості потенційних покупців та збереження постійних покупців; - можливість планування свої фінансових ресурсів, не враховуючи терміни оплати покупців; - підтримка запасу ліквідності та підвищення фінансової стійкості; - залучення фінансових ресурсів без необхідності застави та скорочення касових розривів; - передання усіх ризиків форфейтеру; 	<ul style="list-style-type: none"> - вартість; - складнощі у пошуку гаранта або аваліста; - підготовка документів
Покупець	<ul style="list-style-type: none"> - збільшення купівельної спроможності; - збереження ключових постачальників і залучення нових; - великі терміни кредитування; 	<ul style="list-style-type: none"> - оплата комісії за гарантію; - вартість форфейтингу;
Форфейтер	<ul style="list-style-type: none"> - отримання доходу від факторингової діяльності. 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність права регресу; - несе відповідальність за кредитні, політичні, валютні та процентні ризики.

Примітка. Складено автором за даними Факторинг : навч. посібник / О. Д. Вовчак, В. І. Рудевська, А. Л. Єпіфанова. – Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – С.55-59.

Ринок форфейтингових послуг може нормально функціонувати тільки в економіці, яка працює стабільно. Неплатоспроможність основних споживачів продукції ставлять під питання саме існування таких взаємин.

Отже, перш ніж приймати рішення про фінансування дебіторської заборгованості, необхідно чітко визначити мету та переваги конкретних інструментів. Для факторингу – це можливість отримання фінансування відразу після поставки товару чи надання послуги, а також комплексний характер надання послуг. Для форфейтингу – повна передача ризиків без можливості регресу. Загалом, дані операції є простими в укладенні, документообігу та не передбачають застав та конкретного цільового характеру. Головним недоліком є вартість надання таких послуг.

Висновки до розділу 1

Отже, факторинг і форфейтинг є дієвими інструментами фінансування, основою яких є придбання права вимоги на виконання зобов'язань за поставлені товари чи надані послуги. Їх поява була пов'язана з розвитком міжнародної торгівлі та збільшенням обороту зовнішньоекономічної діяльності ще у XVI столітті.

Обидва види фінансування керуються спеціальними фінансовими інститутами (Factors Chain International та International Trade and Forfaiting Association), міжнародними стандартизованими правилами (GRIF) та правовою базою на рівні кожної країни.

Факторинг та форфейтинг вирішують основні проблеми підприємств:

- зменшення дефіциту обігових коштів та, як наслідок, одержання додаткового прибутку;
- зменшення грошової залежності від дебіторів;
- процес проведення факторингової операції набагато простіше, ніж кредитування;
- отримання довгострокового беззаставного фінансування;
- поліпшення ліквідності балансу;
- прогнозованість та стабільність надходження грошових коштів;

- оптимізація сплати ПДВ;
- збереження частки на ринку;
- розвиток підприємства за рахунок збільшення обігових коштів;
- одержання конкурентних переваг;
- утримання потенційного покупця;
- підвищення рівня довіри завдяки регулярності та точності в розрахунках.

Основними етапами у здійсненні факторингової та форфейтингової угоди є:

- підготовчий етап (пошук потенційного клієнта, розгляд пакета документів, аналіз клієнта та дебітора, погодження заявки та підписання самої угоди);
- етап фінансування (підготовка документів перед фінансуванням (передання відвантажувальних документів, повідомлення дебітора і зміна реквізитів, для оплати, підготовка реєстру) та власне фінансування клієнта);
- погашення заборгованості (погашення заборгованості дебітором, механізм зворотного викупу прав вимог).

На перший погляд схожі операції, мають суттєві відмінності, головним чином, у цілях застосування та механіці здійснення. Спільним для них залишається лише сама суть – фінансування.

Перевагами факторингу і форфейтингу стосовно інших інструментів фінансування є, у випадку першого, можливість отримання додаткових послуг, таких, як управління дебіторською заборгованістю, страхування, консалтинг та при іншому – передача усіх ризиків на форфейтера.

Дані операції є простими в укладенні, документообігу та не передбачають застав та конкретного цільового характеру, робить факторинг та форфейтинг більш конкурентним інструментом фінансування в сучасних умовах.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ФАКТОРИНГОВИХ І ФОРФЕЙТИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

2.1. Аналіз міжнародного ринку факторингових і форфейтингових операцій

Факторинг і форфейтинг – фінансові інструменти, що з початку ХХ століття демонструють динамічні темпи до зростання. За останні 20 років їх обсяги зросли майже у 4,5 рази (рис.2.1.).

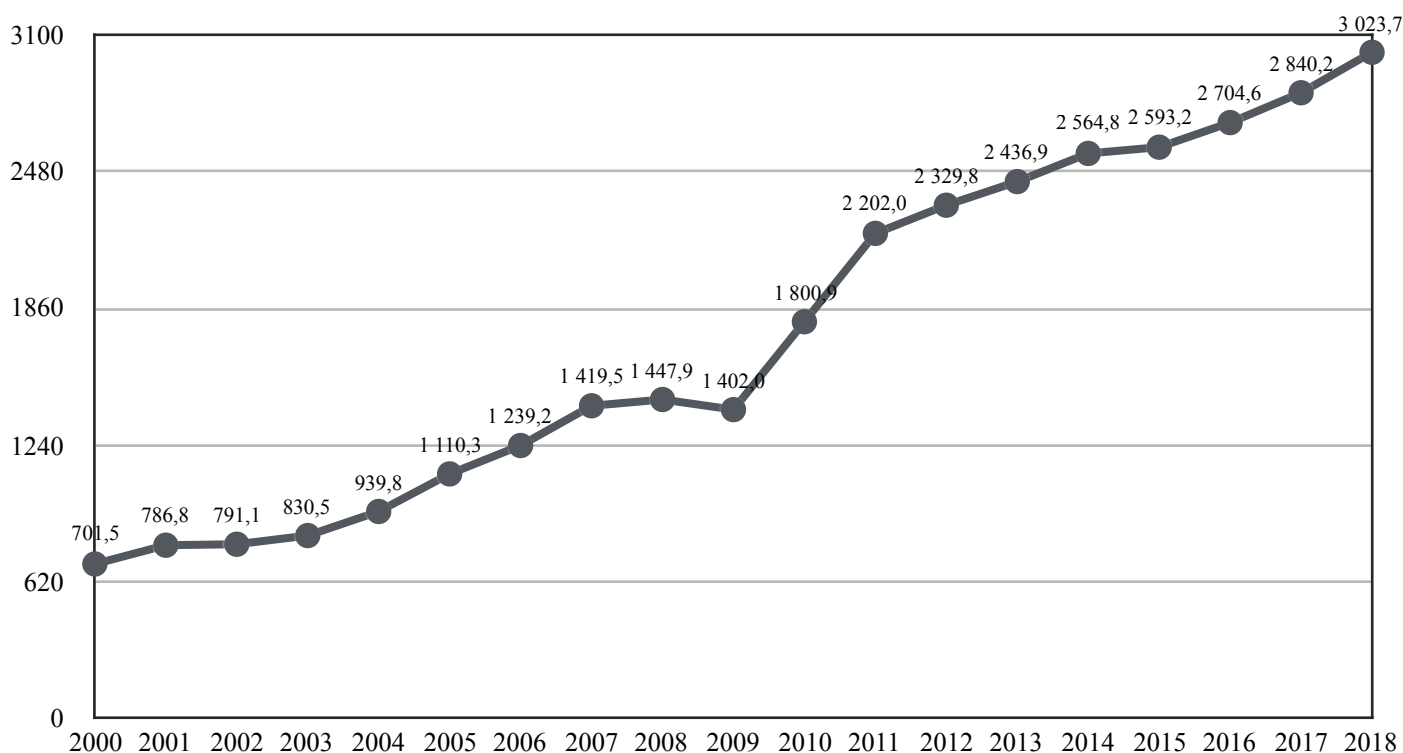


Рис. 2.1. Динаміка обсягу ринку факторингових послуг за період 2000-2018 роки (млрд дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

Таким чином, станом на 2018 рік загальний об'єм наданих факторингових послуг склав 3024 млрд. дол. США (на 183,5 млрд. дол. США або близько на 6%

більше, порівнюючи з 2017 роком). Загалом, з 2000 року об'єм факторингового ринку збільшився на 2 322,7 млрд. дол. США.

З загальної суми 2452,2 млрд. дол. США становили внутрішні факторингові операції та 570,4 млрд. дол. США відповідно зовнішні факторингові операції. Слід підкреслити зростання частки зовнішніх факторингових операцій (частка зовнішніх факторингових операцій у 2008 році складала 12,8%, у 2018 році – 18,86%) [62], (рис.2.2).

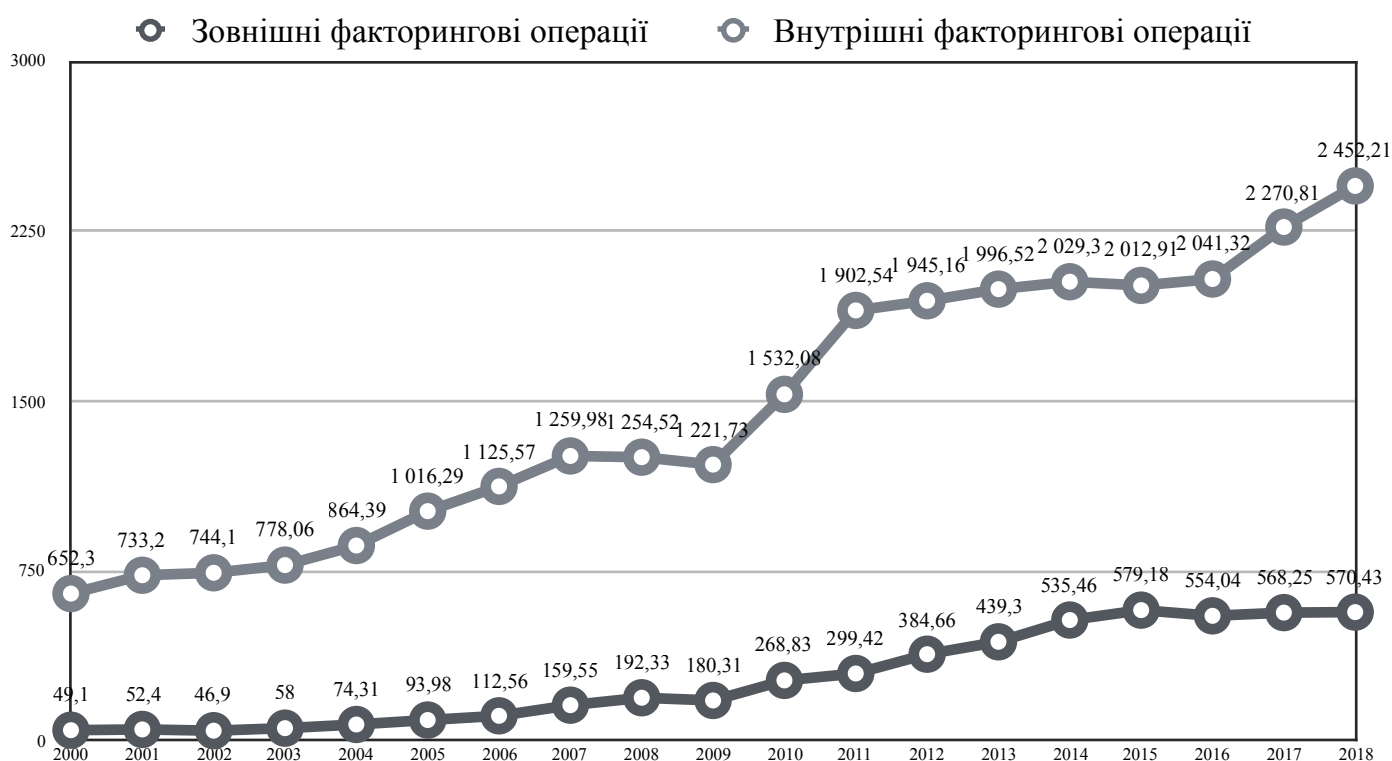


Рис. 2.2. Динаміка обсягу внутрішнього та зовнішнього факторингу за період 2000-2018 роки (млрд дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

На 2018 рік факторинг охоплює усі регіони світу і їх частка на ринку досить непропорційна. Найбільшим ринком факторингових послуг є Європа, з часткою на ринку у 66%, за нею йде Азіатсько-Тихоокеанський регіон з часткою у 25% та Америка (Північна Америка – 3% та Південна Америка – 4%). Такий склад залишається незмінним упродовж більш, ніж 10 років (див. Рис. 2.3.).

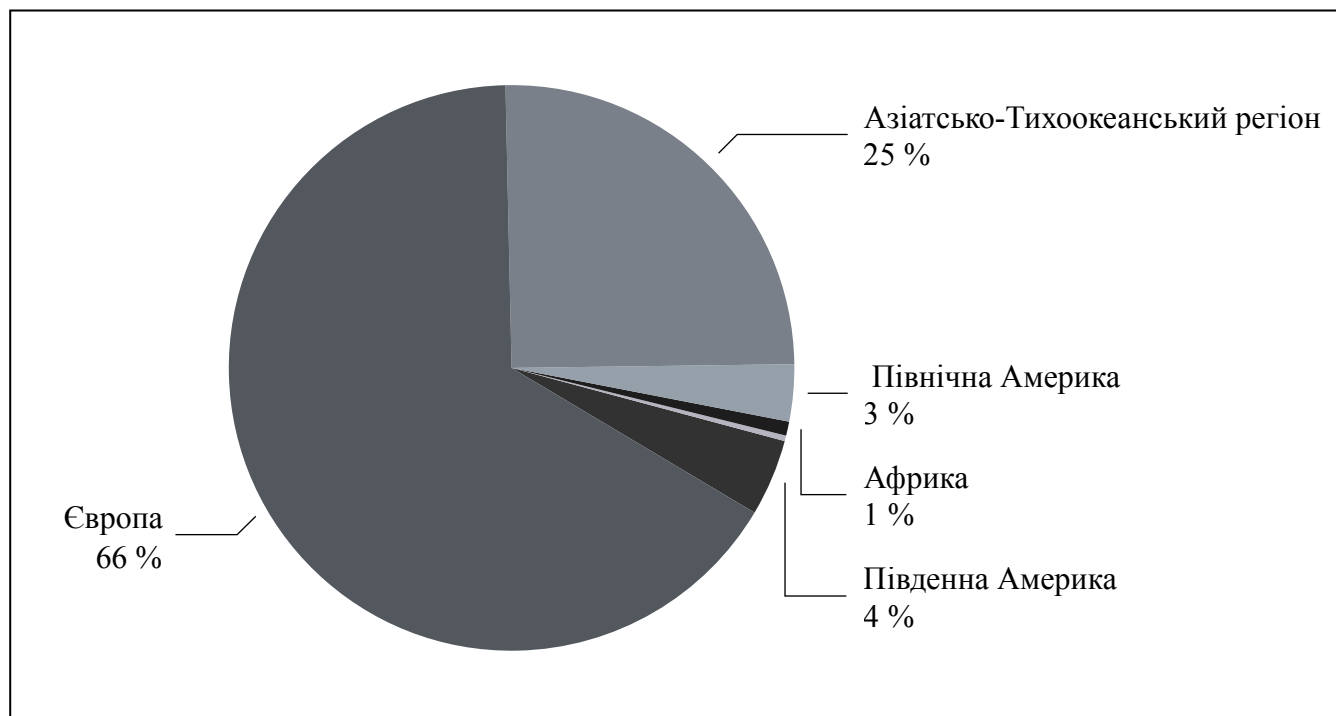


Рис. 2.3. Розподіл світового ринку факторингових послуг за регіонами у 2018 році (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

Європа залишається лідером на ринку факторингових послуг завдяки великій кількості країн, учасників та розвиненості ринку. Проте слід відмітити, що основною тенденцією останніх років є загальне зниження долі американського ринку факторингових послуг (особливо північної частини) та швидкий ріст ринку в країнах, що розвиваються. Особливо це стосується Північної Європи та Азії [65].

У вартісному визначенні обсяги європейського ринку факторингових послуг за 2018 рік становили 1 998 858 млн. дол. США, що 139 005 млн дол. США або приблизно на 8% більше, порівнюючи з 2017 роком. Загалом за останні 5 років ринок факторингових послуг в Європі збільшився на 400 650 млн. дол. США. І за обсягами ринку, і за темпами приросту високі показники у Азіатсько-Тихоокеанського ринку. У 2018 році загальний обсяг факторингового ринку в ньому становив 760 099 млн. дол. США, що на 41 933 млн дол. США або на 6% більше, порівняно за 2017 роком. Досить нестабільна ситуація на американському факторинговому ринку. Об'єми факторингового ринку в Північній Америці впродовж 5 років стабільно зменшувались. У 2018 році показник знизився до

позначки 98461 млн. дол. США, встативши 14 643 млн. дол. США з 2014 року. Південна Америка у 2018 році мала показник 132 498 млн. дол. США (на 4 546 млн. дол. США та на 3,5% більше за показники у 2017 році) (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Обсяги світового ринку факторингових послуг за регіонами в період
2014-2018 роки (млн дол. США)

Регіон/Рік	2014	2015	2016	2017	2018
Африка	23 051	20 458	22 285	23 681	24 231
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	708 907	651 991	607 096	718 166	760 099
Європа	1 598 208	1 701 441	1 740 793	1 859 853	1 998 858
Близький Схід	9 286	8 772	8 286	8 763	9 660
Північна Америка	113 104	109 857	103 893	100 964	98 461
Південна Америка	112 692	94 882	114 082	127 952	132 498

Примітка. Складено автором за даними Factors Chain International (FCI).

Якщо аналізувати стан факторингового ринку за 5 найважливішими країнами у 2018 році, то на першому місці йде Китай (449760 млрд дол. США), на другому – Франція та Великобританія (350138 млрд. дол. США та 349902 млрд. дол. США), на третьому – Італія і Німеччина (270387 млрд. дол. США та 266067 млрд. дол. США). У відсотковому співвідношенні це становить 27, 21, 21, 16 та 16 відповідно. Оборот

цих країн за 2018 рік склав 56% від усього обороту факторингових операцій (рис. 2.4.).

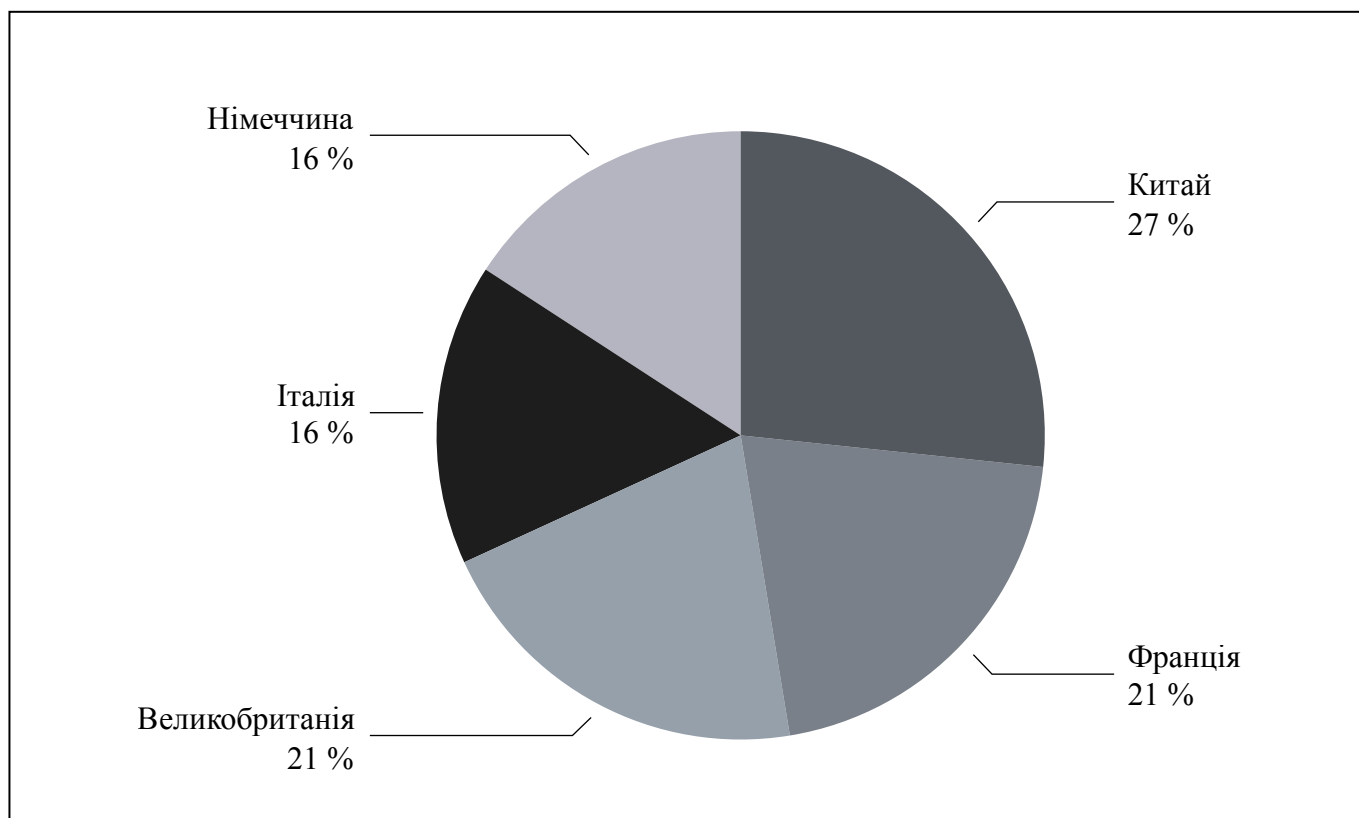


Рис. 2.4. Країни світу з найбільшими частками факторингового ринку за 2018 рік (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

Зокрема, міжнародний факторинг активно пропонується фінансовими посередниками в країнах, які мають провідні позиції у світовій торгівлі. Це пояснює стрімке зростання ринку факторингових послуг у Китаї, який наразі є одним з провідних центрів міжнародної торгівлі та збереженням позицій Німеччини та Франції.

Особливістю успіху Великобританії, яка протягом багатьох років займає провідні позиції на факторинговому ринку є державна підтримка і можливість лобіювання інтересів факторингових компаній на державному рівні. Уряд цієї країни виділив факторинг як один із найважливіших інструментів фінансування малого і середнього бізнесу. Крім цього, значним поштовхом до розповсюдження факторингу

у Великобританії є те, що факторингова діяльність не потребує ліцензування чи інших спеціальних дозволів. Такі операції проводяться в межах законодавства, що регулює діяльність суб'єктів господарювання, а отже немає значних обмежень діяльності.

В Італії популярність факторингових послуг пов'язана з непередбачуваністю платіжної дисципліни покупців, що змушує постачальників застосовувати додаткові фінансові гарантії для планування своєї діяльності, а також обмеженням кредитної активності банків у періоди високого показника інфляції [23, с.57-59].

Згідно з щорічним звітом FCI, у 2018 році за видами факторингу найбільше значення мали факторинг з правом регресу (42%), факторинг без можливості регресу становив 38%, реверсивний факторинг – 14% та інвойс-дисконтування – 6% (рис. 2.5.).

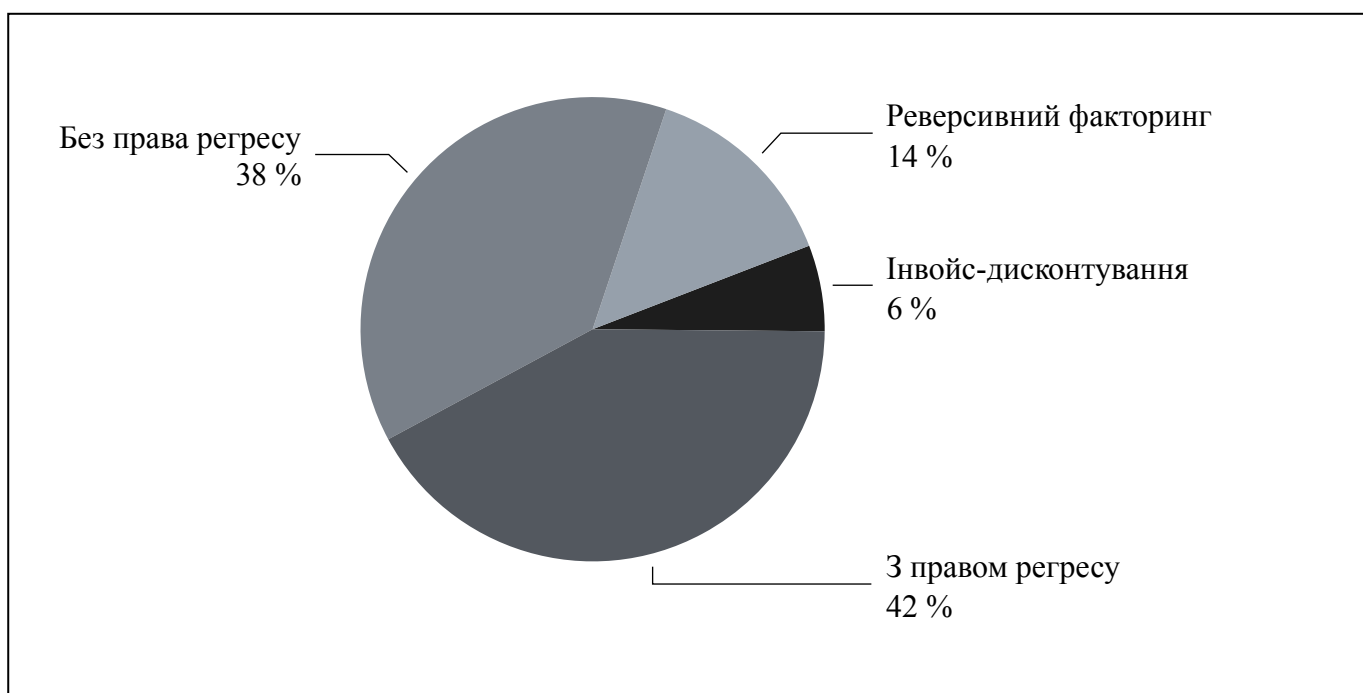


Рис. 2.5. Частка факторингових операцій за видом у світі у 2018 році (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

Загалом, використання чого чи іншого виду факторингу залежить від розвиненості самої країни та особливостей кожного ринку. Таким чином, у країнах, що розвиваються, найбільше використовують інвойс-дискаунт, тоді як розвинені

країни пропонують принципово нові послуги факторингу – реверсивний факторинг, фінансування під товари, обладнання тощо.

Таким чином, в Європі 50% факторингових послуг надаються без права регресу, на другому місці йдуть послуги з можливістю регресу та на третьому – інвойс-дискаунт. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні також в основному переважає факторинг без права регресу, та рівні частки мають реверсивний факторинг та факторинг з можливістю регресу.

У частці світового об'єму факторингових послуг завжди переважав саме експортний факторинг. У 2018 році експортний факторинг становив 87% або 230 790 млн. дол. США у порівнянні з 13% або 34 662 млн. дол. США імпортного факторингу (рис.2.6.).

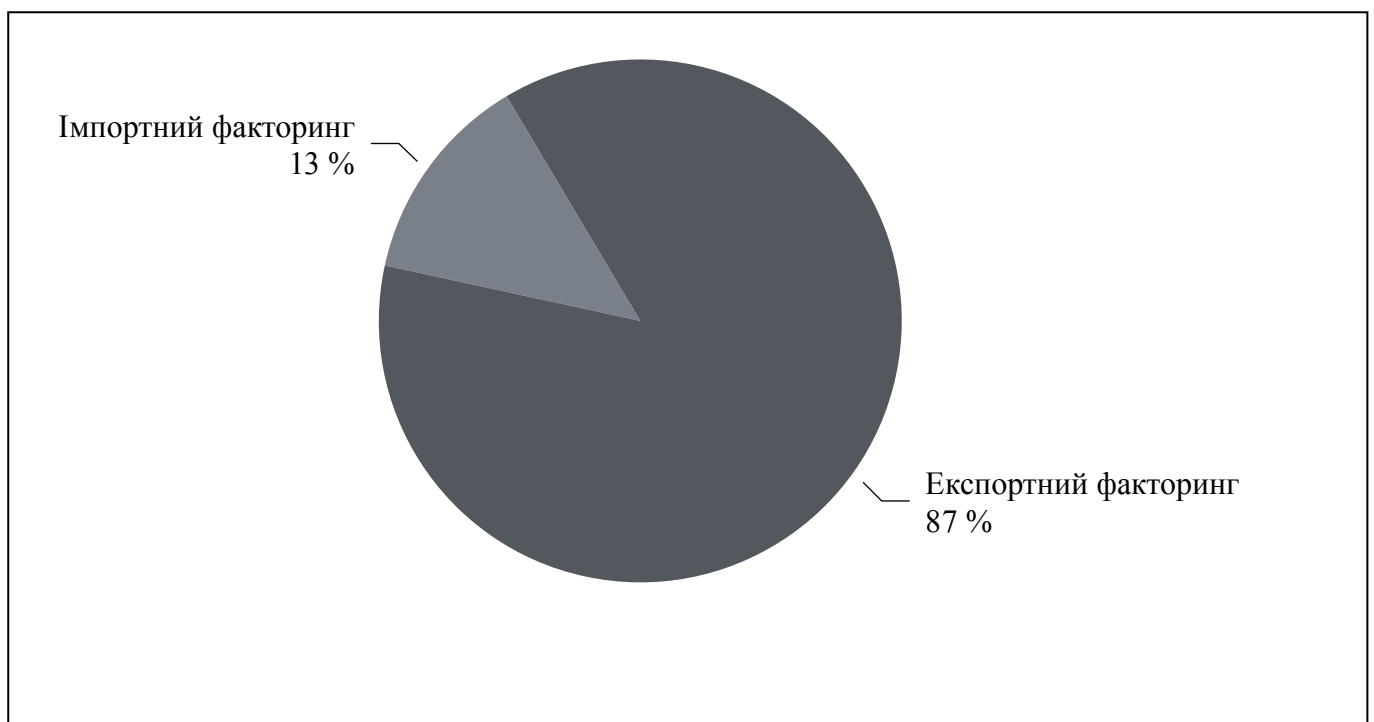


Рис. 2.6. Частка факторингових операцій за видом у світі у 2018 році (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

Станом на 2018 рік у світі діяло 2600 факторингових компаній, що надавали свої послуги для більш, ніж 76000 клієнтів. 50%, тобто половину факторингових послуг було надано банками та 31% банківськими дочірніми підприємствами. Самостійні незалежні фінансові установи зайняли незначний відсоток, а саме 19%

загального обсягу ринку, хоча варто зазначити, що факторинг, перш за все, є небанківським бізнесом і кращі можливості розвитку має саме в таких незалежних компаніях [65], (рис.2.7.).

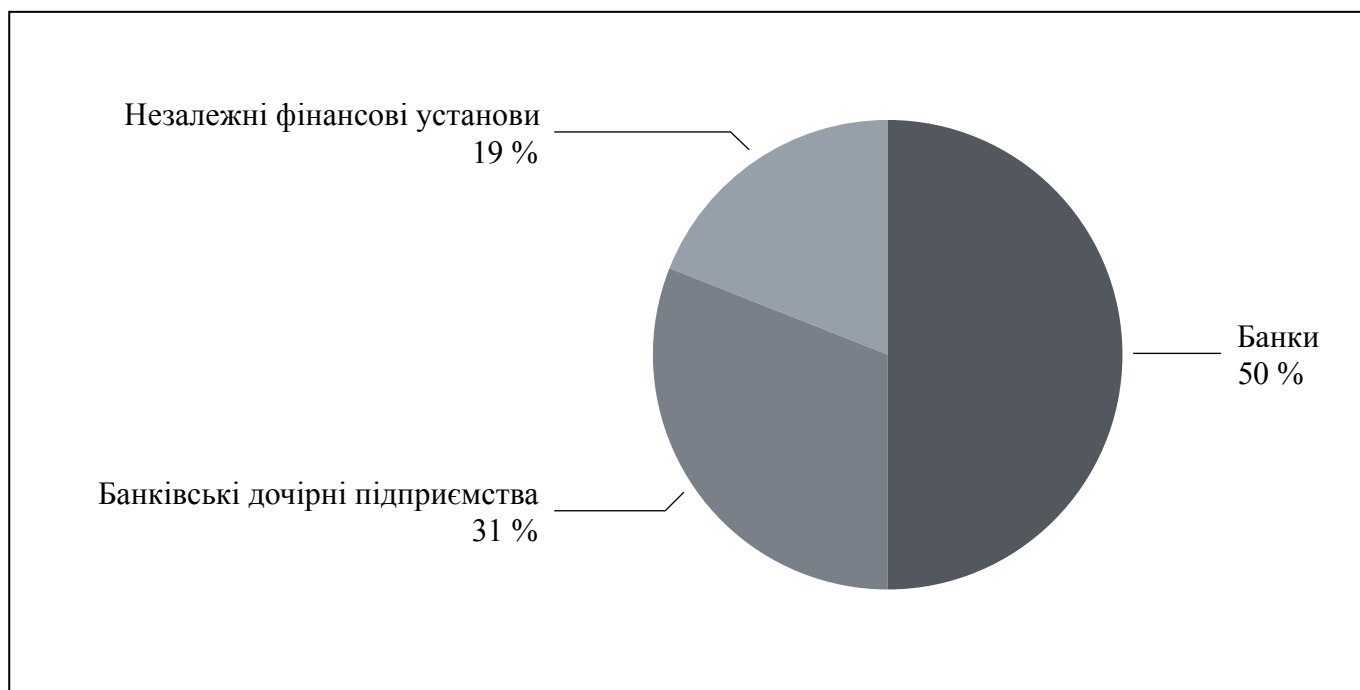


Рис. 2.7. Частка факторингових операцій за суб'єктом здійснення у 2018 році (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

Найбільша кількість компаній за 2018 рік зареєстровано в Америці. В Північній Америці, зокрема, діяло 778 компаній, з яких 700 в США (90% від загальної кількості в Північній Америці) та 78 в Канаді. В Південній Америці зареєстровано 834 компанії, з яких абсолютна більшість знаходяться в Бразилії. Європа у 2018 році була представлена 767 компаніями. Найбільша їх кількість, а саме 183 компанії в Німеччині, 95 компаній в Великобританії, та 82 компанії в Турції. Проте не дивлячись на те, що Турція знаходиться на 3-ьому місці по кількості компаній в Європі, загальний об'єм факторингового ринку в Турції становить лише 29 389 млн. дол. США. Для порівняння, у Франції за даними FCI зареєстровано всього 13 компаній, проте загальний об'єм ринку за 2018 рік становив 350 138 млрд. дол.

США. В Африці всього діють 36 компаній. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – 166 компаній, а на Близькому Сході – 19 компаній (рис. 2.8.).

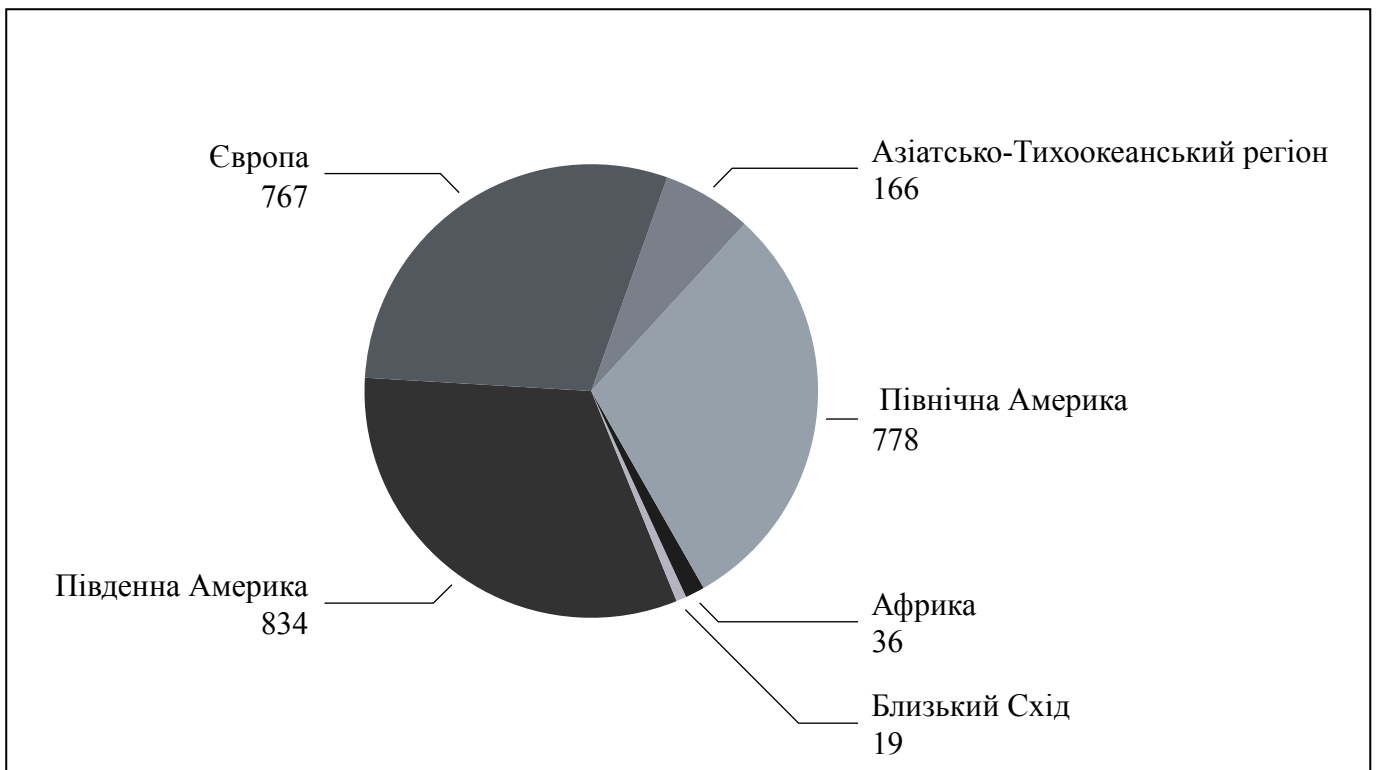


Рис. 2.8. Кількість факторингових компаній за регіонами у 2018 році.

Примітка. Побудовано автором за даними Factors Chain International (FCI).

За оцінками FCI, найкращими факторинговими компаніями у світі за 2018 рік стали:

- експортний та імпорتنний факторинг – UNICREDIT FACTORING (Італія);
- експортний факторинг – Garanti Faktoring (Турція);
- імпорتنний факторинг – CIT Group (Північна Америка) (див. Табл. 2.2).

Якщо аналізувати рейтинг «Фактор року» за даними FCI за останні роки, то основного лідера на ринку факторингових та форфейтингових послуг немає, проте є декілька ключових компаній, які чергуються в таблиці лідерів.

Так, неодноразового до 2018 року в експортно-імпортному факторингові лідували такі компанії, як BNP Paribas-France (Франція), Mizuho Factors (Японія), EFG Factors (Греція). В експортному факторингу поступово чергуються Garanti Faktoring (Турція) та ТЕВ Faktoring (Турція), а до 2006 року основним лідером була

компанія Chailease Credit Services (Тайвань). В імпортному факторингу переважають такі компанії, як CIT Group (США), Eurofactor DE (Німеччина), Branch Banking & Trust (США) та Deutsche Factoring Bank (Німеччина) [67].

Таблиця 2.2

Рейтинг FCI «Фактор року»

	Експортно-імпортний факторинг	Експортний факторинг	Імпортний факторинг
2018	Unicredit Factoring	Garanti Faktoring	CIT Group
2017	BNP Paribas-France	Garanti Faktoring/TEB Faktoring	Deutsche Factoring Bank
2016	Mizuho Factors	Garanti Faktoring	Deutsche Factoring Bank
2015	BNP Paribas-France	Garanti Faktoring	CIT Group
2014	BNP Paribas-France	TEB Faktoring	Eurofactor DE
2013	Mizuho Factors	China Merchants Bank	Eurofactor DE
2012	Mizuho Factors	TEB Faktoring	Branch Banking & Trust
2011	EFG Factors	TEB Faktoring	Eurofactor DE
2010	Eurofactor DE	TEB Faktoring	Eurofactor DE
2009	EFG Factors	TEB Faktoring	Eurofactor DE
2008	Mizuho Factors	DBS HK	Branch Banking & Trust
2007	Popular de Factoring	Yapi Kredi	Branch Banking & Trust
2006	Chailease Credit Services	Koc Faktoring	Nordisk Factoring
2005	Deutsche Factoring Bank	Chailease Credit Services	Nordisk Factoring
2004	Deutsche Factoring Bank	Chailease Credit Services	UPS Capital UK
2003	Deutsche Factoring Bank	Chailease Credit Services	Deutsche Factoring Bank
2002	Deutsche Factoring Bank	Chailease Credit Services	Deutsche Factoring Bank

Примітка. Складено автором за даними щорічного рейтингу асоціації Factors Chain International (FCI) «Фактор року».

Отже, факторинговий і форфейтинговий ринок – один з найдинамічніших ринків ХХ століття, що за останні 20 років збільшився у 4,5 рази або на 2 322,7 млрд дол. США. Основним регіоном надання факторингових і форфейтингових послуг стабільно залишається Європа з часткою ринку у 66% у 2018 році. Проте значно зростає роль Азіатсько-Тихоокеанського регіону та навпаки знижується роль Північної Америки. Більшу частину ринку займають операції з правом регресу (42%) та без права регресу (38%). Головна роль належить банкам у здійсненні факторингових та форфейтингових операцій – 50%, 31% було надано банківськими дочірніми підприємствами та лише 19% незалежними фінансовими установами. У 2018 році загалом було зареєстровано 2600 факторингових компаній з основними центрами їх зосередження в Америці та Європі.

2.2. Основні проблеми, фактори розвитку та перспективи факторингу та форфейтингу у світі

Ринок факторингових і форфейтингових операцій, як вже зазначалось, охоплює усі країни світу, проте їх загальна частка на ринку істотно відрізняється. На формування, розвиток та перспективи факторингового і форфейтингового ринку впливає ряд чинників. До них можна віднести:

- політична ситуація;
- економічна стабільність;
- нормативна база;
- доступність та складність отримання фінансових ресурсів;
- загальна інформованість про факторинг та форфейтинг;
- розмір ринку та його особливості (див. Рис.2.9.).

Політична ситуація та економічна стабільність кожної країни є важливим фактором в розвитку як факторингу та форфейтингу, так і загальної економічної діяльності у світі. Яскравим прикладом є світова фінансова криза 2008 року, яка відчутно вдарила по економіці більшості країн та привернула увагу до питання управління ризиками. За умов кризи ліквідності, яка гостро відчувалась у світі

(особливо у підприємств малого та середнього бізнесу), значно зріс попит на факторинг та форфейтинг у 2008 році. На практиці постало питання залучення додаткових доступних та ефективних фінансових інструментів для поповнення оборотних коштів. Популярним на той час інструментом були короткострокові кредити, які надавались банками. Проте їх було дуже важко і дорого отримати, а в умовах кризи багато банківських структур взагалі обмежували свою фінансову діяльність. Тому, в 2008 році значно зріс попит на факторинг і форфейтинг, який був простішим в отриманні, не потребував додаткових застав та оформлення великої кількості документів [20, с.176-177].

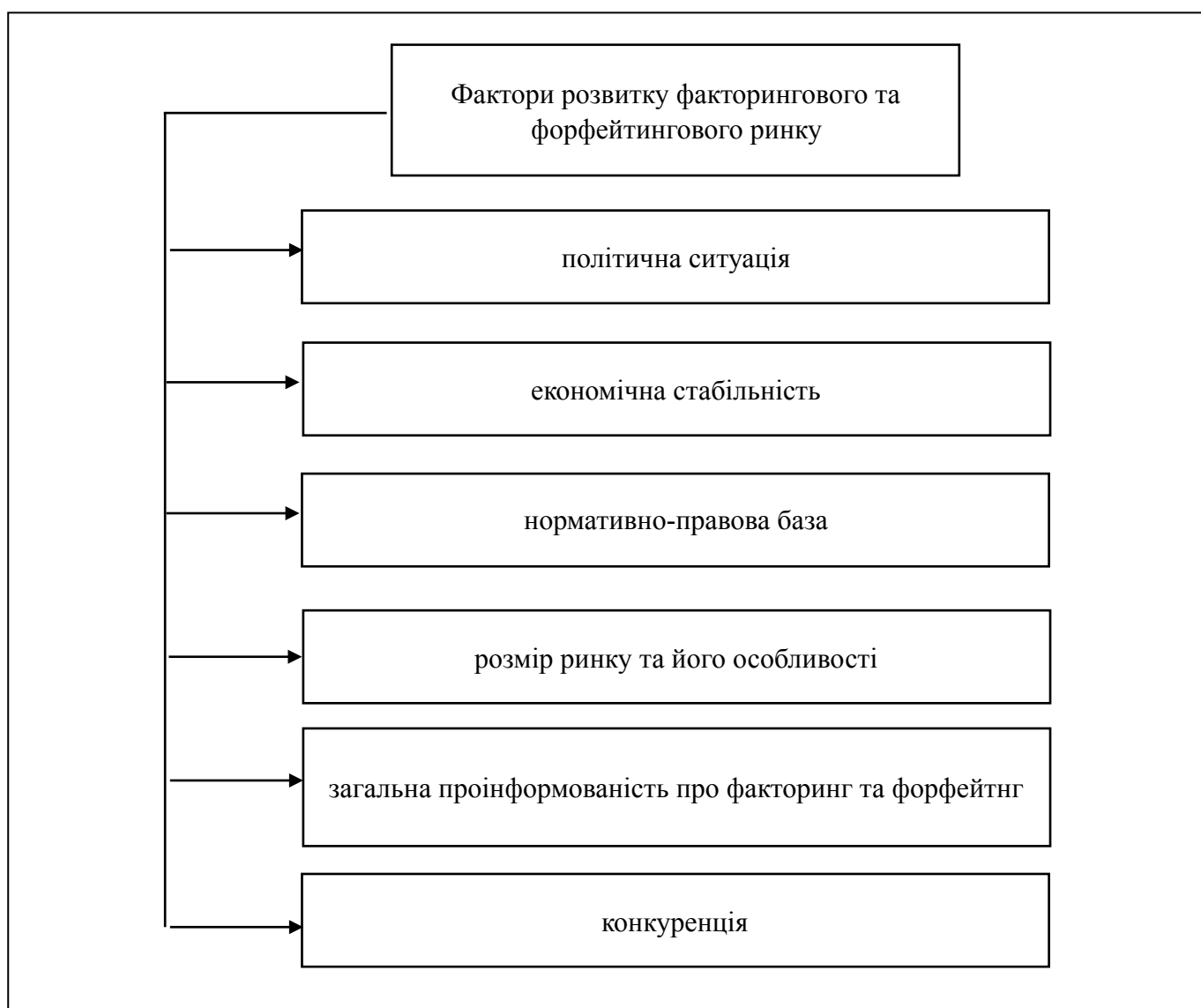


Рис. 2.9. Фактори розвитку факторингового та форфейтингового ринку

Примітка. Побудовано автором за даними Пальчук О.І. Факторинг на ринку фінансових послуг. Монографія. - К., 2011. - С.66-72.

Фахівці з міжнародних факторингових і форфейтингових асоціацій Factors Chain International (FCI) та International Trade and Forfaiting Association (ITFA), які постійно слідкують за ринком фінансових послуг вважають, що в короткостроковій перспективі фінансова криза негативно вплинула на обіг, доходи та ризики як дебіторів, так і клієнтів. В той же час в цілому на фінансові можливості галузі криза не вплинула.

Іншим фактором, що може стати основною перепорою до розвитку факторингової та форфейтингової діяльності у країні є юридичні, нормативні та податкові засади діяльності. Світова практика вказує на те, що факторингові та форфейтингові послуги більш популярні в країнах, де така діяльність найменше законодавчо врегульована. Так за даними організації FCI, на перших місцях за обсягом факторингового та форфейтингового ринку знаходяться Великобританія та Італія, де немає законодавчої бази для регулювання. Такі операції проводяться в межах законодавства, що регулює діяльність суб'єктів господарювання, а отже немає значних обмежень. Так, наприклад, А. Кант і В. Максимович, дослідивши ситуацію в 39 країнах, прийшли до висновку, що торгівельний кредит використовується більше ніж банківський в країнах зі спрощеним та слабким законодавчим регулюванням у зв'язку з більш складною документацією при банківському кредитуванні [37].

Також в більшості країн світу необхідна ліцензія для проведення факторингових та форфейтингових операцій. Прикладом є, знову ж таки, країни, які займають провідні місця на ринку – Великобританія, Франція, Італія та Німеччина.

Альтернативні інструменти фінансування не менш важливий фактор, що впливає на факторинговий та форфейтинговий ринок. Так, наприклад, в економіці Італії факторинг відіграє більше значення, ніж в економіці США, що пов'язано з високою розвиненістю в США інших фінансових засобів. Зокрема, факторинг в США замінений кредитом під заставу дебіторської заборгованості (asset based lending), який має ті ж самі переваги, що і факторинг, і у 25 разів перевищує його обсяги. Це ще раз доводить, що клієнти обирають той метод фінансування, що краще працює в нормативно-законодавчому та правовому полі країни [35].

В якості перепони розвитку факторингу та форфейтингу виділяють непроінформованість підприємців як потенційних клієнтів про факторингові та

форфейтингові послуги. Дуже часто спостерігається ситуація елементарного нерозуміння про дане поняття, механізм його роботи, про переваги та недоліки здійснення [23, с.66-72].

Варто також вказати, що розвиток факторингу та форфейтингу залежить від рівня конкуренції на ринку. А Ван Хорен, дослідивши різні компанії в 42 країнах, що розвиваються, дійшов висновку, що основним фактором для прийняття рішення є бажання компанії мати конкурентні переваги на ринку. Особливо це стосується компаній, які хочуть завоювати солідну репутацію та компаній в країнах з нерозвиненим банківським сектором [39].

Незважаючи на вище перераховані існуючі проблеми, члени асоціації FCI вважають, що ринок факторингових і форфейтингових послуг продовжить динамічно зростати. Основними їх прогнозами є:

- збільшення об'ємів факторингового та форфейтингового ринку в країнах, що розвиваються;
- збільшення обсягів зовнішнього міжнародного факторингу;
- збільшення ролі незалежних фінансових установ і їх переважання над банківським факторингом;
- загальне збільшення проінформованості населення про факторингові та форфейтингові послуги, як один з найдоступніших інструментів фінансування для малого та середнього бізнесу;
- розробка та поширення світових норм та правил проведення факторингових і форфейтингових послуг;
- збільшення впливу діджиталізації на факторинговий і форфейтинговий ринок (див. Рис.2.10.).

В останні роки значно зростає роль країн, що розвиваються. Це пояснюється наповненістю ринків та їх стабілізацією на існуючому рівні в вже розвинених країнах. Особливо зростання ролі країн, що розвиваються стосується Азіатсько-Тихоокеанського регіону, частка якого в 2018 році сягнула позначки у 24% загального об'єму факторингового і форфейтингового ринку. Цей показник, за прогнозами, продовжуватиме зростати і в наступні роки.

Зокрема, асоціація FCI має намір в 2020-2025 роках значно розширити кількість країн-членів факторингової асоціації. В першу чергу, поширити ринок на Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Африку та Близький Схід. Для виконання цієї цілі міжнародна факторингова асоціація FCI планує розробити ряд законів та правил ведення факторингової діяльності для найбільш потенційних країн. Прикладом є підтримка у 2018 році ініціативи створення правил FCI щодо ісламського факторингу.



Рис. 2.10. Тенденції розвитку факторингових/форфейтингових послуг.

Примітка. Побудовано автором на основі Складено автором за даними Пальчук О.І. Факторинг на ринку фінансових послуг. Монографія. - К., 2011. - С.66-72.

З цього виходить і тенденція до стандартизації послуг факторингу та форфейтингу у всьому світі. До кінця XX століття існувало дуже мало мережових факторингових компаній. Зараз великі компанії почали скуповувати більш дрібні за кордоном чи відкривати власні філії. Відповідно до цього, вповодж за зарубіжною експансією з основних центрів розвитку факторингу відбувається розповсюдження знань та ноу-хау у більш дрібні. Активну роль у розповсюдженні та стандартизації факторингових та форфейтингових послуг відіграють міжнародні асоціації. Зокрема, у 2018 році, підтримуючи її було розроблено та ратифіковано типовий закон UNCITRAL (United Nations Commission on International Trade Law) про Захищені Операції [46].

Зі збільшенням значення міжнародної торгівлі та міжнародних зв'язків, збільшиться і значення міжнародних факторингових та форфейтингових угод.

Продовжуючи питання перспектив факторингового та форфейтингового ринку, одним із перспективних напрямів розвитку за умов поточної тенденції до зростання значення технологій наразі є напрямок EDI-факторингу (Electronic data interchange factoring). EDI-факторинг являє собою різновид факторингових операцій, за яких операції з фінансування договорів поставки товарів чи послуг з відстроченням платежу здійснюється за допомогою високотехнологічних сервісів та систем електронного документообігу [64].

Існує наступна банківська технологія здійснення електронного факторингу:

1. Покупець та постачальник домовляються про поставку певних товарів або надання послуг і укладають договір;
2. Постачальник відвантажує товари/надає послуги покупцю;
3. Постачальник відвантажує зі своєї бухгалтерської програми в систему, що засвідчує електронну накладну і підписує його за допомогою ЕЦП;
4. Покупець підтверджує факт отримання товару, підписуючи накладну також за допомогою ЕЦП;
5. Після підписання, система надає інформацію про список кредиторів, які співпрацюють з постачальником чи покупцем і, які готові придбати право вимоги. Поруч із назвою кредитної організації вказано і розмір комісії за надання послуг;

6. Постачальник обирає потрібного фактора;
7. Підписання договору про відступлення вимог фактором та постачальником за допомогою ЕЦП;
8. Фактор відвантажує реєстр відступлених вимог. [27, с.63], (рис.2.11.).

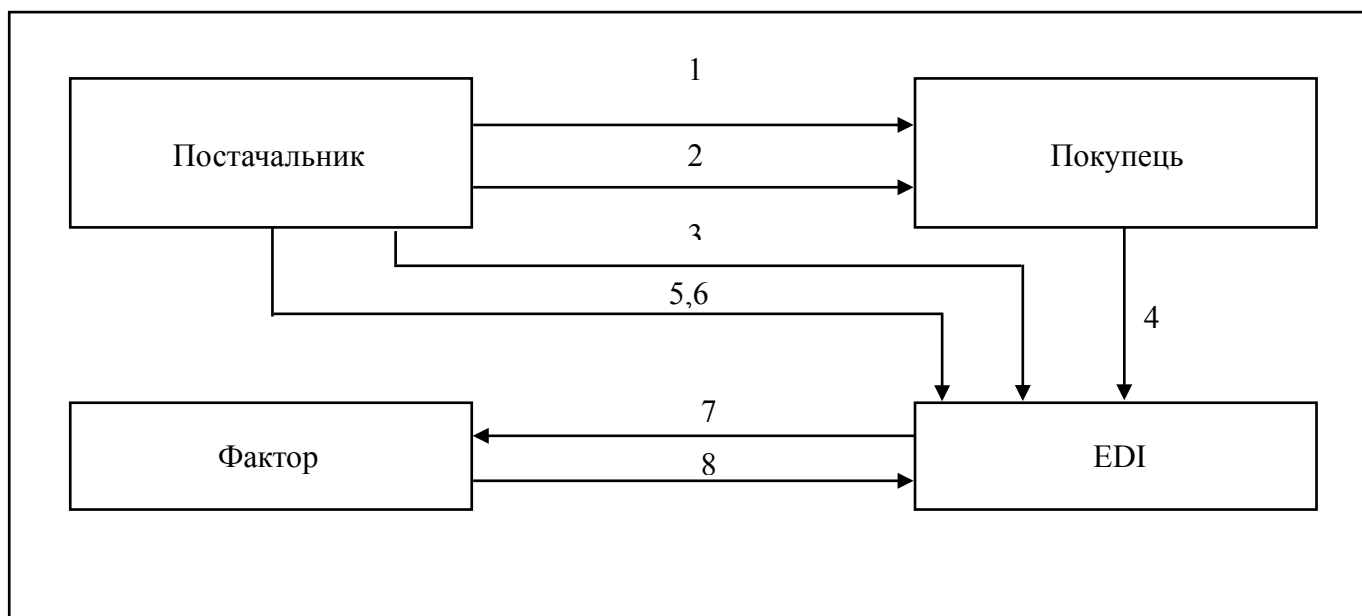


Рис. 2.11. Схема електронного факторингу.

Джерело: Факторинг : навч. посібник / О. Д. Вовчак, В. І. Рудевська, А. Л. Єпіфанова. – Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – С.87.

Такий вид факторингу має свої значні переваги, а саме:

- збільшення доступності міжнародного факторингу;
- зниження вартості факторингових/форфейтингових операцій;
- можливість отримання факторингового/форфейтингового фінансування для регіональних постачальників на тих самих умовах, що і для клієнтів, розташованих у великих містах;
- швидкість процесу узгодження (на деяких платформах час узгодження сягає 2-3 годин);
- відсутність необхідності пересилання та обробки документів на паперових носіях;
- виключення можливості «ручних» помилок, а також можливості підробки документів на паперових носіях недобросовісними учасниками угоди [24, с.16].

Підсумовуючи, варто зазначити, що, не зважаючи на значну кількість перепон у розвитку факторингу та форфейтингу, дослідники дають позитивні прогнози щодо зростання обсягів ринку у наступні роки. Ключовими тенденціями стануть: зростання ролі країн, що розвиваються; загальної проінформованості підприємців світу про факторинг та форфейтинг, його механізм та переваги; стандартизація послуг та поширення єдиної нормативної бази; вплив діджиталізації на створення нових видів факторингу/форфейтингу та фінансових інструментів загалом. А також прогнозують збільшення популярності електронного виду факторингу.

2.3. Сучасні альтернативні інструменти фінансування у світі

В умовах стрімкого розвитку торгівлі у світі та збільшення конкуренції на ринках, прагнення компаній до росту потребує залучення значних коштів. Традиційний механізм банківського кредитування орієнтований, більш за все, на великі компанії. Вимоги до позичальників в переважній більшості такі, що не маючи кредитної історії, грошового потоку і застави, нова компанія не може розраховувати на залучення банківського фінансування. Саме тому виникає потреба в залученні інвестицій з альтернативних джерел.

Зі зростанням потреби у фінансуванні підприємств, зростає і кількість альтернативних фінансових інструментів. В останні роки популярними джерелами фінансування є електронне онлайн фінансування.

Одним із таких варіантів є краудфандинг. Як відносно новий метод фінансування економічної діяльності, він являє собою залучення невеликих внесків, що здійснюється одночасно великою групою людей. Збори коштів проводяться через мережу Інтернет за допомогою спеціальних краудфандингових платформ [10, с. 144-146].

Загалом, спершу краудфандинг існував як джерело фінансування для творчих проєктів, політичних та соціальних акцій, стартапів. Наразі ж, краудфандинг став широко відомий і, як дієвий інструмент фінансування для бізнесу та економічної діяльності. Будь-яка компанія може звернутись до краудфандингової зі своїм

проектом. Після узгодження усіх деталей, оцінки проекту та позичальника створюється проект з оголошенням суми та термінів її збору [25, с.873-874].

Існує декілька видів краудфандингу в залежності від механізму реалізації: краудфандинг, який базується на безоплатному даруванні (donation based crowdfunding); краудфандинг, оснований на винагороді (reward crowdfunding); краудфандинг, оснований на кредитуванні (lending based crowdfunding); краудфандинг, який базується на отриманні частки бізнесу (equity based crowdfunding); краудфандинг, оснований на моделі роялті (royalty based crowdfunding) [22, с. 277], (рис.2.12.).

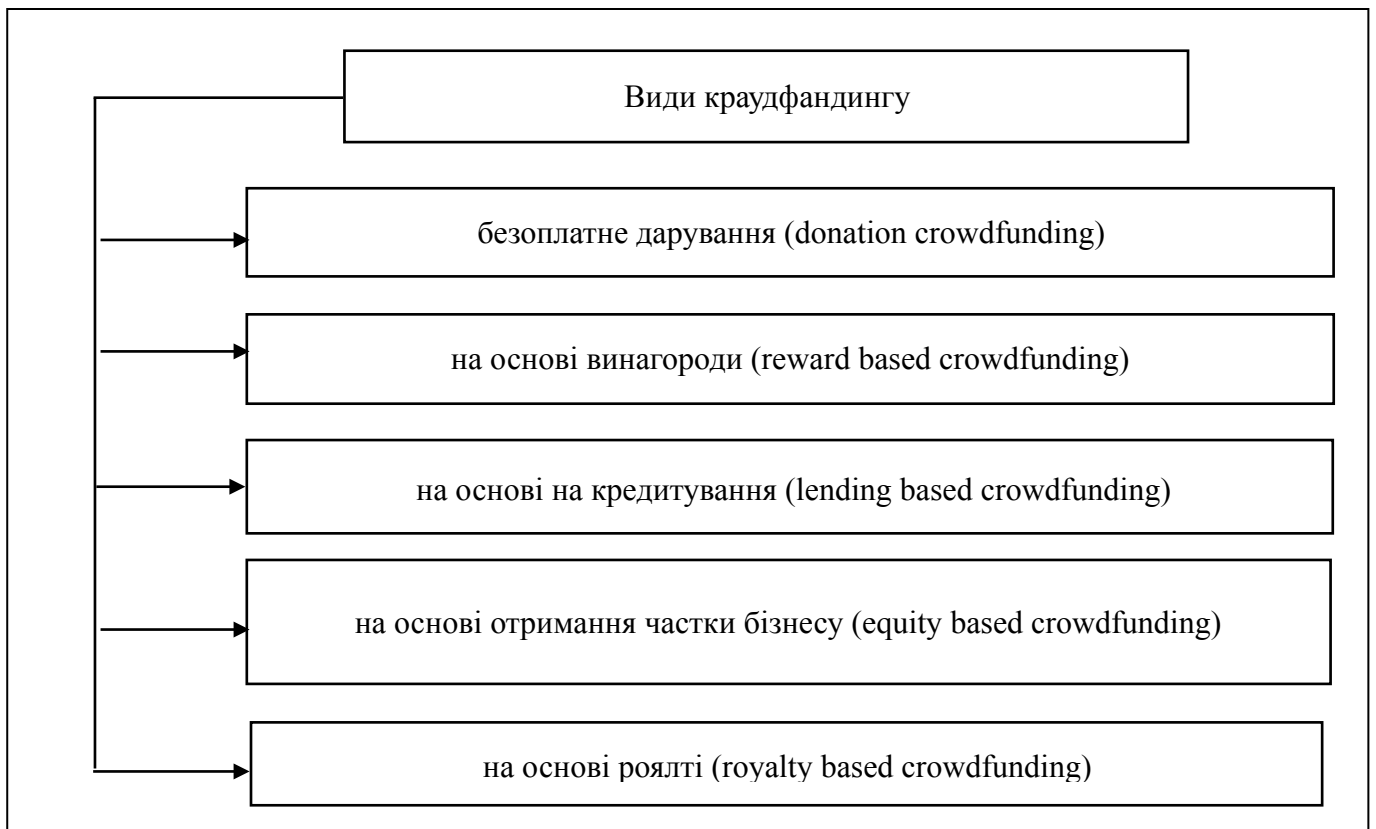


Рис. 2.12. Види краудфандингу.

Примітка. Побудовано автором на основі Отливанська Г.А. Перспективи та можливості застосування краудфандингу в інвестиційній діяльності підприємств України / Отливанська Г.А. // Проблеми економіки. – № 2, 2017. – С.276-281.

Оскільки мало кредиторів бажають фінансувати підприємства без отримання додаткової вигоди (на прикладі безоплатного дарування), а підприємці не завжди

готові віддавати частку бізнесу, то найпопулярнішим видом краудфандингу є модель основана на кредитуванні або краудлендингу.

Краудлендинг, як поєднання переваг і механіки роботи краудфандингу, краудінвестингу та рівноправного кредитування являє собою онлайн-процес кредитування за допомогою створеного інтернет-ресурсу [58].

Зазвичай, краудлендингові платформи самостійно здійснюють аналіз та оцінку проекту, кредитоспроможність самого позичальника тощо. Проте у деяких випадках майданчик може звернутись за цим до спеціальних фірм в обмін на комісію від отриманих кредитів. Загалом механіка здійснення краудлендингової операції аналогічна краудфандингу. Підприємці на спеціально створеній платформі розміщують запит на отримання позики з детальним описом потрібної їм суми, термін відстрочення та бажаний розмір комісії. Інтернет-платформа перевіряє і аналізує запит та самого позичальника. Якщо при аналізі було виявлено, що запит є недоцільним чи позичальник має «негативну» платіжну історію, платформа може відхилити такий запит, не опубліковуючи його. У випадку, якщо ідея назбирала необхідну суму, оформлюється кредит, який потім повертається з доходів, генерованих цим бізнесом. Якщо вказана сума не була зібрана до кінця терміну в повному обсязі, можна забрати свої кошти та обрати інший проект для фінансування.

Серед переваг краудлендингових платформ слід виділити наступні:

1. Розширення внутрішнього ринку кредитування. В результаті появи краудлендингових платформ збільшується присутність вітчизняних та іноземних інвесторів, а для потенційних інвесторів надається вся необхідна інформація про перспективні стартапи і інші позики, що дозволяє їм порівнювати проекти і здійснювати оперативні рішення про фінансування [66].

2. Висока дохідність з урахуванням ризику. Кредитори можуть отримати більш високий дохід від вкладених коштів. Це частково пов'язано з ціновими перевагами P2P-платформ у порівнянні з традиційними банками - адміністрування, додаткові витрати на обслуговування, необхідні для існування P2P-платформ являються набагато нижчими [66, 70, 61].

3. Надання кредитів більшому колу позичальників. Другою причиною зросту популярності P2P-кредитування стало те, що він забезпечує більш широкий доступ до кредитів. Після світової економічної кризи у 2008 році, банківські інститути стали ретельніше обирати позичальників. У результаті як фізичні особи, так і малий і середній бізнес, які не задовольняли критерії банків, могли отримати фінансування лише на альтернативних платформах [66, 70, 61].

4. Застосування нових технологій. Сучасні технічні інновації забезпечують покращення якості і швидкості обслуговування як позичальників, так і кредиторів. Банки витрачають багато часу на технології, але більшість з них йде на підтримку вже існуючої технічної бази, а не формування нових систем [66, 70, 61].

5. Низький поріг для інвестування. Мінімальна сума інвестування на краудлендингових платформах невелика. Для прикладу, в США ця сума складає 25 долларів, а в Великобританії – від 0,01 фунта стерлінгів [66, 70, 61].

6. Стимулювання економіки. P2P-кредитування забезпечує більший доступ до фінансування малого та середнього бізнесу і, відповідно, сприяє його розвитку. А бізнес, в свою чергу піднімає економіку країни загалом, створюючи робочі місця та виробництво [61], (рис.2.13.).

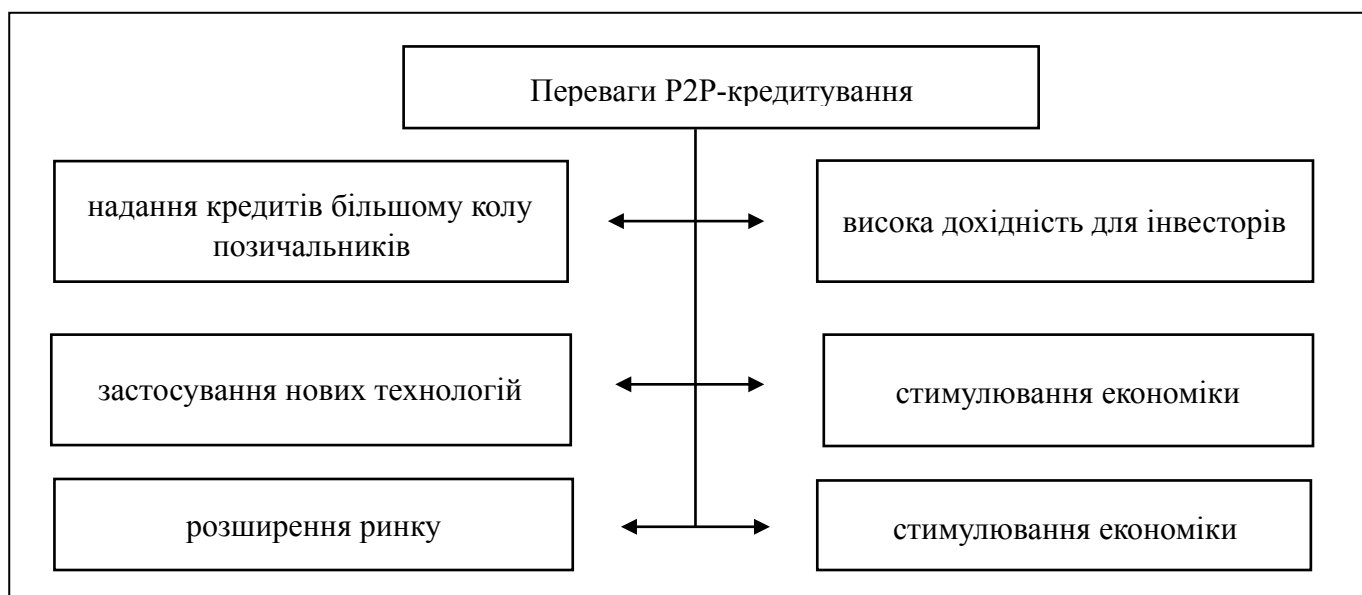


Рис. 2.13. Переваги P2P-кредитування.

Примітка. Побудовано автором на основі Сравнение сервисов p2p-кредитования [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://30mln.ru/sravnenie-servisov-p2pkreditovaniya/>.

У той же час краудлендинг або P2P-кредитування має і свої недоліки:

1. Можливість шахрайства. Кредитні онлайн-платформи не можуть перевірити абсолютно всю інформацію, яку надають позичальники. Тим самим надаючи можливість останнім робити шахрайські дії [66, 70, 61].

2. Більш висока імовірність банкрутства онлайн-платформи. Закриття онлайн-платформи може привести до невиплати по кредитах [66].

3. Ризик кібератаки. Оскільки онлайн-платформи проводять свою діяльність в мережі Інтернет, то завжди існує загроза до кібератаки, викрадення особистих даних користувачів тощо [61].

4. Ризик збільшення регульованості P2P-кредитувань. В процесі розвитку цього сегменту можливе збільшення регульованості діяльності і зменшення кола можливих позичальників та кредиторів [61], (рис.2.14.).

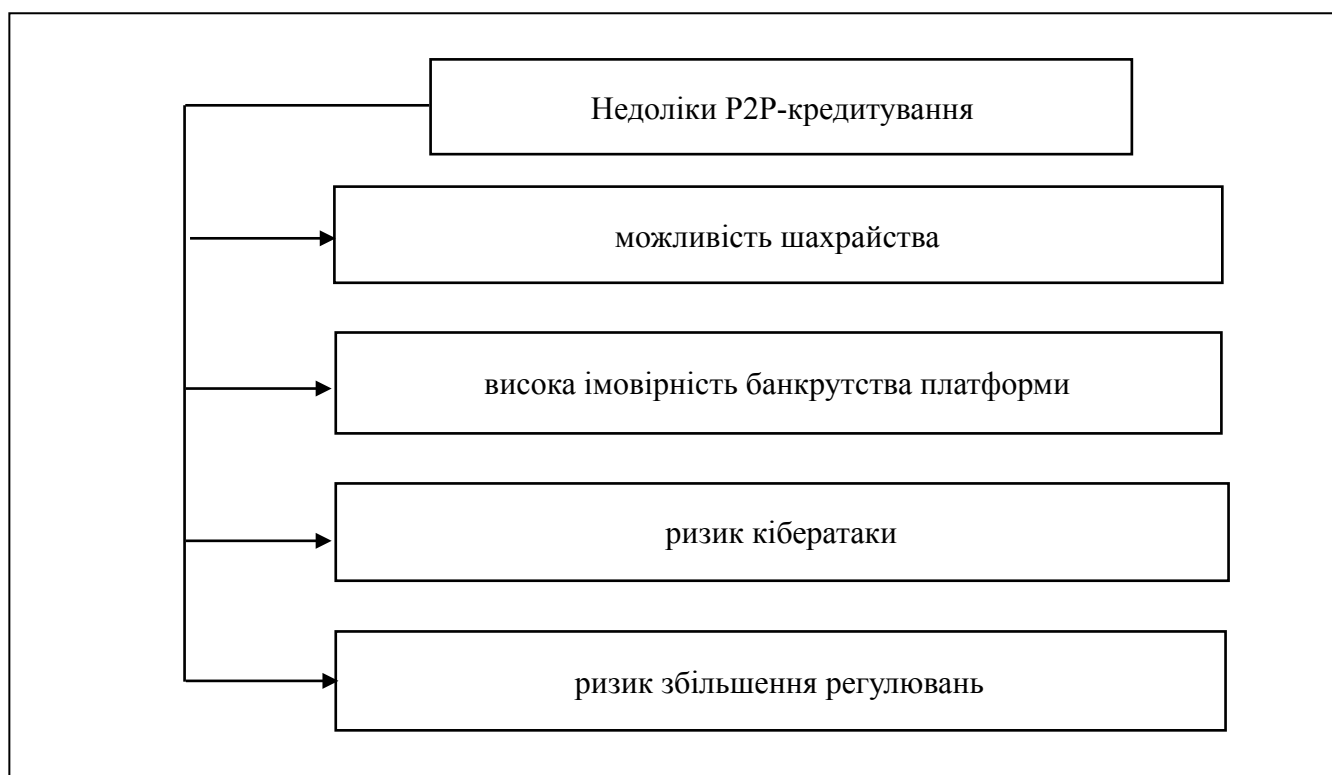


Рис. 2.14. Недоліки P2P-кредитування.

Примітка. Побудовано автором на основі Сравнение сервисов p2p-кредитования [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://30mln.ru/sravnenie-servisov-p2pkreditovaniya/>.

Одним із варіантів захисту від ризику несплати позичальником кредиту є створення інтернет-платформами резервних фондів, які в гарантували повернення

кредиторам їх коштів. Зокрема, такий метод вже успішно працює на піринговій платформі Rate Setter. Вона створює резервні фонди за рахунок прибутку від комісій на успішно реалізованих позиках. Таким чином пірингова платформа викликає більшу довіру до системи та заохочує до користування більшу кількість користувачів [60].

Варіантом вирішення також може бути вкладення невеликих сум в багато компаній. Таким чином мінімізувавши кредитором власні ризики самостійно.

Ще одним способом зменшення ризиків є залучення органів державної влади. Законодавче визначення механізму здійснення P2P-кредитувань, встановлення відповідальності щодо недотримання умов договору, гарантування повернення коштів кредиторам дещо збільшить популярність таких операцій, проте зменшить коло можливих позичальників та кредиторів [8, с.345].

Зокрема, Великобританія, як один із світових лідерів на ринку P2P-кредитування, вже має законодавче визначення пірингового кредитування [38]. Більше того, сегмент такого кредитування включено в програму Individual Savin Account (ISA), що не обкладається податком з метою активізації та диверсифікації об'єктів інвестування. Окрім цього, британські P2P-платформи об'єдналися для створення власного органу управління та контролю – Фінансову асоціацію (P2PFA) [60]. Все це, а також більший доступ до кредитної інформації утримують Великобританію на позиціях лідеру цього ринку.

Загалом, P2P-кредитування зароджувалось і стало популярним в країнах, що мають розвинену фінансову систему. Ще однією, для прикладу, є США. Одним із основних лідерів на ринку P2P кредитування на сьогодні є саме американська компанія Lending Club, яка почала свою діяльність у 2007 році. Станом на 2019 рік компанія надала позики на суму більше 42 млрд дол. США.

Персональні позики Lending Club надаються на консолідацію вже існуючої заборгованості з одночасним зниження відсоткової ставки, отримання кредитів на нерухомість, розвиток бізнесу тощо. Інвестори можуть самостійно обирати в що інвестувати власні кошти. Мінімальна сума інвестування складає 1000 дол. США, в той час, як максимальна позика може бути в розмірі 40000 дол. США. Інвестор при фінансуванні купує спеціальні боргові цінні папери, випущені під конкретні позики,

номінал яких становить 25 дол. США [73]. В результаті, як показують статистичні дані компанії Lending Club 67% її позичальників використовують онлайн-кредитування для рефінансування вже існуючих кредитів або заборгованостей [72].

Ще однією країною, що є світовим лідером на ринку P2P-кредитування є Китай. Основу ринку становлять представники малого та середнього бізнесу, що бажають отримати позикові кошти в короткотерміновий оборотний капітал або фінансування стартапів [74]. В країні нараховується більше 55 млн. малих та середніх підприємств, які використовують 82% національної робочої сили і забезпечують виробництво 58% ВВП, але при цьому у половини з них не має можливості отримати банківське кредитування, оскільки останні загалом сфокусовані на надання кредитів великим компаніям [71].

За 2019 рік всього краудлендингових операцій було здійснено на суму 180790 млн дол. США. Це на 38773 млн. дол. США або на 27% більше, порівнюючи з попереднім 2018 роком, в якому загальний обсяг краудлендингових транзакцій становив 142017 млн. дол. США [54], (рис.2.15.).

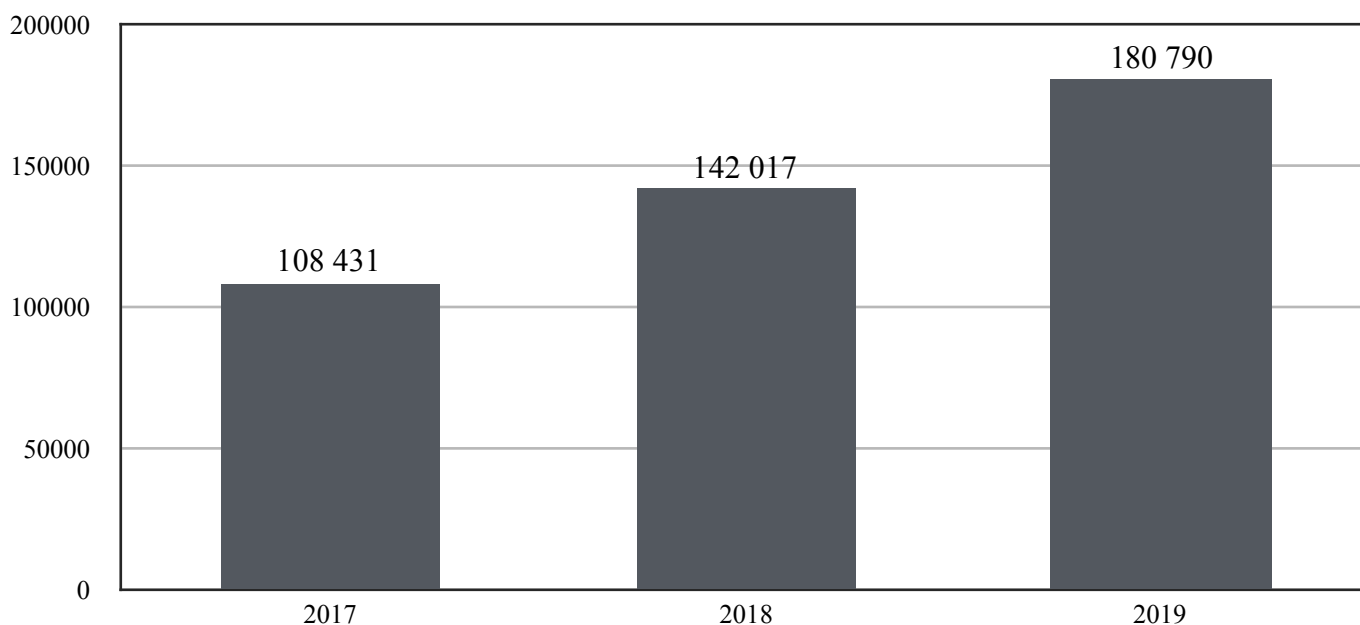


Рис. 2.15. Обсяги краудлендингового ринку в період 2017-2019 років (в млн. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Загальна вартість транзакцій в сегменті альтернативного кредитування [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/outlook/399/100/alternative-lending/worldwide#market-revenue>.

Дослідники пророкують стрімке зростання кількості P2P-платформ, їх ринкової вартості і переваг у порівнянні з іншими кредитними інструментами. Зокрема, згідно прогнозів сайту www.statista.com, об'єми світового ринку P2P-кредитувань можуть зрости з 108 млрд. дол. США у 2017 році до 1 трлн. дол. США в 2025 році [54].

Ще в дослідженнях Morgan Stanley, вказано про те, що P2P-кредитування отримає 10% кредитного ринку США до кінця 2020 року. Однією з причин росту стане кредитний дефіцит. Населення і малий бізнес потребують отримання невеликих позик, які з точки зору банку не забезпечують великий дохід і мають великі ризики [69]. Саме це зумовить хороші перспективи для компаній у сфері P2P - кредитування.

В той же час активне зростання ролі технологій в фінансовій сфері є викликом для традиційних фінансових інститутів. Через це банки починають співпрацювати з P2P-компаніями, направляючи частину своїх клієнтів на онлайн-платформи.

Прикладом таких кооперацій можна вважати об'єднання ще у 2014 році банку Santander і платформи Funding Circle, яка спеціалізується на наданні позик для малого бізнесу. Ще одним прикладом є продаж частини персональних кредитів Union Bank на раніше згаданій платформі Lending Club [75].

Отже, в умовах стрімкого розвитку торгівлі у світі та збільшення конкуренції на ринках, а також важкістю в отриманні класичного банківського кредитування, вкрай необхідним є залучення альтернативних джерел кредитування. Одним з таких рішень є застосування механізму краудфандингу, а конкретнішого його основного виду – краудлендингу, який полягає у онлайн-процесі кредитування за допомогою спеціально створеної інтернет-платформи.

Висновки до розділу 2

Факторинговий і форфейтинговий ринок – один з найдинамічніших ринків ХХ століття, що за останні 20 років збільшився у 4,5 рази або на 2 322,7 млрд дол. США. Основним регіоном надання факторингових і форфейтингових послуг стабільно залишається Європа з часткою ринку у 66% у 2018 році. Проте значно зростає роль

Азіатсько-Тихоокеанського регіону та навпаки знижується роль Північної Америки. Більшу частину ринку займають операції з правом регресу (42%) та без права регресу (38%). Головна роль належить банкам у здійсненні факторингових та форфейтфнгових операцій – 50%, 31% було надано банківськими дочірніми підприємствами та лише 19% незалежними фінансовими установами. У 2018 році загалом було зареєстровано 2600 факторингових компаній з основними центрами їх зосередження в Америці та Європі.

Не зважаючи на численну кількість перепон у вигляді нестабільності світової економіки та політичної ситуації, недостатня проінформованість населення про загальний механізм дії факторингу і форфейтингу та їх переваги, а також недостатня нормативна база у більшості країн світу, дослідники дають позитивні прогнози щодо зростання обсягів ринку у наступні роки. Ключовими тенденціями наступних років стануть: зростання ролі країн, що розвиваються; загальної проінформованості підприємців світу про факторинг та форфейтинг, його механізм та переваги; стандартизація послуг та поширення єдиної нормативної бази; вплив діджиталізації на створення нових видів факторингу/форфейтингу та фінансових інструментів загалом.

Варто зазначити, що в умовах технологічного прогресу та діджиталізації, надзвичайно актуальним стануть здійснення факторингових і форфейтингових операцій електронно – EDI-факторинг. Такі операції дозволять спростити процес укладання угод, зекономивши на цьому багато часу клієнтам, а також розширити об'єм ринку.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ФАКТОРИНГУ ТА ФОРФЕЙТИНГУ

3.1. Специфіка ринку факторингових і форфейтингових послуг в Україні

Факторингові і форфейтингові послуги посідають одне з найважливіших місць у функціонуванні фінансового ринку розвинутих країн. В Україні цей ринок відносно молодий та знаходиться на етапі свого становлення. Порівнюючи з іншими українськими ринками фінансування, ринок факторингу був одним із найбільших (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Інформація про обсяги та види фінансових послуг, наданих фінансовими компаніями за звітний період, млн. грн.

Вид фінансової послуги	2017 рік	2018 рік	Темпи приросту (2018 рік/2017 рік)	
			Абсолютний	%
Залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення	705,7	50,5	-655,2	-92,8
Надання гарантій та поручительств	5455,0	9474,9	4019,9	73,7
Надання коштів у позику, в т. ч. і на умовах фінансового кредиту	27 382,6	47 856,9	20 474,3	74,8
Адміністрування фінансових активів для придбання товарів у групах	487,7	258,7	229,0	-47,0
Надання послуг з факторингу	31 363,4	48 105,0	16 741,6	53,4
Надання послуг з фінансового лізингу (вартість укладених договорів)	153,4	673,8	520,4	339,2
Управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю (залучені кошти)	25 046,6	12 610,0	-12 436,6	-49,7

Джерело: Нацкомфінпослуг України.

Таким чином, за даними Нацкомфінпослуг ринок факторингу посів перше місце серед ринків фінансових послуг з показником 48105,0 млн. грн.. За ним з невеликою різницею в 248,1 млн. грн. друге місце займають послуги на умовах фінансового кредиту [44].

За 2018 рік в Україні об'єм факторингових послуг склав 48105 млн. грн., що на 16741,6 млн. грн. або на 53,4% більше, порівнюючи з попереднім 2017 роком в якому загальна вартість угод становила 31363,4 млн. грн., що є найбільшим показником зростання за весь час [44], (рис.3.1.).

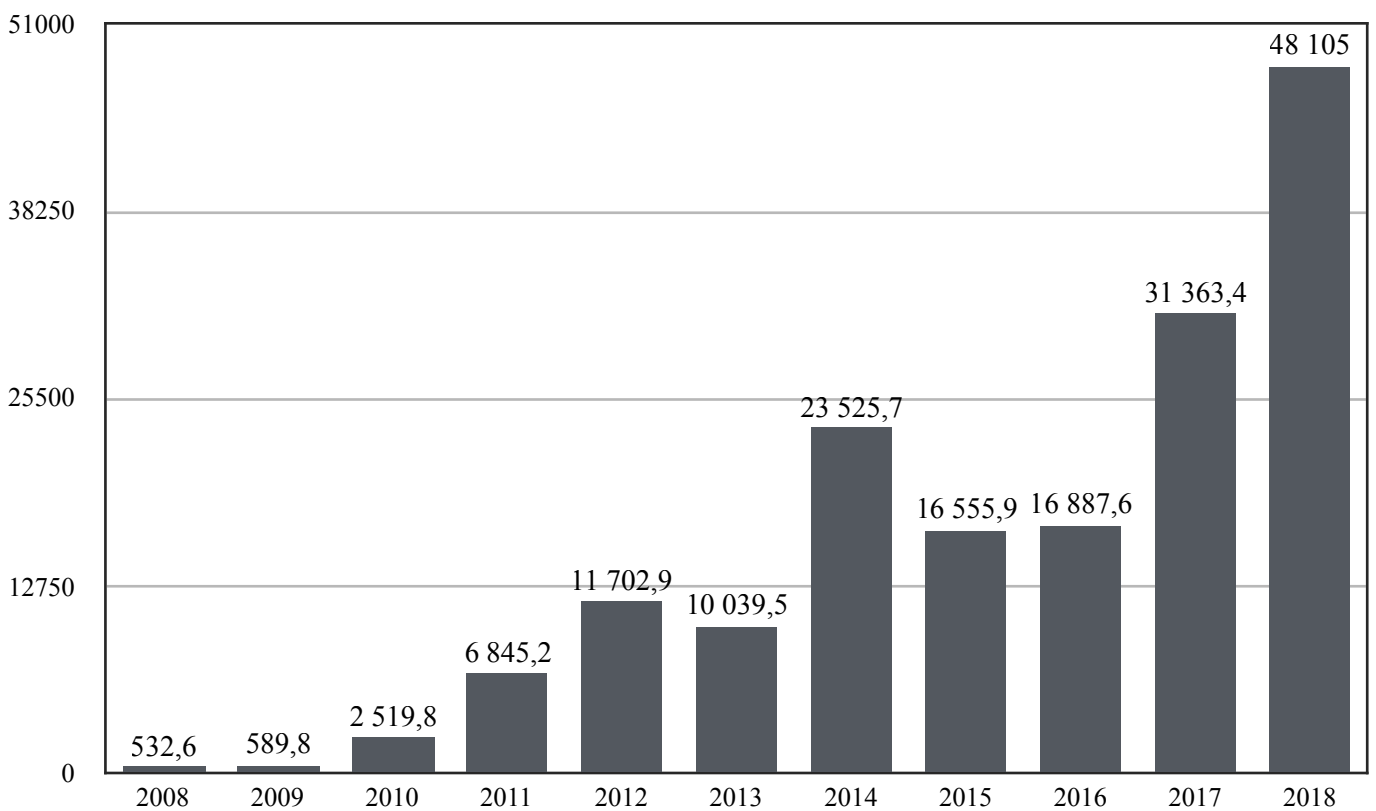


Рис. 3.1. Вартість факторингових угод в Україні за період 2015-2018 років, (млн. грн.).

Примітка. Побудовано автором на основі даних Нацкомфінпослуг України.

Загалом, можна дійти до висновку, що на факторинговому ринку існує стрімка позитивна динаміка до збільшення загальних об'ємів. За останні 10 років ринок факторингу в Україні збільшився у 90 разів, що у вартісному показнику становить 47572,4 млн. грн.

Аналізуючи факторинг в Україні протягом 2011 та 2018 років, можна також виокремити ще одну тенденцію до збільшення кількості факторингових компаній, що ще раз підтверджує про існування значного попиту на ці послуги в країні. Станом на 31.12.2018 в Україні 589 фінансових установ мали діючі ліцензії, які надавали право на проведення факторингової діяльності. Це на 97 компаній більше, порівнюючи з минулим роком (рис.3.2.).

Найбільший приріст був у 2015 році. Після значного зростання ринку у вартісному показнику (на 13486,2 млн. грн. за 2014 рік), більшість підприємців побачили зиск і перспективність у веденні факторингової діяльності. Саме тому за цей період кількість компаній зросла на 193 одиниці [44].

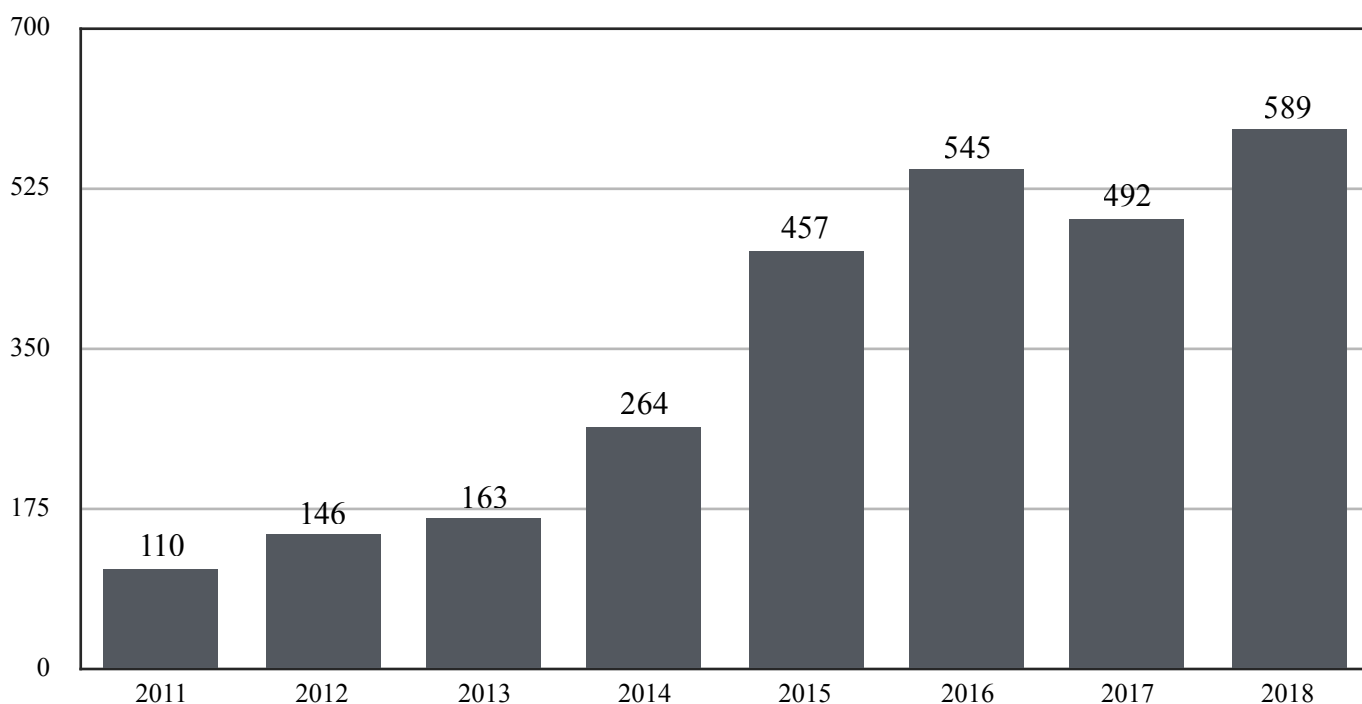


Рис. 3.2. Кількість факторингових компаній в Україні за період 2011-2018 років.

Примітка. Побудовано автором на основі даних Нацкомфінпослуг України.

Загалом, на ринку факторингу в Україні існує два види фінансових установ, що надають факторингові послуги – це банки і незалежні фінансові установи. Банки є більш значимими учасниками ринку, оскільки вони можуть надавати клієнтам комбіновану послугу, яка може включати як факторинг, так і зростаючий ліміт овердрафту. Також через ще не сформовану культуру використання факторингу в

Україні, клієнти мають більшу довіру до банків. Проте, слід зазначити, що банки дуже мало уваги приділяють розвитку факторингу, оскільки це лише один за багатьох видів банківських послуг [7, с. 221].

Виходячи з наявних даних фінансових звітів банків України, факторингові послуги надавали 24 фінансові установи. У 2018 році 5 найбільшими за обсягами наданих факторингових послуг банками стали: «ПУМБ» з часткою в 29,48%, АТ «Укрексімбанк» – 18,21%, «ТАСКОМБАНК» – 8,91%, «Райффйзен Банк Аваль» – 8,60%, «ОТП Банк» – 8,17%. Їх сумарна частка на ринку становить 73% [40], (рис. 3.3.).

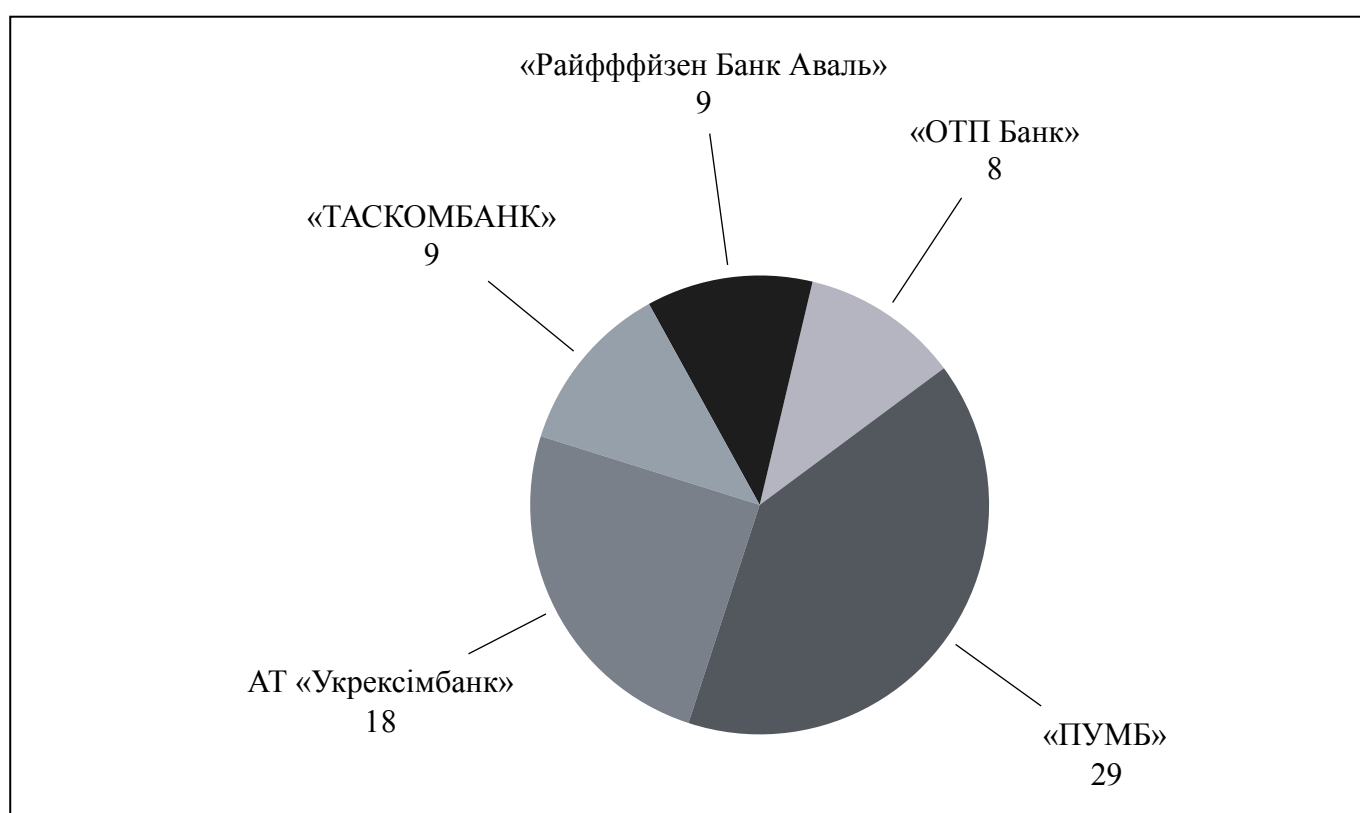


Рис.3.3. Частка 5 найбільших банків за обсягами наданих факторингових послуг у 2018 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними центру економічних досліджень та прогнозування «Фінансовий пульс».

Така різниця в частках пов'язана з відмінностями у наданні факторингових послуг банками. Так, «Укрексімбанк» та «ПУМБ» мають найбільший розмір авансового платежу. У «Укрексімбанку» цей показник становить 85-90%, у «ПУМБ»

відповідно показник є 80-90%. Інші ж банки надають авансовий платіж у 80% від суми зобов'язань [48, 50], (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Умови надання факторингових послуг банками

Назва банку	Розмір авансового платежу	Максимальний термін відстрочення	Мінімальна кількість дебіторів	Порядок ціноутворення	Умови надання
«ПУМБ»	80-95%	240	1	відсоткова ставка	стаж на ринку не менше, ніж 2 роки з чистим грошовим потіком та позитивна ділова репутація
«Укрексімбанк»	85-90%	90	3	відсоткова ставка та комісія за опрацювання документів	стаж на ринку не менше 1 рік, сума поставки не менше 1,5 млн. грн, співпраця клієнта і дебітора не менше 6 місяців
«Райффайзен Банк Аваль»	80 %	90	5	відсоткова ставка і комісія за видачу фінансування	стаж роботи на ринку не менше 3 років і співпраця з дебітором не менше 1 року, мінімальна кількість поставок на одного дебітора – 3 на місяць
«ОТП Банк»	80 %	120	3	-	стаж на ринку не менше 2 років, наявна постійна клієнтська база та регулярні поставки
«ТАСКОМБАНК»	80 %	-	-	відсоткова ставка і комісія за управління дебіторською заборгованістю	умови надання індивідуальні, обсяг поставок не менше 500 тис. грн

Примітка. Складено автором за даними офіційних сайтів банків «ПУМБ», «Укрексімбанк», «Райффайзен Банк Аваль», «ОТП Банк», «ТАСКОМБАНК».

Лідерство банку «ПУМБ» також пов'язане, в основному, з максимальною кількістю днів відстрочення, а саме 240 днів. Для прикладу в «ОТП Банк» максимальний термін відстрочення становить 120 днів, «Укрексімбанк», «Райффайзен Банк Аваль», «ТАКСКОМБАНК» – по 90 днів [45, 47, 49].

За порядком ціноутворення ситуація однакова у всіх, окрім «ОТП Банку». Ціна складається з відсоткової ставки та комісії за управління дебіторською заборгованістю.

Умовами надання є факторингових послуг серед лідерів в українських банках є певний термін співпраці клієнта та дебітора, кількість поставок за місяць, а також мінімально встановлена сума. Проте самі показники за умовами вже відрізняються в банків.

Протягом 2018 року фінансові компанії уклали 29024 договори факторингу. Діючими на кінець 2018 року залишалось 25822 договори факторингу. За останні два роки показник кількості укладених договорів є стабільним, різниця складає лише 24 договори, що становить 0,1%. Проте, якщо порівнювати з піковим 2016 роком, то кількість угод зменшилась майже на 16%. Загалом, на ринку існує тенденція до зменшення кількості факторингових договорів, проте збільше їх вартості [44], (рис. 3.4.).

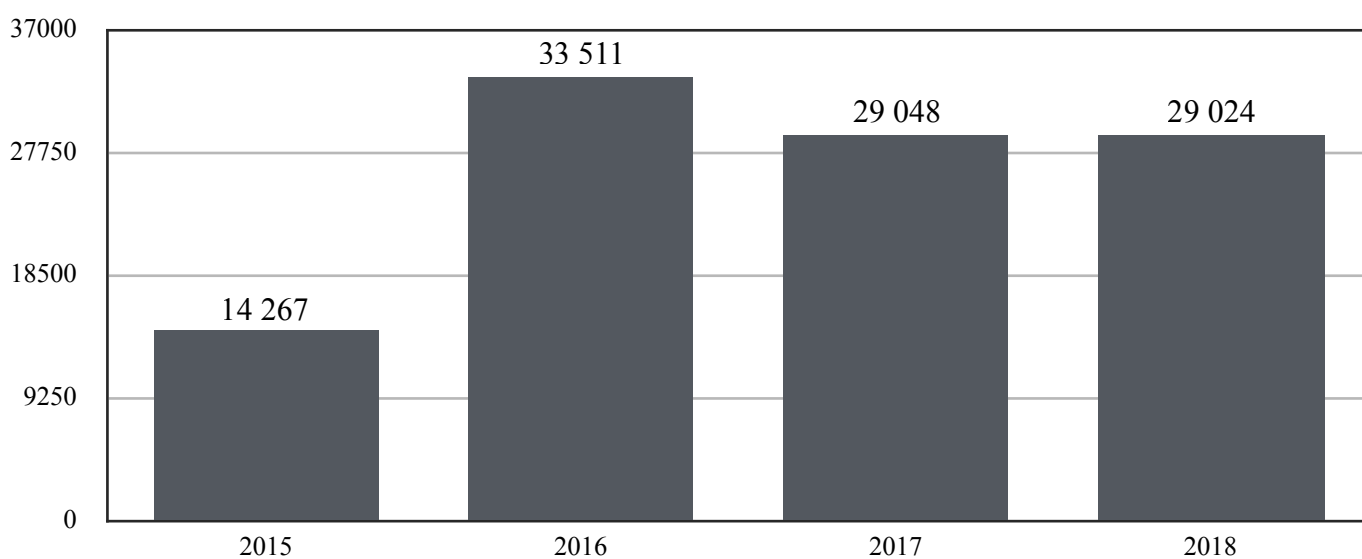


Рис. 3.4. Кількість укладених факторингових договорів в Україні за період 2015-2018 років.

Примітка. Побудовано автором на основі даних Нацкомфінпослуг України.

Клієнтами факторингу в Україні є:

- підприємства галузі переробки, гуртові продавці, виробники, що мають специфічну структуру власних активів, основну частину яких займає саме дебіторська заборгованість;
- компанії, які вже вичерпали усі можливості отримання традиційного банківського кредитування, проте все відчують необхідність фінансуванні;
- компанії, які тільки починають свою діяльність та які швидко розвиваються і потребують постійного збільшення оборотних коштів у міру зростання обсягів продажів;
- та інші компанії, що співпрацюють зі своїми партнерами на умовах відстрочення платежів та які бажають збільшити власний оборотний капітал [9, с. 38].

За даними Нацкомфінпослуг за 2018 рік на першому місці у використанні факторингових послуг посідає сфера послуг з показником у 84% від усіх укладених договорів за цей термін. Слід також додати, що сфера послуг була лідером протягом усього періоду становлення ринку факторингових операцій в Україні [44], (рис.3.5.).

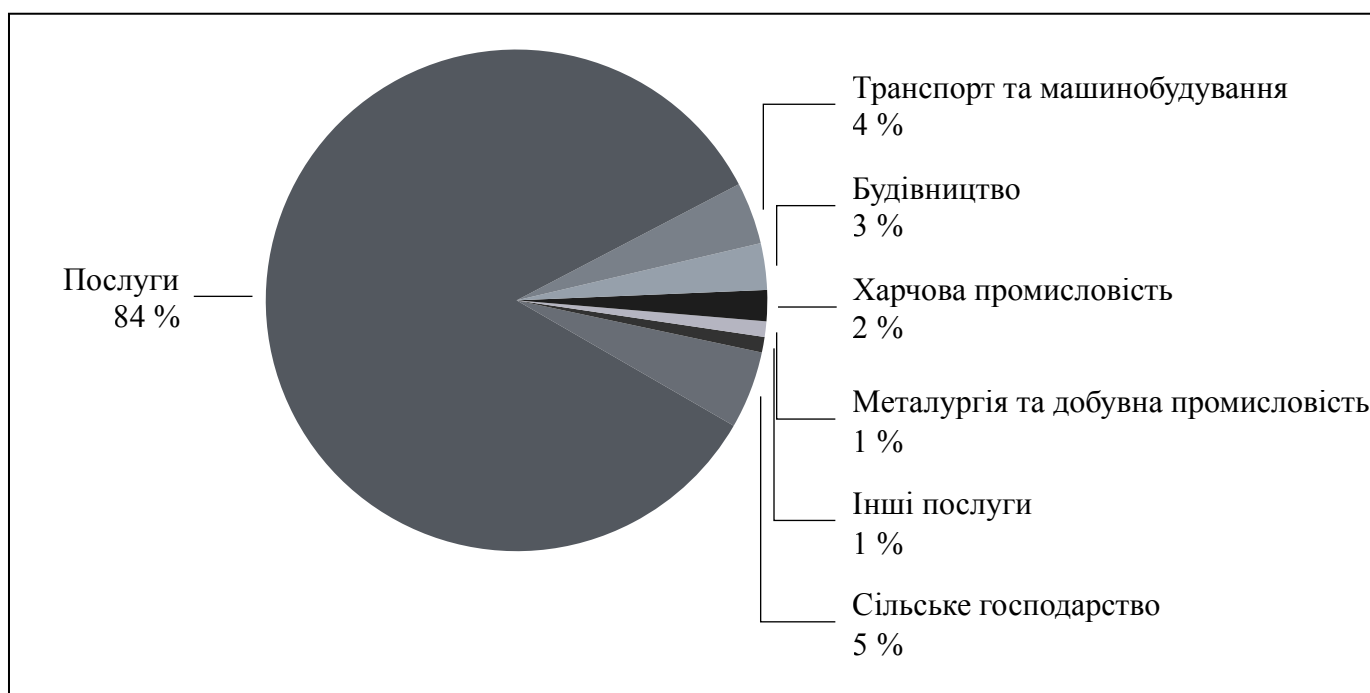


Рис.3.5. Розподіл договорів факторингу за галузями за 2018 рік, (%).

Примітка. Побудовано автором на основі даних Нацкомфінпослуг України.

Щодо інших галузей застосування факторингу, то ситуація не є однозначною і позиції постійно чергуються. Так, в 2018 році на другому місці йде сфера сільського господарства – 4%. На третьому місці знаходиться будівництво з показником 3%. Недалеко від нього знаходиться харчова промисловість – 2% та металургія з добувною промисловістю – 1% [44].

Отже, ринок факторингових послуг знаходиться ще на стадії становлення, проте демонструє динамічні темпи зростання. Об'єм ринку за 2018 становив 48105 млн. грн., що на 16741,6 млн. грн. або на 53,4% більше, порівнюючи з попереднім 2017 роком. Загальними тенденціями є збільшення кількості небанківських установ, що надають послуги факторингу в Україні. Найбільшими банками, що надають факторингові послуги з сумарною часткою на ринку 73% є «ПУМБ», АТ «Укрексімбанк», «ТАСКОМБАНК», «Райффйзен Банк Аваль», «ОТП Банк». Їх сумарна частка на ринку становить 73%

3.2. Проблеми та перспективи факторингу і форфейтингу в Україні

На фоні глобальних тенденцій та за результатами аналізу українського ринку факторингу та форфейтингу, було виявлено низку проблем, що перешкоджають подальшому динамічному розвитку ринку факторингових та форфейтингових послуг в Україні.

Серед них слід виділити такі проблеми, як:

- якість наданих послуг та їх вартість;
- нормативно-правове регулювання здійснення факторингових та форфейтингових операцій;
- формування ефективних внутрішніх та зовнішніх факторингових та форфейтингових ланцюгів [17, с.283], (див. Табл. 3.3).

Україна, в плані якості надання факторингових і форфейтингових послуг, сильно відстає від інших країн. Така ситуація спостерігається через відсутність стандартизації наданих послуг та контролю якості спеціально створеними органами або Національним банком чи Нацкомфінпослуг [59].

Проблеми факторингу та форфейтингу в Україні

Умови надання факторингу та форфейтингу	Нормативно-правове регулювання ринку	Внутрішні та зовнішні взаємозв'язки
<ul style="list-style-type: none"> - відсутність досвідчених, високопрофесійних кадрів для надання якісних послуг; - спрямованість на фінансування великого бізнесу, а не малого та середнього; - велика кількість вимог для отримання банківського факторингу чи форфейтингу; - надання в більшій частині послуг з регресом; - висока вартість послуг; 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність відповідальності дебітора у разі не виконання ним зобов'язань; - складний процес входу на ринок (оформлення великої кількості документів); - відсутність пільгових умов оподаткування надання послуг; - наявність великої кількості недобросовісних колекторських фірм; - відсутність чітких вказівок відображення факторингових та форфейтингових операцій в бухгалтерському обліку. 	<ul style="list-style-type: none"> - переважання ланцюгів банк-дочірня фірма; - мала взаємодія з міжнародними асоціаціями та товариствами;

Примітка. Складено автором за даними Майбутнє регулювання ринку факторингу [Електронний ресурс] // Національний банк України – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_factoring_2020.pdf?v=4.

Ще одним фактором, що стримує розвиток факторингу та форфейтингу та впливає на якість наданих послуг – відсутність досвіду та кваліфікованих кадрів у цій сфері. Сприяючим фактором є наявність розпорядження Нацкомфінпослуг від 27.03.2013 № 1002 «Про затвердження Типових програм підвищення кваліфікації керівників та головних бухгалтерів фінансових компаній, які надають фінансові послуги з надання коштів у позику, у тому числі на умовах фінансового кредиту, за власні кошти, фінансового лізингу, факторингу, гарантій, поручительств, переказу коштів, обміну валют, а також інших кредитних установ», проте це є недостатнім.

Необхідне також залучення додаткових методів кваліфікації, таких, як наприклад, щомісячні семінари, тренінги тощо [55].

Факторинг та форфейтинг в Україні спрямований на великий бізнес. Так, багато банків та фінансових установ встановлюють багато бар'єрів для отримання факторингового фінансування для малих та середніх підприємств. В основному – це встановлення мінімальної суми поставок. Для прикладу, «Укрексімбанк» встановив мінімальну суму поставок у розмірі 1,5 млн. грн, що є великою сумою для малого бізнесу [2, 3].

Оскільки, факторингові та форфейтингові послуги, більшою мірою забезпечуються банками, існує складність в їх отриманні. Це пов'язано з тим, що банки використовують стандартні схеми оцінки потенційного клієнта, як і при кредитуванні. Відповідно до цього необхідна велика кількість документів при заключенні договору для клієнта та витрати додаткового часу на опрацювання та перевірку цих документів від фінансової установи [17, с.284].

Застосовуючи такі підходи, банки зменшують кількість якісних дебіторів на ринку, під заборгованість яких можна видавати фінансування. Саме тому, частка традиційного факторингу без регресу становить лише 10% в Україні. Решта, а саме 90%, належить факторингу з можливістю повернення вимоги продавцю [16, с. 57-58]. Порівняно з Україною ситуація в Європі кардинально відрізняється – більша частка послуг належить факторингу без регресу, де всі ризики на себе переймає факторингова структура [30, с. 328].

У випадку, якщо ж все-таки приймається рішення на надання факторингу без регресу, то законодавством не передбачена ніяка відповідальність дебітора перед фактором за невиконання своїх зобов'язань (згідно із статтею 1081 ЦК України). Це ще раз ставить під питання використання саме цього виду факторингу на вітчизняному ринку [17, с. 285].

Надання факторингових та форфейтингових послуг лише банківськими структурами також пов'язано з наявною існуючою проблемою, а саме складним процесом входу на ринок. Для того, щоб звичайним небанківським установам отримати ліцензію на можливість надання факторингових та форфейтингових послуг, необхідно складні процедури. Для початку треба внести самостійно загальні

відомості про компанію до Державного реєстру фінансових установ та отримати саму ліцензію на надання фінансової послуги. При чому ліцензія надається на кожний окремий вид послуги. Саме тому, якщо компанія планує надавати комплексні послуги, то необхідно отримати усі необхідні ліцензії, а це значно ускладнює процес виходу на ринок [52].

Порівнюючи факторинг та форфейтинг в Україні з іншими розвиненими країнами, то вартість таких послуг значно відрізняється. Зокрема, вартість факторингового чи форфейтингового договору (з урахуванням номінальної ставки фінансування та додаткових комісій) перевищує вартість в інших розвинених країнах світу. Це призводить, у свою чергу, до того, що клієнти користуються факторинговими послугами лише за крайньої необхідності (коли вичерпана можливість застосування звичайного банківського кредиту тощо), а фінансові установи користуючись низькою зацікавленістю банківських установ, підвищують вартість таких послуг, зважаючи на складну доступність фінансових ресурсів для суб'єктів реального сектору економіки, яка на сьогодні спостерігається в Україні [18, с. 219].

Для прикладу вартість послуг у розвинених країнах становить у середньому близько 1,5-2% від суми вимог. В Україні ж середній показник коливається в межах 0,5-3%, проте комерційні банки визначають розмір плати за домовленістю за кожним конкретним договором окремо, тому ставка плати за обслуговування може виявитись вищою (від 5% і більше) [53].

Основною проблемою внутрішніх факторингових взаємозв'язків є наявність ланцюгу «банк-дочірня компанія». Існування таких зв'язків призводить до того, що факторинг і форфейтинг використовується не для фінансування клієнтів, а лише як засіб списання проблемних кредитів банку [17, с. 285].

Щодо перешкод до формування зовнішніх зв'язків, то проблемою є відсутність зв'язків банків та фінансових установ з міжнародними факторинговими і форфейтинговими асоціаціями, серед яких слід виділити International Factors Group S.C., Heller International Group і Factors Chain International (FCI), Європейське об'єднання факторингових асоціацій, Східноєвропейська факторингова асоціація. Такі асоціації об'єднують багато факторингових та форфейтингових установ для

контролю та підтримки здійснення діяльності. Також регулярні з'їзди та семінари дозволяють обмінюватись один з одним власним досвідом, що дозволяє різним компаніями значно підвищити свою ефективність. На сьогодні лише один український банк, що надає факторингові та форфейтингові операції входить до міжнародної асоціації. Це ПАТ «Укрсоцбанк», що є членом Factors Chain International (FCI) [17, с. 285].

Істотними проблемами факторингу та форфейтингу в Україні є недосконалість нормативно-правового регулювання цієї сфери. Наразі, існують декілька законів, які були прийняті у різний час і які дають визначення поняття «факторинг» та «форфейтинг» та встановлюють певне регулювання. До їх складу можна віднести: Закон України «Про банки і банківську діяльність», Господарський та Цивільний кодекси України. Тракткування сутності цих операцій, що надаються у вищезазначених нормативних документах, неузгоджені між собою, а відповідне регулювання незадовільне та суперечливе, часто навіть у межах одного законодавчого акту. Такі протиріччя призводять до ототожнення в умовах здійснення з товарним кредитом, необов'язковість забезпечення та необхідність оформлення великою кількістю документів практично нівелюють усі переваги факторингу та форфейтингу, як окремих операцій з фінансування [17, с.284].

Діюче законодавство також не має регулювання здійснення гібридних банківських послуг, які б для прикладу, поєднували використання лізингу та факторингу. У цьому випадку застава видавалась би позичальникові на умовах лізингу, а компанія-фактор, таким чином, знижувала б свої власні ризики, адже застава залишалась в її власності і можна було б легко та без залучення судових процесів її повернути [63].

Проблемним питанням також є відношення дебіторів та колекторських фірм. Банки, намагаючись списати проблемні кредити, продають їх колекторським фірмам. Останні, в свою чергу, вже займаються процесом стягнення, що часто супроводжується неправомірними діями і порушенням прав дебіторів. До того ж, досить часто не вдається повністю стягнути усі зобов'язання по заборгованості, тож боржники можуть інколи взагалі уникати погашення кредитів [63].

Більшість розвинених країн для сприяння розвитку факторингових та форфейтингових операцій створюють пільгові умови у сфері їх оподаткування. Відповідно, це знижує загальну вартість договорів і збільшує доступність цих послуг для клієнтів [17, с. 285].

Відсутність чітких правил щодо відображення факторингових та форфейтингових операцій в бухгалтерському обліку становить ще одну неточність. Наразі, підприємства самостійно вирішують як саме в бухгалтерському звіті відображати подібні операції [17, с. 285].

Відсутність статистичної інформації за надання факторингових послуг банками ускладнює сам процес аналізу поточної ситуації на цьому ринку та, в свою чергу, унеможлиблює розуміння стану ринку таких послуг, виявлення більш ґрунтовних, системних проблем у його межах, що не дає можливості розробити дієві заходи розвитку такого ринку [12, с.142].

Сучасні умови політичної та економічної асоціації України з Європейським Союзом, світові глобалізаційні процеси, діджиталізація – все це сприятливо впливає на подальший розвиток факторингу та форфейтингу.

Зокрема, існують такі тенденції останніх років у розвитку вітчизняного ринку факторингу та форфейтингу:

- збільшення обсягів внутрішньої та зовнішньої торгівлі і, як наслідок, збільшення факторингових і форфейтингових угод;
- євроінтеграційні процеси Україні та перспективи приєднання до Європейського Союзу, що відповідно створює передумови для розвитку міжнародного факторингу;
- існування олігополії на ринку (наявність декількох компаній, що утримують більше половини всього ринку);
- ціна на одну факторингову угоду має тенденцію до зниження;
- закріплення ролі банків, як головних фінансових установ, що надають факторингові і форфейтингові послуги (європейська модель факторингового ринку);
- поєднання факторингових послуг з іншими фінансовими послугами;
- зростання ролі онлайн-платформ у наданні кредитувань (див. Табл.3.4.).

Тенденції розвитку факторингового і форфейтингового ринку

Глобальна тенденція	Тенденція розвитку в Україні	Тенденція ринку банківських послуг
Значний вплив на зростання обсягів внутрішньої та міжнародної торгівлі	Ринок факторингу є олігопольним – 10 фінансових установ надають більшу частину обсягів факторингу	Банки замість конкуренції з факторинговими компаніями використовують партнерство
Європейські країни використовують модель, якій властива лідируюча роль банків на ринку	На ринку фінансових послуг факторинг займає лідируюче місце та динамічно розвивається	Банки надають факторинг на не вигідних для клієнтів умовах, які дуже різняться, що унеможлиблює їх порівняння
Факторинг динамічно розвиваються в країнах, де ринок факторингу є містким і незаповненим	Вартість однієї факторингової угоди має тенденцію до зниження	Переважна частка банківських кредитів у джерелах фінансування операцій факторингу

Джерело: Колодізева С. О. Розвиток ринку факторингових послуг України в умовах європейської інтеграції / С. О. Колодізева // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1. – С. 284.

Перспективним напрямом є розширення галузей застосування факторингових та форфейтингових операцій. Так, 14 січня 2019 року було укладено перший в Україні договір факторингу в сфері ЕСКО (енергосервісна компанія). Угода була укладена між компанією «КиївЕСКО» та АТ «Комерційний Індустріальний Банк» на суму 3 млн. грн.. Ця подія, зокрема, має значно поширити використання факторингу та форфейтингу іншими компаніями у сфері ЕСКО [41].

Отже, на фоні загальних глобальних тенденцій світу та за результатами аналізу українського ринку факторингу та форфейтингу, можна виокремити три основні проблемні напрями надання послуг – це невідповідність світовим стандартам надання послуг та їх висока вартість, порівняно з іншими країнами; недосконалість законодавчої бази України у сфері регулювання факторингу та форфейтингу; складність внутрішніх та зовнішніх зв'язків фінансових установ у даній сфері. Перспективою для факторингу та форфейтингу є розширення сфер фінансування.

3.3. Напрями вдосконалення регулювання ринку факторингових і форфейтингових послуг в Україні

Факторинговий і форфейтинговий ринок в Україні продовжує динамічно зростати. Проте, для забезпечення його ефективності для економіки країни необхідно вирішити ряд важливих питань. Основною проблемою, що стримує розвиток українського факторингу є його законодавчо-нормативне регулювання. Зокрема, відсутнє чітке правове визначення поняття, порушення прав сторін під час проведення операцій та складність входу на ринок нових небанківських установ.

Для вирішення цього питання необхідне залучення вищих державних органів управління. Таким чином, 4 травня 2020 року Національний банк України під час обговорення «Білої книги» з фінансовими компаніями презентував нову модель регулювання факторингового ринку і опублікував у документі «Майбутнє регулювання небанківського мікrokредитування» [57].

Ця модель матиме на меті сприяння сталому розвитку факторингу та форфейтингу на території України та забезпечення його нормативному регулюванні. В новій моделі Національний банк, як головний майбутній регулятор ринку, робитиме акцент на:

1. Спрощення процесу входу на факторинговий ринок. Наразі система входу на ринок має дуже багато перепон для появи нових факторингових компаній. Так, для того, щоб почати свою діяльність компанія має зареєструватись в Державному реєстрі фінансових установ та отримати ліцензії

на кожний вид послуги, які вона має на меті надавати у Нацкомфінпослуг та деколи ще у Національного банку України. Нова модель матиме мінімально необхідні умови входу, але забезпечуватиме наявність на ринку лише правомірних та добросовісних учасників.

2. Створення бізнес-плану на початку діяльності. Для того, щоб отримати ліцензію на право здійснення відповідної діяльності компанія має представити бізнес-план, в якому детально описати план розвитку бізнесу, основного механізму взаємодії з клієнтами та отримання прибутку.

3. Створення нових можливостей для компаній. Розширення доступу до надання фінансування третім особам та можливість надання інших фінансових послуг компаніями, окрім факторингу.

4. Контроль за діяльністю компаній та наявність на ринку компаній, які мають лише бездоганну репутацію.

5. Захист прав фізичних осіб. Постійний нагляд за добросовісним стягненням проблемної заборгованості у клієнтів.

6. Контроль платоспроможності фінансових компаній. Такі компанії, що діють на факторинговому ринку повинні мати відповідні фінансові ресурси, що унеможливить їх банкрутство в майбутньому.

7. Нові якісні стандарти ведення звітності та нагляд за нею Національного банку.

Для реалізації вище перерахованих пунктів Національний банк України керуватиметься наступними принципами:

1. Відповідність: основні вимоги та нагляд будуть залежати від розміру, переліку наданих послуг, ступеню ризику окремих фінансових компаній;

2. Перспективність: аналіз можливого розвитку та перспективності діяльності;

3. Раннього виявлення та своєчасного реагування: виявлення потенційних ризиків на початкових етапах та вчасне їх усунення.

4. Професійне судження: для аналізу інформації застосовується комплексний та всебічний метод.

5. Правова визначеність: наявність чітких законодавчих та нормативно-правових актів (рис. 3.6.).

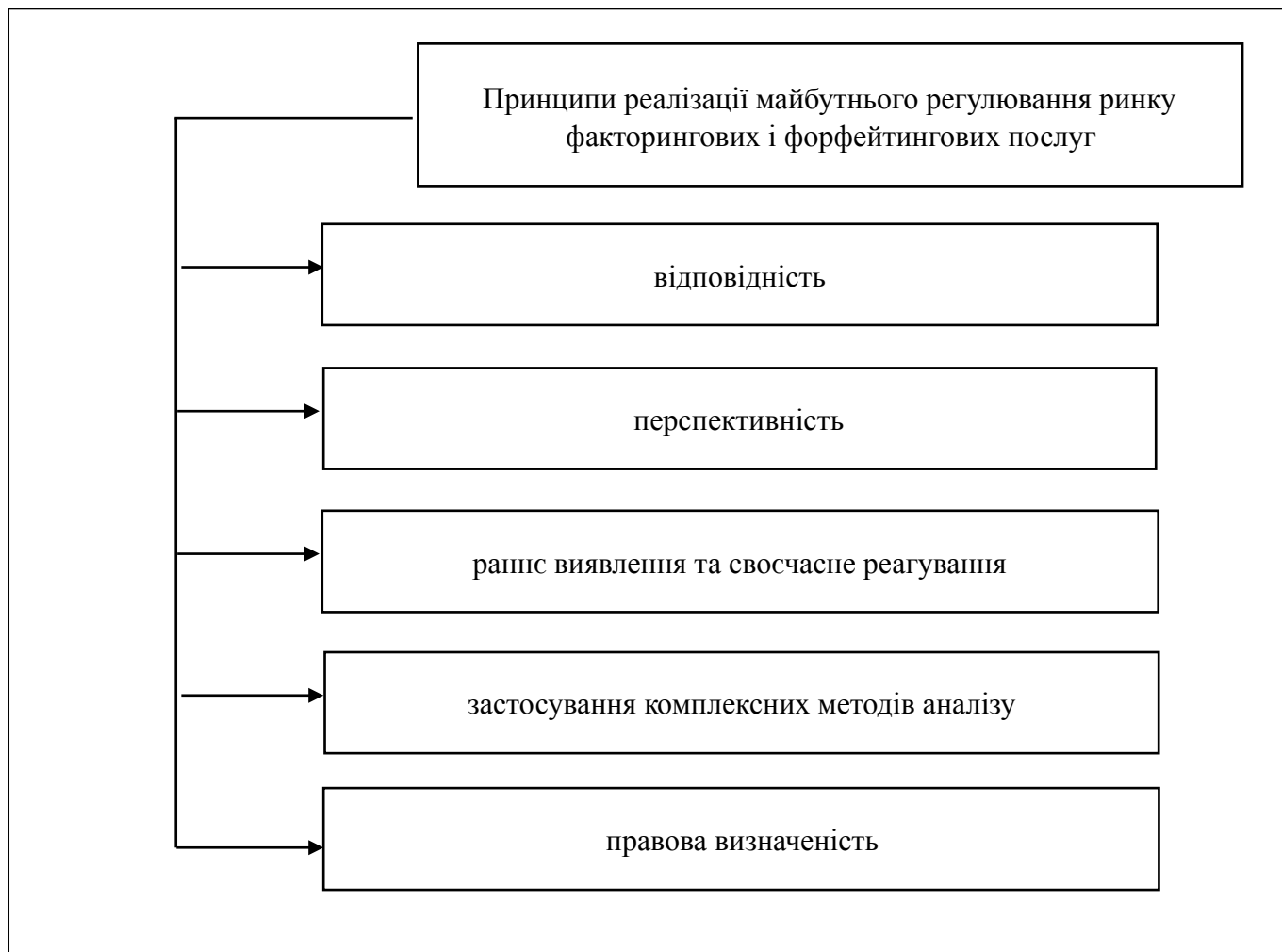


Рис. 3.6. Принципи реалізації майбутнього регулювання ринку факторингових і форфейтингових послуг.

Примітка. Побудовано автором за даними Майбутнє регулювання ринку факторингу [Електронний ресурс] // Національний банк України – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_factoring_2020.pdf?v=4.

Першим пунктом в новій моделі регулювання факторингового ринку в Україні є нововведення в принципах видання ліцензій факторинговим установам. По-перше, одночасно з видачею ліцензії дані компаній автоматично будуть вноситися до загального Реєстру фінансових осіб, об'єднавши процес отримання ліцензії і реєстрації в одну та, таким чином, спростивши її. По-друге, більше не потрібно мати ліцензії на кожний вид послуг, варто отримати лише одну єдину, яка

засвідчуватиме можливість надання конкретно узгоджених з Національним банком України послуг в залежності від бізнес-моделі компанії. Це дозволить значно розширити можливості компаній. Зокрема, факторингові компанії зможуть поєднувати надання фінансових послуг з такими видами господарської діяльності, як:

- Ведення обліку грошових вимог;
- Поручення за повернення боржником коштів за отримані товари чи послуги та пред'явлення вимог до їх сплати або від власного імені або від імені постачальника;
- Надання суміжних інформаційних та консультаційних послуг;
- Юридичне супроводження діяльності;

Проте ліцензійні вимоги також можуть бути посилені у разі надання компанією послуг переказу коштів або торгівлі валютними цінностями.

Незалежно від того, які послуги надаватиме компанія, Національний банк України здійснюватиме її перевірку за такими основними пунктами:

- Структура власності;
- Бізнес-план;
- Ділова репутація та кваліфікація компанії;
- Дотримання норм та правил надання фінансових послуг.

Головними вимогами до структури компанії буде її прозорість. Про кожну зміну в структурі компанії необхідно буде повідомляти Національний банк України. Останній матиме ефективні новітні інструменти для перевірки структури власності, репутації керівництва чи виконавчих органів. У випадку невідповідності одного із пунктів, регулятор матиме право на здійснення відповідних заходів.

Наступним пунктом перевірки йде бізнес-план. Національний банк оцінюватиме його з точки зору можливості його реалізації. Бізнес-план має переконувати, що компанія у ході здійснення своєї діяльності матиме стійке фінансове положення та сумлінно виконуватиме свої зобов'язання перед клієнтами.

Ділова репутація компанії та кваліфікація її співробітників – ще одна умова для отримання ліцензії. Якщо Національний банк виявить, що компанія проводила

неправомірні дії або, якщо співробітники не пройшли відповідну кваліфікацію, то установа матиме право у відмові у видачі ліцензії (рис. 3.7.).

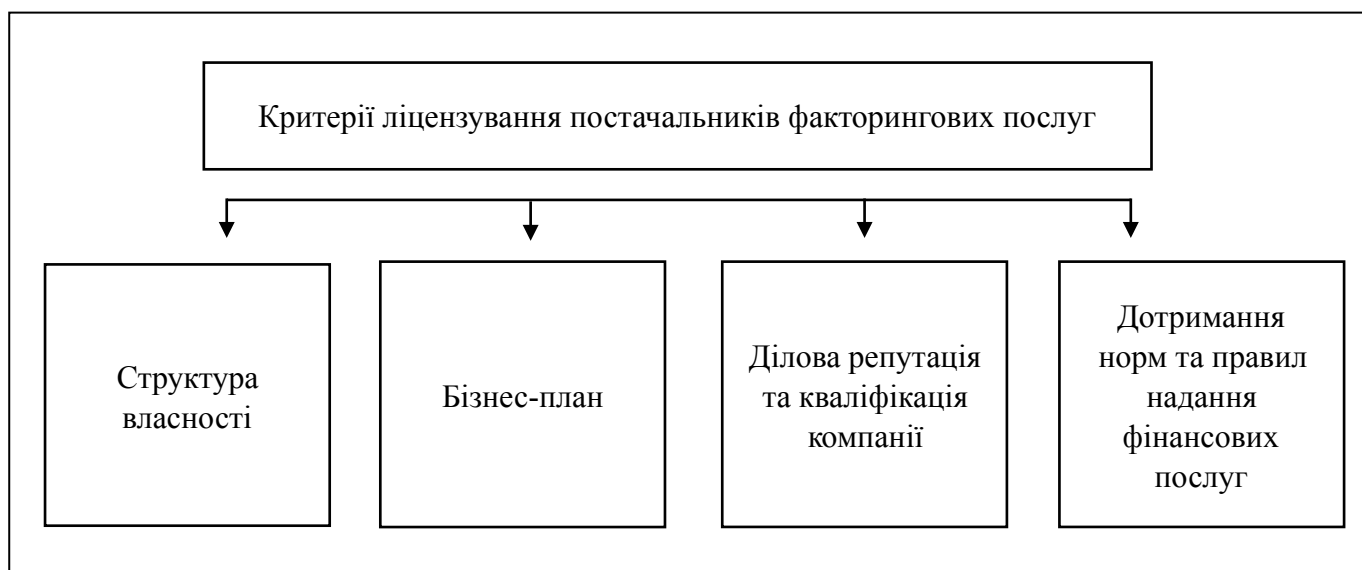


Рис. 3.7. Критерії ліцензування факторингових послуг.

Примітка. Побудовано автором за даними Майбутнє регулювання ринку факторингу [Електронний ресурс] // Національний банк України – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_factoring_2020.pdf?v=4.

Ще одним з основних напрямів майбутнього регулювання ринку факторингових послуг є розширення доступу до залучення фінансування від третіх осіб для небанківських фінансових установ. Таким чином буде дозволено отримувати фінансування від:

- учасників (акціонерів) та афілійованих осіб факторингової компанії;
- інших надавачів фінансових послуг, а також міжнародних фінансових організацій;
- на умовах субординованого боргу від кваліфікованих інвесторів, у тому числі тих, що не є фінансовими установами;
- шляхом розміщення емісійних боргових цінних паперів, у тому числі шляхом публічної пропозиції корпоративних облігацій серед фізичних та юридичних осіб, за умови дотримання вимог Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку і Національного банку.

В подальшому джерела залучення фінансування будуть розширюватись в мірі розширення самого факторингового ринку. Наразі, основною ціллю Національного банку України є запобігання будь-яким шахрайським діям в процесі здійснення факторингової діяльності.

На думку Національного банку доцільним буде також введення пруденційних вимог щодо факторингових компаній. Останні зобов'язані підтримувати мінімальний рівень капіталу у розмірі 3 млн. грн., якщо компанія надає виключно факторингові послуги або 5 млн. грн., якщо компанія надає комплекс фінансових послуг. Додаткові вимоги можуть містити компанії, які займаються переказами коштів та операціями з валютою. Для учасників банківської чи фінансової групи для забезпечення стабільності діяльності ринку вводитимуться додаткові вимоги. Таким чином, Національний банк вбачає вирішення проблеми великої кількості збанкрутілих факторингових компаній.

Через велику кількість судових справ щодо неправомірної діяльності факторингових компаній, Національний банк вважає за доцільне ввести на основі міжнародної практики реєстр колекторських компаній, які працюють за договором комісії або доручення. Такі компанії зможуть надавати відповідні послуги лише після затвердження їх та реєстрації Національним банком.

Нагляд за виконанням усіх вимог та за діяльністю компанії загалом Національний банк буде здійснювати у віддаленій формі та інспекційних перевірок. Зокрема, інспекційні перевірки будуть здійснюватись за потреби (*ad hoc*) за наявності обґрунтованих підстав з урахуванням ступеню ризикованості діяльності компанії

Ступінь ризикованості Національний банк розраховуватиме виходячи з таких показників:

- балансова вартість активів;
- частка факторингової компанії на ринку;
- кількість та значущість попередніх порушень законодавства.

Національний банк України ініціюватиме позачергові перевірки, в залежності від ситуації, а також за наявності звернень клієнтів про порушення їх прав, не

надання звітності від компанії в зазначені терміни, а також наявність інших факторів, що свідчать про ризикованість діяльності.

Обов'язковим пунктом, що ретельно буде перевірятись Національним банком – це фінансова звітність компанії. Основною вимогою до ведення звітності є дотримання Міжнародних стандартів.

Також для невеликих компаній, які будуть займатись лише факторинговими операціями буде можливість використання спрощеного стандарту ведення бухгалтерської звітності відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП).

Ще одним обов'язковим пунктом є зовнішній аудит, який стане ще одним підтвердженням фінансового стану компанії перед її контрагентами та кредиторами. Додатковою мірою стане необхідність опублікування передбаченої законодавством інформації на власних сайтах для будь-яких фінансових установ, колекторських фірм та інших установ, які компанія залучає для регулювання заборгованості. Більш детальні вимоги міститимуть нові закони та нормативні акти.

Потенціалним для покращення контролю за факторинговим ринком стане розвиток саморегулювних організація (СРО), що складатимуться на основі об'єднання учасників ринку. Вони також разом з Національним банком будуть здійснювати контроль за факторинговим ринком, встановлювати певні правила та стандарти здійснення діяльності.

Останнім пунктом цього документу містить інформацію про вихід з ринку. Компанії матимуть можливість ліквідувати свою діяльність самостійно або за вимоги Національного банку у випадку не дотримання норм та правил діяльності або не відповідності показників самої компанії.

Національний банк очікує, що ця нова модель регулювання забезпечить функціонування прозорого та ефективного факторингового ринку. Її запровадження має усунути негативні чинники, які до цього стримували розвиток факторингового ринку. Очікується, що ця модель допоможе у:

- забезпеченні потреб клієнтів – надання якісних послуг, збільшення кількості укладених договорів, ліквідності компаній, оборотність їх активів та зменшення касових розривів;

- спрощення функціонування факторингового ринку – спрощений процес входу на ринок, тим самим збільшення кількості діючих добросовісних компаній;
- доступ до фінансування – можливість залучення коштів від третіх осіб , що покращить фінансовий стан факторингових компаній;
- дотримання прав боржників – нагляд за колекторськими фірмами. що здійснюють стягнення проблемної заборгованості, і як наслідок, збільшення довіри клієнтів та їх кількості загалом [52], (рис.3.8.).

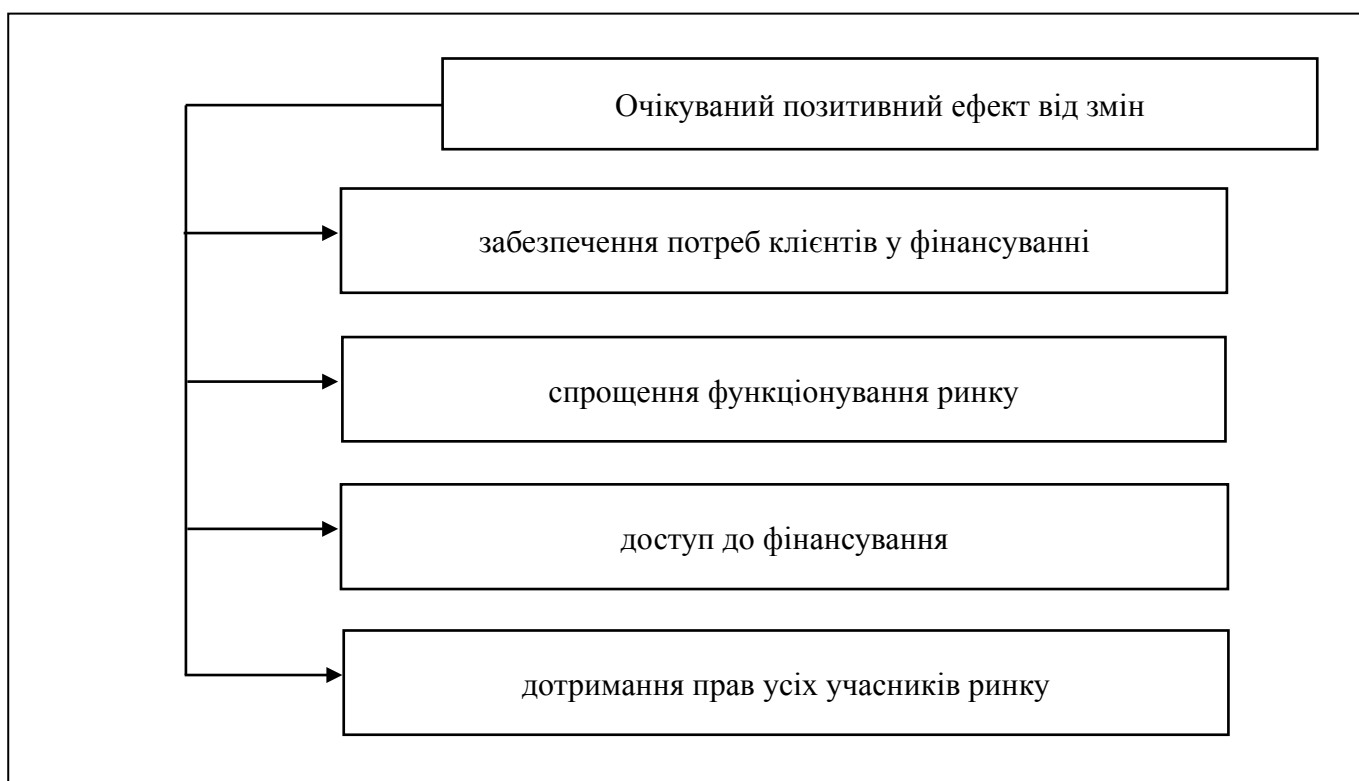


Рис. 3.8. Очікуваний позитивний ефект від впровадження змін у регулюванні факторингового і форфейтингового ринку.

Примітка. Побудовано автором за даними Майбутнє регулювання ринку факторингу [Електронний ресурс] // Національний банк України – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_factoring_2020.pdf?v=4.

Отже, для усунення недосконалої нормативно-правової бази факторингового і форфейтингового ринку Національний банк в травні 2020 року випустив документ «Майбутнє регулювання небанківського мікrokредитування». Головні зміни торкнуться питань отримання ліцензій та спрощення входу на ринок, дотримання

норм, правил та прозорості проведення факторингових та форфейтингових операцій, захисту прав учасників ринку. Таким чином, очікується сприяння розвитку факторингу та форфейтингу, як інструменту доступного та швидкого фінансування, прозорість і дотримання правил проведення даних операцій учасниками ринку.

Висновки до розділу 3

Український ринок факторингових та форфейтингових операцій знаходиться на етапі становлення, проте вже демонструє динамічні темпи розвитку. Об'єм ринку за 2018 становив 48105 млн. грн., що на 53,4% більше, порівнюючи з попереднім 2017 роком. Загальними тенденціями є збільшення кількості небанківських установ, що надають послуги факторингу в Україні, кількості угод і загального об'єму ринку.

Найбільшими банківськими установами, що надають факторингові послуги з сумарною часткою на ринку 73% є «ПУМБ», АТ «Укресімбанк», «ТАСКОМБАНК», «Райффйзен Банк Аваль» та «ОТП Банк». Їх сумарна частка на ринку становить 73%.

В умовах глобальних тенденцій світу та за результатами аналізу українського ринку факторингу та форфейтингу, можна виокремити три основні проблемні напрями надання послуг – це невідповідність світовим стандартам надання послуг та їх висока вартість, порівняно з іншими країнами; недосконалість законодавчої бази України у сфері регулювання факторингу та форфейтингу; складність внутрішніх та зовнішніх зв'язків фінансових установ у даній сфері. Перспективою для факторингу та форфейтингу є розширення сфер фінансування та застосування онлайн-платформ для укладення угод.

Для вирішення найголовнішої проблеми факторингового та форфейтингового ринку – недосконалість законодавчої бази проведення даних операцій, в травні 2020 року Національний банк України випустив документ «Майбутнє регулювання небанківського мікrokредитування». Головні зміни торкнуться питань отримання ліцензій та спрощення входу на ринок, дотримання норм, правил та прозорості проведення факторингових та форфейтингових операцій, захисту прав учасників ринку. Такі нововведення мають сприяти розвитку факторингу та форфейтингу.

ВИСНОВКИ

Факторинг і форфейтинг є важливими інструментами фінансування в ХХІ столітті. Їх суть полягає у придбанні спеціальною установою, що має відповідну ліцензію на здійснення цих операцій (це може бути банк чи незалежна фінансова установа) права вимоги на виконання зобов'язань за поставлені товари чи надані послуги. Поява цих послуг була пов'язана з розвитком міжнародної торгівлі та збільшенням зовнішньоекономічних зв'язків ще у ХVІ столітті.

Загалом, принцип здійснення, суб'єкти та об'єкти, а також основна мета (фінансування) – все це є схожим для обох видів послуг. Основними відмінностями є умови надання. Так, термін дії факторингових угод становить до 180 днів і надають, в основному, малому і середньому бізнесу. Факторингова установа ж за умовами договору може приймати на себе частину ризиків таких, як кредитний, валютний, процентний чи ліквідний. Допускається при проведенні факторингу також надання додаткових послуг. Це можуть бути управління дебіторською заборгованістю, страхування, консалтингові послуги тощо. Форфейтингова операція, в свою чергу, є довгостроковим фінансуванням для великого бізнесу та проводиться на основі векселя, на відміну від факторингу, де основним документом виступає рахунок-фактура. Форфейтер також зобов'язаний брати на себе абсолютно усі види ризиків та не надає додаткових послуг, а лише фінансування.

Факторинг і форфейтинг вирішують такі основні проблеми підприємств:

- дефіцит обігових коштів у експортерів та імпортерів;
- низька ліквідність та нестабільний фінансовий стан підприємств;
- зовнішні ризики (політична нестабільність, валютні коливання, зміни процентних ставок і т.д.).

Перевагами факторингу та форфейтингу стосовно інших інструментів фінансування є, у випадку першого – можливість отримання додаткових послуг та при іншому – це передача абсолютно усіх ризиків фінансовій установі. Дані операції є простими в оформленні, документообігу та не передбачають застав та конкретної мети фінансування.

Світовий факторинговий і форфейтинговий ринок за останні 20 років збільшився у 4,5 рази або на 2322,7 млрд. дол. США. Зокрема, за 2018 рік загальний об'єм послуг 3024 млрд. дол. США (на 183,5 млрд. дол. США або близько на 6% більше, порівнюючи з минулим роком). Основним регіоном надання факторингових і форфейтингових послуг стабільно залишається Європа з часткою ринку в 66% у 2018 році. Проте основними тенденціями останніх років є також зростання значення Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Більшу частину ринку займають операції з правом повернення права вимоги (з регресом) – 42% і, відповідно 38% припадає на надання операцій без можливості регресу. Головна роль у наданні факторингу та форфейтингу належить банкам – 50% та їх дочірнім фірмам – 31%. Лише 19% становлять послуги надані незалежними факторинговими компаніями. За 2018 рік таких діючих компаній було 2600.

Не зважаючи на наявність численних перепон для подальшого розвитку факторингу та форфейтингу: нестабільність світової і вітчизняної економіки, політичні конфлікти, низький рівень проінформованості населення про можливість користування цими послугами, недосконала нормативна база у більшості країн світу, дослідники прогнозують подальше стрімке зростання ринку.

Серед основних тенденцій слід виділити зростання ролі країн, що розвиваються, стандартизація послуг у всьому світі та поширення єдиної нормативної бази.

Ще однією тенденцією наступних років, в умовах технологічного прогресу та впливу діджиталізації, стане розвиток електронних платформ надання фінансування. Одними із таких видів слід виділити EDI-факторинг та краудфандинг, які вже активно збільшують свої обсяги на ринку кредитування. Зокрема, перевагами такого онлайн-кредитування є:

- надання кредитів більшому колу позичальників, за рахунок низьких вимог;
- зменшення витрат часу на обслуговування;
- спрощення процесу за рахунок онлайн-платформ;
- висока дохідність через відсутність потреби у додаткових витратах на обслуговування.

Щодо українського ринку факторингових і форфейтингових операцій – він знаходиться ще на етапі становлення. За останні 10 років він збільшився у 90 разів, що у вартісному показнику становить 47572,4 млн. грн.. За 2018 об'єм ринку становив 48105 млн. грн., що на 16741,6 млн. грн. або на 53,4% більше, порівнюючи з попереднім 2017 роком.

Серед загальних тенденцій слід виділити наступні:

- збільшення кількості небанківських установ, що надають послуги факторингу в Україні;
- збільшення кількості укладених договорів;
- збільшення загального об'єму ринку.

Найбільшими банківськими установами, що надають факторингові послуги з сумарною часткою на ринку 73% «ПУМБ», АТ «Укресімбанк», «ТАСКОМБАНК», «Райффйзен Банк Аваль» та «ОТП Банк». Їх сумарна частка на ринку становить 73%.

За 2018 рік, за даними Нацкомфінпослуг, найбільше факторингових та форфейтингових угод було укладено в сфері послуг. Їх частка становила 84% від усіх укладених договорів за цей термін. Слід також відмітити, що сфера послуг була лідером протягом усього періоду становлення ринку факторингових операцій в Україні.

В умовах глобальних тенденцій світу та за результатами аналізу українського ринку факторингу та форфейтингу, можна виокремити три основні проблемні напрями надання послуг:

- невідповідність світовим стандартам надання послуг та їх висока вартість, порівняно з іншими країнами;
- недосконалість законодавчої бази України у сфері регулювання факторингу та форфейтингу;
- складність внутрішніх та зовнішніх зв'язків фінансових установ у даній сфері.

Перспективою для факторингу та форфейтингу є розширення сфер фінансування та застосування онлайн-платформ для укладення угод. Для прикладу EDI-факторинг вже широко розповсюджений в інших розвинених країнах та вже

zareкомендував себе, як дуже зручний та ефективний метод отримання фінансування. Тому, існує велика перспектива до впровадження такого виду факторингу та форфейтингу в Україні.

Для вирішення найголовнішої проблеми факторингового та форфейтингового ринку – недосконалість законодавчої бази проведення даних операцій, в травні 2020 року Національний банк України випустив документ «Майбутнє регулювання небанківського мікрокредитування». Головні зміни торкнуться питань отримання ліцензій та спрощення входу на ринок, дотримання норм, правил та прозорості проведення факторингових та форфейтингових операцій, захисту прав учасників ринку. Для їх реалізації Національний банк України керуватиметься наступними принципами:

1. Відповідність: основні вимоги та нагляд будуть залежати від розміру, переліку наданих послуг, ступеню ризику окремих фінансових компаній;
2. Перспективність: аналіз можливого розвитку та перспективності діяльності;
3. Раннього виявлення та своєчасного реагування: виявлення потенційних ризиків на початкових етапах та вчасне їх усунення.
4. Професійне судження: для аналізу інформації застосовується комплексний та всебічний метод.
5. Правова визначеність: наявність чітких законодавчих та нормативно-правових актів

Таким чином, очікується зростання ролі класичного факторингу та форфейтингу, як інструменту доступного та швидкого фінансування, збільшення загальних об'ємів ринку та встановлення прозорості і дотримання правил проведення даних операцій учасниками ринку.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. // ВВР України. – 2000. – № 2121-III.
2. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 21.12.2000 № 2157-III.
3. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. № 4618-VI.
4. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 року № 2664-III.
5. Конвенція про УНІДРУА «Про міжнародний факторинг» від 28 травня 1988
6. Цивільний Кодекс України від 16.01.2003 № 435- IV, ст.1077
7. Вовчак О. Д. Факторинг : навч. посібник / О. Д. Вовчак, В. І. Рудевська, А. Л. Єпіфанова. – Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – 299
8. Демченко О. П. Інструменти управління фінансовими ризиками під час R2P-кредитування / О. П. Демченко, Ю. А. Романовська // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – № 14. – С. 342-347.
9. Дерев'янка С. І. Факторинг в Україні: стан і перспективи розвитку / Світлана Іванівна Дерев'янка. // Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал «ΛΟΓΟΣ. Мистецтво наукової думки». – 2020. – №10. – С. 34–40.
10. Діамандіс П. Переможець: як досягти колосального успіху і вплинути на світ / П. Діамандіс, С. Котлер. – Київ : К. Fund, 2016. – 253 с.
11. Довбня С.Б. Факторингове фінансування оборотних активів підприємства: особливості та перспективи / С.Б. Довбня, Т.М. Разгоняєва // Економічний вісник національного гірничого університету № 1, 2007. – С. 54–59.
12. Дубина М. Аналіз сучасного стану ринку факторингових послуг в Україні / М. Дубина, А. Жаворонок, П. Дубина // Проблеми і перспективи економіки та управління. - 2017. - № 4. - С. 134-145.

13. Елуфимова Е. А. Формирование та развитие факторинговых услуг в современной экономике : дис. канд. эк. наук : 08.00.10 / Елуфимова Екатерина Андреевна – Москва, 2009. – 146 с.
14. Измайлова Н. Сутність форфейтвнгу: позитивні та негативні сторони його використання підприємствами / Наталія Измайлова. // Економічний аналіз. – 2013. – №12. – С. 207–210.
15. Карп'як Я. С. Факторинг як інструмент вирішення фінансових проблем підприємства / Я.С. Карп'як, Л.І. Ріжко // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». Менедж. та підприємництво в Україні : етапи становлення і пробл. розв. – 2009. – № 647. – С. 70–74.
16. Козакова М. О. Факторингові послуги на ринку короткострокового кредитування України / М. О. Козакова // Магістреріум. – 2014. – Вип. 56. Економічні студії. – С. 55–58.
17. Колодізева С. О. Розвиток ринку факторингових послуг України в умовах європейської інтеграції / С. О. Колодізева // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1. – С. 282–287.
18. Курінна О. В. Факторинг в Україні: проблеми та перспективи розвитку / О. В. Курінна. // Науковий вісник Академії муніципального управління. – 2013. – №1. – С. 212–222.
19. Левченко Н. М. Факторинг як інструмент ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємств / Н. М. Левченко, Г. В. Кравченко // Економічний простір. – 2009. – № 23/2. – С. 242–251.
20. Мамчин М. М. Особливості і наслідки впливу світової фінансово-економічної кризи на економіку України / М. М. Мамчин, Ю. В. Шамро // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - 2011. - № 2. - С. 171-179. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znrnudps_2011_2_18
21. Михайловська І. М. Банківські операції. Кредитно-модульний курс: навчальний посібник /І. М. Михайловська, А. В. Олійник// Львів: Магнолія 2006, 2016. – 660 с.

22. Отливанська Г.А. Перспективи та можливості застосування краудфандингу в інвестиційній діяльності підприємств України / Отливанська Г.А. // Проблеми економіки. – № 2, 2017. – С.276-281.
23. Пальчук О.І. Факторинг на ринку фінансових послуг: монографія / О. І. Пальчук. – Київ, 2011. – 164 с.
24. Попкова А. С. Перспективные факторинговые схемы для развития внешнеэкономической деятельности в условиях глобализации / Анна Сергеевна Попкова. // Сетевой журнал «Научный результат». – 2016. – С. 11–16.
25. Попович Д. В. Краудфандинг як новітній спосіб фінансування в Україні / Д. В. Попович, Н. В. Назар, Н. В. Савчин // Молодий вчений. – 2018. – №10. – С. 873-876.
26. Приходько А. А. Об истории развития факторинговых отношений / А. А. Приходько // Банковское право. – 2005. – № 3. – С. 58–63.
27. Сисоєв О. В. Маркетингова підтримка факторингу як економічного інституту / Олексій Володимирович Сисоєв. // Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій. – 2018. – С. 58–66.
28. Скакальський Ю.С. Факторинг як інструмент підвищення платоспроможності вітчизняних підприємств / Ю.С. Скакальський. – К.: укрінтеі. – 2006. – С. 256.
29. Склеповий Є. В. Ринок факторингових послуг в Україні. Фінанси України. 2005. № 9 (118). С. 109–115.
30. Смирна О. В. Особливості та проблеми реалізації факторингових операцій в Україні / О. В. Смирна, О. А. Береславець. // Бізнес Інформ. – 2020. – №1. – С. 324–330.
31. Сприндис С. І. Форфейтинг. Поняття, особливості та види / С. І. Сприндис // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. «Право». - 2018. - Вип. 28. - С. 66-70.
32. Череп А. В. Банківські операції: навч. посіб. / А. В. Череп, О. Ф. Андросова. – К.: Кондор, 2008. – 410 с.
33. Чиж М. Д. Факторинг как инструмент финансирования внешнеэкономической деятельности : дис. канд. эк. наук : 08.00.14 / Чиж Михаил Давидович – Санкт-Петербург, 2005. – 184 с.

34. Шабанова О. Наукові підходи до тлумачення сутності «факторинг» / О. Шабанова, О. Парубець // Проблеми і перспективи економіки та управління. - 2017. - № 4. - С. 146-152.
35. Bakker Marie-Renle, Klapper Leora, Udell Gregory F. Financing small and medium-size enterprises with factoring: global growth and its potential in Eastern Europe - World Bank Publications. - 2004 - 43 p.
36. Bickers M. Factoring in the UK. - 8th edition. - 2003. - 232 p.
37. Demirguc - Kunt A., Maksimovic V. Firms as financial intermediaries: Evidence from trade credit data. Policy Research Working Paper Series. - No 2696. - World Bank. - 2002. - 54 p.
38. The Financial Services and Markets Act 2000 (Regulated Activities) Order 2001 (SI 2001/544): Regulatory Activities Order 36H approved by both Houses of Parliament UK.
39. Van Horen. Trade Credit as a Competitiveness Tool; Evidence from Developing Countries. MPRA Paper, University Library of Munich, Germany, 2004.
40. <http://finpuls.com/> – офіційний сайт громадської організації «Центр економічних досліджень та прогнозування «Фінансовий пульс»».
41. <http://kyivesco.com/> – офіційний сайт ТОВ «КиївЕСКО».
42. <https://fci.nl/en/home> – офіційний сайт міжнародної організації «Міжнародний факторинговий ланцюг».
43. <https://itfa.org/> – офіційний сайт Міжнародної асоціації торгівлі та форфейтингу.
44. <https://nfp.gov.ua/> – офіційний сайт Нацкомфінпослуг.
45. <https://tascombank.ua/> – офіційний сайт АТ «Таскомбанк».
46. <https://uncitral.un.org/en> – офіційний сайт Комісії ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНІСТРАЛ).
47. <https://www.aval.ua/> – офіційний сайт ПАТ «Райффайзен Банк Аваль».
48. <https://www.eximb.com/> – офіційний сайт АТ «Укрексімбанк».
49. <https://www.otpbank.com.ua/> – офіційний сайт АТ «ОТП Банк».
50. <https://www.pumb.ua/> – офіційний сайт банку ПАТ «ПУМБ».
51. <http://ukrfactor.com/> – офіційний сайт Асоціації факторингових компаній України.

52. Біла книга «Майбутнє у регулюванні небанківського фінансового сектору» [Електронний ресурс] // Національний банк України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/proekt-biloyi-knigi-maybutnyu-u-regulyuvanni-nebankivskogo-finansovogo-sektoru>.
53. Волянська Л. О. Стан і перспективи розвитку факторингу в Україні [Електронний ресурс] / Л. О. Волянська. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://libfor.com/index.php?newsid=3288>.
54. Загальна вартість транзакцій в сегменті альтернативного кредитування [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/outlook/399/100/alternative-lending/worldwide#market-revenue>.
55. Звіт про діяльність Національної комісії, що здійснює Державне регулювання у сфері ринків Фінансових послуг, за 2013 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dfp.gov.ua/>.
56. Климко Т. Ю. Компаративний аналіз факторингових операцій та інших фінансових інструментів [Електронний ресурс] / Т. Ю. Климко, В. К. Макарович. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgi_iris_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvbdfa_2013_2_5.pdf.
57. Нацбанк планує розширити джерела фінансування фінокмпаній [Електронний ресурс] // Мінфін. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://minfin.com.ua/2020/05/05/44783862/>.
58. Огляд ринку онлайн-кредитування [Електронний ресурс] // J'son&PartnersConsulting. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://json.tv/>.
59. Прохорова Ю. В. Дослідження стану ринку факторингу в Україні [Електронний ресурс] / Ю. В. Прохорова, М. О. Терновська. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.
60. Р2Р-инвестирование как альтернативная финансовая услуга. [Електронний ресурс] // Департамент поддержки малого и среднего предпринимательства Внешэкономбанка. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: www.veb.ru/common/upload/files/veb/inter/mg/20151016_pr3.pdf.

61. Сравнение сервисов p2p-кредитования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://30mln.ru/sravnenie-servisov-p2pkreditovaniya/>.
62. Статистичні дані щодо обсягів факторингу Міжнародної асоціації факторингу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://fci.nl/en/solutions/statistics>.
63. Українське агентство фінансового розвитку. Ринок факторингових послуг: тенденції розвитку та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ufin.com.ua/analit_mat/strah_rynok/116.htm.
64. Электронный факторинг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3.
65. Annual Review 2019 FCI [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://fci.nl/downloads/Annual%20Review%202019.pdf>.
66. Compare peer to peer investments [Electronic resource]. – Access: <https://www.money.co.uk/savings-accounts/peer-to-peersavings-accounts.htm>.
67. «Factor of the year rewards» by FCI [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://fci.nl/en/members/fci-awards>.
68. FCI General Rules For International Factoring [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: https://www.garantibbvafactoring.com/files/pdf/FCI_GRIF.pdf.
69. Global Marketplace Lending: Disruptive Innovation in Financials [Electronic resource] / Morgan Stanley Research. – 2015. – Access: <https://bebeez.it/wp-content/blogs.dir/5825/files/2015/06/GlobalMarketplaceLending.pdf>.
70. Hayes, D. How to invest using peer-to-peer lending [Electronic resource]. – Access: <https://clark.com/personal-finance-credit/how-to-invest-using-peer-to-peer-lending/>.
71. Hoffmann, R. Small And Medium Enterprises (SMEs) In China [Electronic resource] / R. Hoffmann. – Access: <https://ecovisbeijing.com/investment/smes-china/>.

72. IOSCO Research Report on Financial Technologies (Fintech) [Electronic resource] / International Organization of Securities Commissions, 2017. – Access: <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD554.pdf>.
73. Lending Club [Electronic resource]. – Access: <https://www.lendingclub.com/investing/alternative-assets/how-it-works>.
74. Liu, M. Internet Finance and Regulation in China [Electronic resource] / M. Liu // Fung Global Institute, August, 2015. – Access: <http://www.asiaglobalinstitute.hku.hk/en/wp-content/uploads/2015/08/FGI-Report-Internet-Finance-part-I-Main-Report-2.pdf>.
75. Moules, J. Santander in peer-to-peer pact as alternative finance makes gains [Electronic resource] / J. Moules // Financial Times. – Access: <https://www.ft.com/content/b8890a26-f62a-11e3-a038-00144feabdc0>.

