

**Т.О. Семененко, канд. екон. наук, доц.,  
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”**

## **ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БАНКУ**

Проблема конкуренції і конкурентоспроможності є однією з найдавніших в економічній теорії. Ще Адам Сміт говорив, що невидима рука керує світом, і ринкова економіка тому не розвалюється, що конкуренція розставляє все на свої місця, і люди, які прагнуть лише задовольнити свої власні інтереси, в остаточному підсумку працюють на благо суспільства. Але суспільство розвивається, переходить від попереднього етапу до наступного. Об’єктивні важелі науково-технічного прогресу вносять свої корективи як у функціонування суспільства в цілому, так і у функціонування економіки, у розвиток конкурентних відносин на різних рівнях.

Формування та розвиток конкурентних переваг окремого суб’єкта господарювання має дедалі менше альтернатив. З кожним роком зростаюча конкуренція примушує підприємців шукати нові форми фінансування, альтернативні простому кредитуванню. Тому фінансові інститути намагаються розробити продукт, який відповідав би жорстким вимогам, в яких сьогодні працює більшість постачальників. Одним з таких продуктів є факторинг. Тому проблема дослідження полягає в пошуку відповіді на питання: яким чином за допомогою факторингу можна значно прискорити обіговість коштів, збільшити обсяги продаж, стати першим серед рівних.

Згідно з економічним словником факторинг – це комплекс послуг, який банк (або факторингова компанія), що виступає в ролі фінансового агента, надає компаніям, які працюють зі своїми покупцями на умовах відстрочки платежу. Послуги факторингу включають не тільки надання поставщику і отримання від покупця грошових коштів, а й контроль стану заборгованості покупця за поставками, здійснення нагадування дебіторам про настання строку платежу, проведення звірок з дебіторами, надання поставщику інформації про поточний стан дебіторської заборгованості, а також ведення аналітики по історії і поточних операціях.

Динаміка розвитку ринку факторингових послуг у провідних країнах світу протягом останніх 7 років позитивна – щорічне зростання обсягів факторингових послуг близько 18 %. Обсяг факторингових операцій у країнах Європи за 2006 р. становив 806 983 млн. євро, Азії – 149 995 млн. євро, Америки – 140 944 млн. євро, всього у світі – 1 134 288 млн. євро. На сьогодні обсяг послуг факторингу у країнах Європи становить до 10 % ВВП. Активно зростають обсяги факторингових послуг у країнах Балтії та Росії. Щодо України, то існує думка, що для ефективного розвитку факторингу важливо, щоб законодавство принаймні не заважало такому розвитку. Наразі закони України такому виклику часу не відповідають.

Деталізуємо економічну сутність факторингу. Основна ціль цього комплексу послуг полягає в стимулюванні зростання обсягів продаж. Клієнт отримує необхідні грошові кошти відразу після поставки, до настання строку платежу. Факторинг дозволяє клієнту запропонувати своїм покупцям за відчужені товари чи надані послуги більш тривалі відстрочки платежу, що на сьогодні є вагомою конкурентною перевагою. За допомогою факторингу клієнт може в короткі строки значно збільшити обсяг продаж, обмежений лише можливостями покупця.

Серед явних переваг факторинг має поки що певні недоліки. Користувачем факторингу, на жаль, не може стати дрібний підприємець з відносно невеликою виручкою, бо сам по собі цей продукт є дорогим і ресурсномістким. За оцінками спеціалістів, вартість одного лише програмного забезпечення може сягати понад 500 тис. дол. А в порівнянні з кредитуванням на той самий обсяг фінансування при факторинговому обслуговуванні може бути задіяно у 2-3 рази більше співробітників банку. Причому незалежно від обсягів фінансування витрати на обслуговування майже однакові. Для банку як продавця послуги факторингу завжди буде загроза ризику того, що отриманий дохід не перекриє витрати на обслуговування клієнта. Отже, комплекс факторингових послуг вимагає удосконалення технології, що призвело б до зменшення їх собівартості.

Як і кожний різновид кредитування, факторинг має в собі ризик дебіторської заборгованості. Адже по ряду об'єктивних причин досить успішне на сьогодні підприємство завтра може стати банкрутом. Тому банк повинен мати змогу протидіяти цьому за допомогою проведення комплексу таких заходів, як регулярний моніторинг фінансового стану клієнта, ретельна перевірка клієнтів і дебіторів, управління дебіторською заборгованістю тощо.