

ФАКТОРИНГ И ФОРФЕЙТИНГ КАК СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

Арзуманян И.А., Ломейко Е.А., студентки 4-го курса
Научный руководитель Карсеко А.Е., ст. преп. кафедры
«Экономика и право»

Белорусский национальный технически университет
Минск, Беларусь

Актуальность использования факторинговых и форфейтинговых операций при осуществлении расчетов между хозяйствующими субъектами в последнее время возрастает в связи с увеличением экономических рисков.

В случае, когда производители и поставщики ведут торговую деятельность на условиях отсрочки платежа и им предоставляется комплекс финансовых услуг, речь идет о факторинге. При этом подразумеваются, как правило, краткосрочные требования. В основе факторинговых операций лежит покупка банком платежных требований поставщика на отгруженную продукцию и передача поставщиком банку права требования платежа с покупателя.

Под форфейтингом понимают форму кредитования внешнеторговых операций, при которой специализированная компания (форфейтер) осуществляет покупку у экспортера кредитных обязательств импортера. Подобные обязательства оформляются, как правило, в виде векселей. Таким образом, расчет покупателя с поставщиком осуществляется через вексель, который впоследствии продается форфейтеру с дисконтом, а в случае неплатежа форфейтер принимает на себя риски и становится кредитором покупателя.

Срок, на который предоставляется финансирование, является главным отличием между факторингом и форфейтингом: при факторинге выкупается краткосрочная задолженность, при форфейтинге – долгосрочная.

В случае, когда риски ложатся на фактора или на продавца и нет возможности взыскать задолженность, можно говорить о факторин-

ге с регрессом и без. А в форфейтинге продавец не несет никаких рисков после уступки требований форфейтеру.

УДК 330.13

ВОЗРАСТАЮЩАЯ ОТДАЧА

Арзуманян С.А., студент 4-го курса
Научный руководитель Васюченко Людмила Петровна,
канд. экон. наук, доцент

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Феномен возрастающей отдачи, в последнее время становится все более популярным предметом исследования[2].

Возрастающая отдача – это тенденция, согласно которой те, что вырвались вперед, увеличивают отрыв, а те, что теряют первенство, теряют его навсегда. Она является механизмом положительной обратной связи, которая на усиление тех, кто имеет успех, и ослабление тех, кто несет убытки. Возрастающая отдача порождает не равновесие, но нестабильность: если товар, или компания, или технология – одни из многих, конкурирующих на рынке, – вырываются вперед благодаря случайности либо продуманной стратегии, то возрастающая отдача может преумножить это преимущество, и товар, или компания, или технология могут продолжать закрепляться на рынке.

Механизмы возрастающей и убывающей отдачи существуют параллельно во всех отраслях[2].

В действительности основная часть экономики фактически подчинена закону возрастающей отдачи – это область высоких технологий.

Для стратегии на рынках, основанных на знании, важно также и психологическое позиционирование. Под влиянием возрастающей отдачи конкуренты будут выбывать на рынок не только если он занят, но и если они убеждены в том, что на нем сможет закрепиться кто-то еще. Следовательно, мы имеем дело с психологическим ма-