

## СПЕЦИФИЧНИ СДЕЛКИ ПРИ ФИНАНСИРАНЕ

Марияна Ангелова, Даниел Александров,

Икономика на търговията, IV курс

**СА “Д. А. Ценов” – Свищов**

През втората половина на 20 – ти век в световната икономика се наблюдаваше процес на бързо развитие на лизинговата дейност като специфична форма на инвестиране на капитали и възмездно предоставяне на правото на ползване на обекта на тази дейност. През 1973 г. в Европа е създадена “ Leaseurope “ – Европейска федерация на асоциациите на лизинговите компании, в които понастоящем членуват 23 държави. У нас лизингът се налага в началото на 80 – те години, а през 1987 г. България става седемнадесетата страна – членка на “Leaseurope “ чрез националната лизингова асоциация “ Булгарлизинг “.

Лизингът е сложна финансова операция, обхващаща цялата гама от отношения, възникващи между производителя на обекта на лизинг, лизингодателя, по повод на сключен лизингов договор между лизингодателя и лизингополучателя и сключен договор за покупко – продажба между лизингодателя и доставчика. При лизинга са налице качествено нови елементи в технологията на осъществяването му, произтичащи от по-различния краен резултат, който се постига чрез него. Лизингът е споразумение, скрепено с договор, според който едната страна собственик на определен дълготраен актив, наречена лизингодател, предоставя правото за използването му на втората страна по сделката наречена лизингополучател, срещу определени плащания за ограничен срок от време, след който лизингополучателят може да стане и собственик на обекта на лизинговата сделка.

Това определение откроява на първо място основната характеристика на лизинга: срещу заплащането на определени вноски, лизингополучателят получава само правото да ползва вещта, а не собствеността върху нея. И на второ място-обект на лизинговия договор са дълготрайни материални и нематериални активи.

Най - ясно същностните характеристики на лизинга могат да се разкрият при характеризиране на субектите на лизинговите отношения, обектите на лизинговите сделки, а също и видовете лизинг, разпространени в международната практика.

Три основни елемента характеризират лизинговата сделка: обект на сделката; страни по лизинговата сделка и лизингов договор между страните. Към лизинг се ориентират фирми, които:

А) са много зависими от постиженията на научнотехническия прогрес. Чрез лизинг те се стремят да обновят максимално бързо и ефективно морално остарелите технологии и оборудване;

Б) получават данъчна изгода от приложението на лизинговата операция;

В) изпитват недостиг от финансов ресурс за инвестиционна дейност, лизингът позволява наемните вноски да се изплащат от печалбата при експлоатацията на наемното оборудване;

Г) получават по-голяма изгода при финансирането на инвестиционния проект с лизинг в сравнение с другите алтернативни възможности за финансиране на проекта.

Изброените особености се доближават много до характеристиките на българските фирми днес. Това ясно показва, че условие и потребности от използването на лизинга в България има.

Лизингът като съвременно средство за финансиране с оглед на икономическата ситуация в страната ни дава много добри възможности за развитие на дребния и среден бизнес защото:

- ✓ дава възможност за дългосрочно финансиране на 100% от стойността на обекта на операцията;
- ✓ значително разширява съществуващите възможности, предлага известна свобода за маневриране с различните финансови средства, осигурява тяхното по-ефективно и гъвкаво управление;
- ✓ закономерно се съкращават сроковете на морална амортизация на машините и съоръженията;
- ✓ дава възможност за обновяване на машинния парк на производствените предприятия, в зависимост от измененията в конюнктурата;
- ✓ решава проблемите на техническо обслужване;

- ✓ по-благоприятни условия на експлоатация на наетите машини и съоръжения;
- ✓ наемът за ползваните машини се включва в общите разходи, които се приспадат от сумите, подлежащи на облагане с преки данъци;
- ✓ ефективно средство за проучване на технико икономическите показатели на дадено оборудване с цел последващата им покупка;
- ✓ продължителен тесен контакт между контрагентите;
- ✓ не се ограничава неговата платежоспособността на предприятието и което е особено важно – не се нарушава възможността за получаване на банкови кредити.

Друга форма на финансиране на бизнеса е факторингът. Той се определя като финансово-търговска посредническа операция, свързана с инкасиране на вземания по продажбата на продукция, стоки и услуги, т.е. факторингът като търговска сделка е свързан с покупко-продажбата на “права на вземания” както за повече извършени търговски сделки, така и за права на вземания, произтичащи от осъществяване на бъдещи търговски сделки.

Факторингът още може да се определи като “търговска дейност, при която една компания, наречена фактор поема отговорност да събира вземания на друга компания. Условията за съществуване на факторинга като финансово – търговска операция са:

1. Да е осъществена търговска сделка по продажба на стоки, продукти и услуги или да съществуват идеи за осъществяване на сделки по продажби в бъдеще и възникване на бъдещи вземания по продажби.
2. Разплащането по осъществените търговски сделки да не е “кеш”, т.е. моментът на сключване на търговската сделка и моментът на инкасиране на вземанията да не съвпадат, а да се отдалечават във времето. Именно несъвпадането във времето на сключване на търговската сделка и времето на нейното инкасиране поражда рискове от неплатежоспособност за продавача на стоките ресурси.

Следователно, чрез тази сделка продавачът на стоки и услуги продава правата по инкасиране на вземания от продажби от свои клиенти на друг субект, наречен фактор, който купува правото да инкасира, т.е. да събере вземанията от продажби от клиента и получателя на стоката срещу заплащане на определена цена, наречена факторингова цена. Обикновено факторинговата сделка е

последваща търговската сделка по продажбата на стоковия ресурс, от която се поражда права на вземания.

На съвременният етап, факторингът като търговска посредническа сделка съчетава следните функции:

- ✓ посреднически функции по инкасиране на вземанията и прехвърлянето им по сметката на продавача;
- ✓ функции по инкасиране на продавачите на стокови ресурси;
- ✓ функции по счетоводно отчитане, компютърна обработка на информацията, свързани с инкасиране на вземанията по продажби;
- ✓ застрахователна и защитна функция срещу риска от неплатежоспособност и некоректност на купувача на стоката.

Сделката за факторинг е благоприятна за приложение в българската икономика, защото на макроравнище факторът съдейства за снижаване на взаимната задлъжнялост между стопанските субекти и повишаване на тяхната ликвидност. Едновременно с това факторът стимулира експортните търговски операции и нарастване на брутния вътрешен продукт както и намаляване на безработицата. На микроравнище икономически изгоди реализират, както продавачът на стоки и права на вземания, така и факторът.

За продавачът на стоката и правата на вземания от продажби изгодата се изразява в следното:

- ✓ Чрез прехвърляне правата на вземания продавачът се освобождава от необходимостта да извършва дейности по инкасиране на вземанията. Застрахова се и прехвърля рисковете от неплатежоспособност на избрания от него клиент, т.е. дебиторските рискове върху фактора. Именно чрез сключената търговска сделка с фактора продавачът се предпазва от загуби, породени от евентуалната неплатежоспособност и некоректност на избрания от него клиент.
- ✓ Чрез предоставяне на авансови плащания по прехвърлените права на вземания продавачът получава парични средства, които веднага инвестира в бизнеса си и преодолява недостига си от ликвидни средства. Едновременно с факторинга съществува и друг вид търговска сделка имаща за обект права на вземания, а именно “форфетиране”.

При него продавачът продава стоката на кредит и получава от купувача на стоката цена книга – запис на заповед или менителница, като плащането по

тях е обезпечено с нанесено върху документите поръчителство (авал) от банка. В следствие продавачът на стоката продава получената ценна книга на форфетър (банка или друг финансов институт) и получава веднага плащане, но след припадане на определен процент (сконто) в полза на форфетъра.

Форфетирането се отличава от факторинга по няколко съществени характеристики. На първо място, факторингът се прилага за краткосрочно финансиране на търговията с потребителски стоки, докато форфетирането обслужва главно договори за доставка на машини и съоръжения с производствено предназначение. В съответствие с това, форфетирането се прилага при кредитиране за срок от няколко години и за суми не по-малки от \$250 000. От друга страна, форфетирането покрива политическите и преводните рискове, които в повечето случаи не се поемат от фактора. Форфетираната менителница винаги се джиросва с клауза за отказ от регресен иск.

В резултат от форфайтинговата операция:

- ✓ Банката, извършваща форфайтинг поема риска от несъбираемост на вземането.
- ✓ Купувачът получава средносрочен кредит – до 5 години.
- ✓ Продавачът незабавно получава дисконтираната стойност на записите на заповед или менителниците.
- ✓ Форфетърът получава авансово изплатената на продавача сума и печалбата от операцията на съответните падежи на полицата.

Друга форма на финансиране, която днес широко се използва за започване на нов частен бизнес е франчайзингът.

“Франчайзингът е договорна форма, при която една фирма предоставя на друга фирма правото да използва нейната марка, технологиите и др. за определен срок от време срещу заплащане в определена форма. Фирмата, която предоставя правата се нарича франшизър, а фирмата, на която са предоставени правата – франшизент”.

Международната асоциация по франчайзинг определя франчайзинга като “продължително сътрудничество, при което франшизърът предоставя лицензна привилегия за извършване на бизнес плюс помощ при организацията, обучението, стимулирането на продажбите и управлението срещу възнаграждение от страна на франшизента”.

Фирмата – франшизър е голяма и мощна, с утвърдено реноме и търговска марка, а фирмата – франшизент обикновено е малка, неизвестна, или стартираща в бизнеса, но запазвайки юридическата си независимост. Разгледано от финансова и търговска гл.т. франчайзингът е алтернатива на инвестирането на значителни средства за разпространение на стоки и услуги, която позволява на франшизента, а понякога и на франшизъра да осъществява самостоятелно предприемаческа дейност при наличие на ограничени финансови средства чрез инвестиране на ограничен капитал с ограничен риск. Посоченото е особено атрактивно за малките и нови фирми, които търсят своето място на пазара.

Основните фактори за бързото развитие на франчайзинга са: увеличаващият се производствен капацитет на предприятията, наситеността на пазара с различни видове стоки и услуги, което налага прилагане на нови, по-ефективни методи за организация на пласмента и за въздействие върху потребителите. За предоставената привилегия да ползва търговска марка, ноу-хау и утвърдена бизнес концепция, франшизентът заплаща на франшизъра франчайзингово възнаграждение. То трябва да бъде в размер, който да покрие цената на правото на ползване на защитени права на индустриална собственост на франшизъра, на изключителното право на продажба на стоките и услугите на франшизиращия бизнес и фактическите разходи, които франшизърът прави за предоставяне на услуги и доставка на стоки на франшизента. Във възнаграждението трябва да се включи и разумна печалба за франшизъра.

Обикновено франчайзинговото възнаграждение се формира от 2 елемента:

А) първоначална франчайзингова такса – изчислява се като глобална сума, покриваща предварителните разходи на франшизъра за подготовката и стартирането на франчайзинговия бизнес.

Б) текущи отчисления – те се заплащат от франшизента и служат за справедливо разпределение на ефекта от осъществяване на франшизиращия бизнес между двете страни по франчайзинговия договор.

Съществени предимства за франшизента:

- ✓ вече изпитаните и оценени бизнес концепции правят старта в бизнеса значително по-сигурен;
- ✓ реализират в кратки срокове добри печалби;
- ✓ запазва юридическа независимост;

- ✓ не е необходимо да притежава знания за специален вид бизнес, поради тренинг програмата на франшизьора;
- ✓ възползва се от национално и международно известни търговски марки;
- ✓ финансово; рекламно; маркетингово; информационно подпомагане от франшизьора при създаване на бизнеса;

Предимства за франшизьора:

- ✓ той е ефикасно средство за експанзия на вътрешния и международен пазар;
- ✓ инвестициите са значително по-малко, отколкото при разкриване на филиали на фирмата;
- ✓ минимизиране на възможностите за поява на политически и валутни рискове;
- ✓ получаване на доход от всеки франшизист под формата на такси и хонорари;
- ✓ възможност за предоставяне срещу заплащане на умения, знания и опит, които не подлежат на патентоване и това ги прави непродаваеми извън франчайзинга.

Преди да се сключи франчайзинговото споразумение следва да се отчитат и потенциалните рискове, които крие за участниците в него.

Тенденция във франчайзинга е диверсификация на областите на неговото приложение, освен традиционни области като автомобили, бензиностанции, безалкохолни напитки, недвижими имоти, ресторанти, хотели и мотели, днес най – големият растеж на франчайзинга е в сектора на услугите : туристически и пътнически агенции, наемане на автомобили, ремонтни услуги, фризьорски салони, фитнес центрове, охранителни фирми, видеоцентрове, някои професионални услуги като юридически, зъболекарски и др.

Консигнацията може да се определи като форма на търговско посредничество, при която доверителят – собственик на стоковия ресурс и още наречен консигнант делегира права на друг търговски субект, наречен консигнатор да организира пласмента на стоковия ресурс при определени условия, поставени от консигнанта и срещу определена цена. Онова, което отличава консигнационното посредничество от комисионерските операции е обстоятелството, че обект на посредническата дейност са търговските операции, свързани с пласмента на стоковите ресурси, с определен материално–веществен израз, т.е. с осъществяване на акта.

Консигнаторът осъществява дейността си само при пласмента на материално-веществени активи, а не и на услуги. Тази дейност се осъществява в два варианта:

1. Да извърши продажба на стоковия ресурс от името и за сметка на консигнанта. В този случай консигнаторът не става собственик на стоковия ресурс, както и на паричния. Следователно резултатът от извършената продажба рефлектира и се отразява във финансовия резултат и баланса на консигнанта.
2. Да извърши продажбата на стоковия ресурс от свое име, но за сметка на консигнанта. В този случай консигнаторът придобива собственост както върху стоковия ресурс, така и върху паричния поток. Резултатът от осъществената търговска сделка рефлектира във финансовия резултат и баланса на консигнатора. Същественото в този случай е, че консигнаторът първо осъществява акта на продажбата на стоковия ресурс и след това осъществява акта на неговата покупка.

Причините, които обуславят приложението на консигнационните сделки и консигнационното посредничество са няколко:

1. Насищането на стоковия пазар със стокови ресурси и нарушаване на пазарното равновесие в полза на стоковото предлагане.
2. Наличието на морално остарели и залежали стоки, стоки с некачествени параметри, за които съществува риск за успешното им пласиране на пазара и възвръщане на стокопроизводителите и търговците на вложените в тях парични ресурси. Ето защо в този случай е по-добре да се възложи продажбата им чрез консигнатор, който да организира по подходящ начин предлагането им на пазара и техния пласмент.
3. Съпътстващите трудности пласмента на новопроизведените и новопоявилите се стоки на пазара. Това се обяснява с обстоятелството, че у купувачите винаги съществува респект, психологически страх и недоверие в качествените характеристики на новопроизведените стоки, а и пазара ги приема с недоверие.

Широкото приложение на консигнационното посредничество в търговско – икономическите отношения носи икономически изгоди на микро и макро равнище.



На макро равнище икономическото значение на консигнацията се изразява в няколко аспекта:

- ✓ Чрез консигнацията се ускорява процесът на обръщение и възвръщаемостта на капитала.
- ✓ Преодолява се натрупването на трудно пласируеми стокови запаси и се създават предпоставки за ритмичен възпроизводствен процес.
- ✓ Създават се условия за задоволяване потребностите на населението с по-ниски доходи.

На микро равнище икономическите изгоди от консигнацията се реализират както за консигнанта, така и за консигнатора.

По съществени икономически изгоди реализира преди всичко консигнаторът. За него това е най-изгодната и най-предпочитаната форма на търгуване. Икономическото значение на консигнационното посредничество може да се търси в няколко аспекта:

1. Чрез тази форма на търгуване, консигнаторът по същество осъществява бизнес без да влага собствен оборотен капитал, поддържа присъствието си на пазара чрез чужд оборотен капитал, не прекъсва продажбите си и осигурява трудова заетост на персонала си без да инвестира собствени финансови ресурси.
2. Чрез консигнацията консигнаторът се освобождава от рисковете, свързани с покупката на стоките, притежанието на стоковия ресурс и освобождаването чрез пласмент от него. Възприетата технологична схема на консигнацията “купуваш това, което вече си продал” предпазва консигнатора да инвестира собствен оборотен капитал в стоки, за които съществува риск да бъдат успешно и икономически изгодно пласирани, следователно чрез консигнацията той се предпазва от натрупване на огромни загуби от трудно пласируеми бавно ликвидни стокови ресурси.
3. Чрез консигнацията консигнаторът –търговец икономисва онези разходи, които би понасял, ако притежаваше стоките, с които търгува. Разходите, свързани със съхранението и транспортирането на стоките, с естествените загуби и загуби от развала, от морално остаряване и демодирание по същество се понасят от собственика на стоката, консигнанта, а не от консигнатора.

Взаимоотношенията между консигнанта и консигнатора се уреждат от консигнационен договор. Предметът на договора се състои в това, че консигнаторът се задължава да съхранява и продава предоставените му от консигнанта стоки срещу получаването на комисионни възнаграждения. Обект на договора са стоките, които се предават за продажба. Тези стоки остават собственост на консигнанта до продажбата им на трето лице. Чрез консигнационната форма на продажба се реализират предимно залежали стоки; нови стоки; стоки с висока стойност. Това са стоки, които не се търсят особено много от клиентите по различни причини и за тяхната продажба е необходимо по-дълго време.

Консигнационното посредничество носи икономически изгоди както за стопанските субекти, така и за потребителите и обществото като цяло.