



## РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА ФАКТОРИНГА В БЪЛГАРИЯ

гл. ас. д-р Галя Тасева-Петкова

Университет за национално и световно стопанство

## DIFFUSION OF FACTORING IN BULGARIA

Chief Assist. Galya Taseva-Petkova, PhD

**Abstract:** *The article examines the diffusion of factoring in Bulgaria. The analysis used data from empirical sociological survey conducted among 1000 non-financial enterprises. The results revealed a low diffusion of this service in the country. Empirical tests showed statistical connection between the use of factoring and basic characteristics of enterprises as their main activity, size and breadth of the market. It was found that a significant factor in low diffusion of factoring in Bulgaria is the fact that it is available mainly to large-sized companies. Construction and industry sectors are with the highest percentage of companies using factoring. Among the explanations for this is that they have a larger scale and higher need for short-term financing, due to the slow turnover of assets. Wider diffusion of factoring is observed among the companies exporting goods and/or services. Among the reasons for this are high risks accompanying foreign trade. Moreover, the administration of export transactions is more expensive and difficult. In addition, these transactions are usually for larger amounts and longer periods of deferred payment, creating liquidity problems for companies. It was also found that an essential factor for the low diffusion of factoring in Bulgaria is that companies are not familiar with this service.*

**Key words:** *factoring, accounts receivables, trade credit*

### Въведение

Факторингът се определя като сделка по прехвърляне на съществуващи неизискуеми вземания, както и бъдещи вземания, произхождащи от продажба на стоки или извършване на услуги с определен по правило кратък срок. В правната литература доминира становището за възникването на факторинга в началото на XIX век в САЩ, а към края на същия век се датира оформянето в съвременния му вид [3] [5]. В България появата на факторинга се свързва с прехода към пазарна икономика през 90-те години на XX век.

Mian и Smith (1992) посочват, че факторингът е аутсорсване на цялата дейност по управление на вземанията към един външен доставчик на услуги – факторингова компания. Те разглеждат различията в политиките по управление на вземанията като различия във възлагането на функционалните отговорности в процеса на кредитно администриране.

Употребата на факторинг е свързана с редица ползи за фирмите. Според Кларпер (2006) по света факторингът е нарастващ източник на финансиране както за големите корпорации, така и за МСП.

Ползването на факторинг дава редица предимства на доставчиците. Факторингът интегрира финансови и нефинансови услуги, обвързвайки ги с търговската дей-

ност на доставчиците. Това позволява на факторинг-клиента да спести разходи и да постигне по-висока рентабилност [3] [5]

Факторингът е форма на краткосрочно финансиране [3] [4]. Осигуряваният от фактора финансов ресурс предпазва доставчика от замразяването на оборотни средства, подобрява ликвидността му и повишава неговия капацитет за продажби с отсрочено плащане. Употребата на факторинг ограничава риска от неблагоприятния ефект на инфлацията върху стойността на вземанията и риска от обезценка на валутата, в която е деноминирано вземането.

Неговата употреба обаче крие и някои рискове. Например риск от загуба на клиенти, риск от влошаване на имиджа на фирмите, ползващи факторинг. В българските икономически условия съществуват предпоставки, които предполагат широкото разпространение на тази финансова услуга. Такива са най-вече високият дял на забавени и несъбираеми междуфирмени вземания, също така липсата на достатъчно алтернативи за осигуряване на оборотен капитал, свитото банково кредитиране, слабостите в управлението на вземанията, поради недостатъчно качество на мениджмънта на предприятията и др. Но също така са налице и обстоятелства, които възпират нейната по-широка употреба. Налице са редица пречки, сред които са изискванията на факторинговите дружества към фирмите, потенциални клиенти за минимален праг на оборота, това че факторингът все още остава скъп за повечето предприятия в страната, слабости по отношение на нормативната уредба и др. Всичко това предполага изследване на разпространението на факторинга в страната.

Факторингът се използва както в развитите, така и в развиващите се страни по света. Кларрег (2006) установява, че той е по-разпространен в страни с по-високо икономическо развитие и растеж и развити кредитно информационни бюра. В някои развити икономики, като американската, неговото значение на първостепенен източник на оборотно финансиране е характерно за определени индустрии. Докато в други развити икономики, като италианската, той има много по-широко значение като основен източник на оборотен капитал за фирмите.

Целта в статията е да се изследва разпространението на факторинга в страната през призмата на основни характеристики на фирмите, които използват факторинг и от тук да се направят изводи за базови фактори за неговата употреба.

За постигане на целта на изследването са поставени няколко задачи, а именно анализирано е разпространението на факторинга сред фирмите с:

1. различна основна дейност;
2. различна големина (според критериите брой заети лица и размер на оборота);
3. различен пазар (според това дали продават само на българския пазар или и на чуждестранния пазар).

#### **Емпирично изследване**

За анализиране на разпространението на факторинга в страната са ползвани данни от емпирично социологическо изследване, проведено през лятото на 2015 г. сред 1000 нефинансови предприятия<sup>1</sup>. Използвана е представителна гнездова извадка. Из-

---

<sup>1</sup> Изследването е проведено от агенция ЕСТАТ в рамките на Проект „Повишаване качеството на образованието и на научните изследвания в областта на бизнес – инженерството за изграждане на икономика, основана на знанието (иновациите) и финансите”, с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”, (Договор № BG051PO001-3.3.06-0053), реализиран от Висше училище по застраховане и финанси и партньор Институт за икономически изследвания на БАН



следването е проведено по метода на пряко стандартизирано интервю. Резултатите от анкетното проучване са обработени с програмен продукт SPSS. Данните са анализирани с помощта на непараметричния метод „ $\chi$  - квадрат анализ“, възприето е ниво на риск от  $\alpha$ -грешка 0,05, представени са едномерни и двумерни честотни разпределения.

Анкетираните са фирми с различна основна дейност. Най-голям е дялът на предприятията от сектор „Търговия; Ремонт на МПС“, а най-малък на предприятията от сектор „Селско, горско, ловно и рибно стопанство“.

**Таблица 1. Разпределение на фирмите според основната им дейност**

	Брой	Процент	Кумулативен процент
Селско, горско, ловно и рибно стопанство	46	4,6	4,6
Промисленост	101	10,1	14,7
Строителство	59	5,9	20,6
Търговия; Ремонт на МПС	380	38	58,6
Хотели и ресторанти	78	7,8	66,4
Транспорт, складиране и съобщения	60	6	72,4
Други	276	27,6	100
Общо	1000	100	

Разпределението на предприятията от извадката според техния размер, определен по показателя „брой заети лица“ е представена в Таблица 2. Преобладават микро предприятията (с до 9 заети лица), които съставляват две пети от анкетираните, а най-малък е дялът на големите предприятия (с 250 и повече заети лица), които са една десета от фирмите в извадката.

**Таблица 2. Разпределение на фирмите според броя на заетите лица**

	Брой	Процент	Кумулативен процент
От 1 до 9 заети	405	40,5	40,5
От 10 до 49 заети	222	22,2	62,7
От 50 до 249 заети	271	27,1	89,8
250 и повече заети	102	10,2	100
Общо	1000	100	

Структурата на извадката според размера на оборота на анкетираните фирми е представена в Таблица 3. Въпросът за размера на приходите от продажби е измерен на категорична скала с интервали с определени граници. Това позволява, до известна степен, да се заобиколи проблема с нежеланието на фирмите да разкриват точна информация за финансовите си показатели. Най-голям е дялът на предприятията с размер на оборота до 100 000 лв.

Таблица 3. Разпределение на фирмите според размера на оборота

Оборот	Брой	Валиден процент	Кумулативен процент
До 100 000 лв.	297	42,7	42,7
От 100 001 до 500 000 лв.	143	20,5	63,2
От 500 001 до 1 000 000 лв.	72	10,3	73,6
От 1 000 001 до 5 000 000 лв.	92	13,2	86,8
Над 5 000 000	92	13,2	100,0

Разпределението на анкетираните предприятия по критерия дали изнасят стоки и/или услуги е представено в таблица 4. Огромното мнозинство от предприятията не осъществяват износ. Фирмите, които отговарят, че работят предимно на ишлеме са с несъществен брой.

Таблица 4. Разпределение на фирмите според това дали изнасят стоки или услуги в чужбина (вкл. страни от ЕС)

	Брой	Процент	Кумулативен процент
Изнасят български стоки и/или услуги	152	15,2	15,2
Работят предимно на ишлеме	12	1,2	16,4
Не изнасят български стоки и/или услуги	836	83,6	100,0
Общо	1000	100,0	

В таблица 5 е представено разпределението на фирмите според отговорите им на въпроса дали използват услугата факторинг. Под една десета (едва 7,6%) от анкетираните фирми посочват, че използват факторинг. От тях, най-малък е дялът, на тези които ползват факторинг с регрес (без покритие на кредитния риск), а най-много са фирмите, които ползват и двата вида (с и без регрес). Тези данни биха могли да се интерпретират като обръщане на тенденцията и преминаване към превес на факторинга с покритие на кредитния риск. Но такъв извод не би могъл да бъде категоричен, поради липсата на информация за това каква част от вземанията на фирмите, които ползват и двата вида факторинг, са прехвърлени на факторингови компании съответно с и без право на регресен иск в случай на неплащане от страна на клиентите. Мнозинството от анкетираните предприятия не използват факторинг по една или друга причина. Значителна част от фирмите, близо една четвърт (22,7 %), споделят, че не са запознати с тази услуга. Това означава, че една от основните причини за слабото разпространение на факторинга в България е именно непознаването на неговите характеристики и предимства. От тази гледна точка за разширяване на факторинговия пазар в страната са необходими мерки за неговото популяризиране сред фирмите.

**Таблица 5. Разпределение на фирмите според употребата на факторинг**

	Брой	Процент	Кумулативен процент
Да, с регрес (без покритие на кредитния риск)	11	1,1	1,1
Да, без регрес (с покритие на кредитния риск)	25	2,5	3,6
Да, и двата вида	40	4,0	7,6
Не	697	69,7	77,3
Не са запознати с тази услуга	227	22,7	100,0
Общо	1000	100,0	

С помощта на метода  $\chi$  - квадрат анализ се установява статистически закономерна връзка между употребата на факторинг и основната дейност на фирмите ( $\text{sig}=0,000$ , коефициент на Стамат=0,166). В таблица 6 е дадено двумерното разпределение на фирмите според двете променливи.

**Таблица 6. Двумерно разпределение на фирмите според основната им дейност и употребата на факторинг**

	Използват факторинг	Не използват факторинг
Селско, горско, ловно и рибно стопанство	2	44
	4,3%	95,7%
	2,6%	4,8%
	0,2%	4,4%
Промишленост	15	86
	14,9%	85,1%
	19,7%	9,3%
	1,5%	8,6%
Строителство	10	49
	16,9%	83,1%
	13,2%	5,3%
	1,0%	4,9%
Търговия; ремонт на МПС	31	349
	8,2%	91,8%
	40,8%	37,8%
	3,1%	34,9%
Хотели и ресторанти	2	76
	2,6%	97,4%
	2,6%	8,2%
	0,2%	7,6%
Транспорт, складиране и съобщения	7	53
	11,7%	88,3%
	9,2%	5,7%
	0,7%	5,3%
Други	9	267
	3,3%	96,7%
	11,8%	28,9%
	0,9%	26,7%

\*Данните във всяка клетка от таблицата показват последователно 1) брой фирми; 2) процент от фирмите от съответния сектор, които използват, съответно не използват факторинг; 3) процент от фирмите, използващи, съответно не използващи факторинг, принадлежащи към различни сектори; 4) процент от всички фирми.

Делът на фирмите, които използват факторинг е най-висок за сектор „Строителство“ (16,9% от фирмите от сектора). Този сектор е един от най-засегнатите от кризата в България, което породило сериозни ликвидни затруднения за фирмите и доведе до формиране на още по-сериозни вериги от просрочени задължения. Друга причина за сравнително по-широкото разпространение на факторинга сред фирмите с тази основна дейност е в продължителния период на обръщаемост на активите, характерен за предприятията от този сектор, което създава трудности в поддържането на ликвидността им. Тези трудности се подсилват допълнително от свиването на банковото кредитиране. Следва делът на фирмите от Промислеността (14,9%), което може да се обясни по същия начин. Използването на факторинг позволява на фирмите да подобрят управлението на ликвидността си. Освен разликата в периодите на обръщаемост на активите, установената статистически закономерна разлика в разпространението на факторинга по отрасли, може да се обясни и с по-лесния достъп на големите фирми до тази услуга в нашата страна. Сектори като строителството и промислеността са капиталоемки, което предполага по-големи размери на фирмите, опериращи в тях.

Установява се и статистически закономерна връзка между употребата на факторинг и техния размер, определен според броя на заетите лица ( $\text{sig}=0,000$ , коефициент на Спирман  $=0,230$ ). В таблица 6 е дадено двумерното разпределение на фирмите според двете променливи.

**Таблица 6. Двумерно разпределение на фирмите според броя на заетите лица и употребата на факторинг**

	<b>Използват факторинг</b>	<b>Не използват факторинг</b>
От 1 до 9 заети (микро предприятия)	9	396
	2,2%	97,8%
	11,8%	42,9%
	0,9%	39,6%
От 10 до 49 заети (малки предприятия)	15	207
	6,8%	93,2%
	19,7%	22,4%
	1,5%	20,7%
От 50 до 249 заети (средни предприятия)	29	242
	10,7%	89,3%
	38,2%	26,2%
	2,9%	24,2%
250 и повече заети (големи предприятия)	23	79
	22,5%	77,5%
	30,3%	8,5%
	2,3%	7,9%

\*Данните във всяка клетка от таблицата показват последователно 1) брой фирми; 2) процент от фирмите от съответния размер според броя заети лица, които използват, съответно не използват факторинг; 3) процент от фирмите, използващи, съответно не използващи факторинг, с различни размери според броя заети лица; 4) процент от всички фирми.



От фирмите, които използват факторинг най-голям е дялът (38,2%) на средните предприятия според критерия брой наети лица. Следва дялът на големите предприятия (30,3%), а най-малък този на микропредприятията (11,8%), въпреки че те са най-многобройни. Големите предприятия, които като брой са едва десет процента от анкетираните фирми са близо една трета от фирмите, използващи факторинг. Според процента на фирмите, използващи факторинг от различните групи, обособени според тяхната големина (по критерия „брой на наетите лица“), на първо място се подреждат големите предприятия (22,5% или близо една четвърт). След тях се подреждат средните по мащаб предприятия, от които факторинг използват малко над една десета (10,7%). Малко по-малък е дялът на малките предприятия (6,8%), които ползват услугата факторинг, а най-малък, едва 2,2 % на микро предприятията. Този резултат е отражение на по-лесния достъп на по-големите по мащаби фирми до услугата факторинг.

В потвърждение на това се открива и закономерна връзка между употребата на факторинг и оборота на фирмите ( $\text{sig}=0,000$ , коефициент на Cramer=0,180). В таблица 7 е дадено двумерното разпределение на фирмите според двете променливи.

**Таблица 7. Двумерно разпределение на фирмите според оборота им и употребата на факторинг**

	<b>Използват факторинг</b>	<b>Не използват факторинг</b>
До 100 000 лв.	7	290
	2,4%	97,6%
	17,5%	44,2%
	1,0%	41,7%
От 100 001 до 500 000 лв.	6	137
	4,2%	95,8%
	15,0%	20,9%
	0,9%	19,7%
От 500 001 до 1 000 000 лв.	4	68
	5,6%	94,4%
	10,0%	10,4%
	0,6%	9,8%
От 1 000 001 до 5 000 000 лв.	12	80
	13,0%	87,0%
	30,0%	12,2%
	1,7%	11,5%
Над 5 000 000	11	81
	12,0%	88,0%
	27,5%	12,3%
	1,6%	11,6%

\*Данните във всяка клетка от таблицата показват последователно 1) брой фирми; 2) процент от фирмите от съответните интервали, обособени според оборота им, които използват, съответно не използват факторинг; 3) процент от фирмите, използващи, съответно не използващи факторинг, принадлежащи към съответните интервали, обособени според размера на техния оборот; 4) процент от всички фирми.

С увеличаване на оборота на фирмите нараства и процентът, на тези от тях които ползват факторинг. Както бе споменато, това е отражение на по-лесния достъп

на по-големите фирми до услугите на компаниите, предлагащи факторинг. При равни други условия по-големият оборот е резултат на по-висок дял на продажбите на кредит [7]. Което означава и по-сериозна необходимост от оборотно финансиране. По-високият оборот предполага и повече пазарна власт и по-голям брой клиенти, в резултат на което фирмите не се опасяват, че продажбата на вземанията им на доставчици на факторингови услуги би могло да доведе до сериозна загуба на пазарен дял.

Статистически закономерна зависимост ( $\text{sig}=0,000$ , коефициент на Cramer=0,206) се установява и между използването на факторинг и износа на стоки и/или услуги. В таблица 8 е дадено двумерното разпределение на фирмите според двете променливи.

**Таблица 8. Двумерно разпределение на фирмите според това дали изнасят стоки и/или услуги и употребата на факторинг**

	<b>Използват факторинг</b>	<b>Не използват факторинг</b>
Изнасят български стоки и/или услуги	31	121
	20,4%	79,6%
	40,8%	13,1%
	3,1%	12,1%
Работят предимно на ишлема	0	12
	0,0%	100,0%
	0,0%	1,3%
	0,0%	1,2%
Не изнасят български стоки и/или услуги	45	791
	5,4%	94,6%
	59,2%	85,6%
	4,5%	79,1%

\*Данните във всяка клетка от таблицата показват последователно 1) брой фирми; 2) процент от фирмите от съответните групи (обособени според критерия дали изнасят, работят на ишлема или не изнасят стоки и/или услуги), които използват, съответно не използват факторинг; 3) процент от фирмите, използващи, съответно не използващи факторинг, принадлежащи към съответните групи (обособени според критерия дали изнасят, работят на ишлема или не изнасят стоки и/или услуги); 4) процент от всички фирми.

Резултатите показват значително по-широко разпространение на факторинга сред фирмите, които продават стоки и/или услуги на външни пазари. Точно една пета от тях ползват факторинг, докато от предприятията, продаващи само на вътрешния пазар факторинг използват едва 5%. Съществуват няколко обяснения за това. Първото е че обикновено фирмите, осъществяващи износ са по-големи по мащаб. Вече бе коментирано значението на мащаба на фирмите за техния достъп до факторинг в страната. Сделките по износ на стоки и/или услуги са свързани с по-сериозни рискове, тяхното администриране е по-трудно и скъпо за отделните фирми, които често нямат достатъчно собствен капацитет за тяхното управление.

Значително по-големият процент от фирмите, осъществяващи износ, които ползват факторинг може да се обясни и с по-дългите срокове за плащане по външно-търговските сделки, предоставяни от фирмите в страната [6], което подсилва ликвидните затруднения за предприятията, които са принудени да ангажират по-дългосрочно финансов ресурс за финансиране на кредитите за клиентите. Освен това, при равни други условия, тези сделки са за по-големи стойности, което означава замразяване





на значителни финансови ресурси на фирмите продаващи с отсрочено плащане, които биха могли да използват тези средства в дейността си, за разширяване на продажбите на кредит и в крайна сметка за подобряване на своята ликвидност и ефективност.

В допълнение неплащането и дори само забавянето на плащането по значителни по стойност сделки би могло да генерира сериозни ликвидни затруднения и дори фалит на доставчиците. Факторингът с покритие на кредитния риск предпазва фирмите от такъв сценарий. Но дори използването на факторинг с право на регресен иск допринася за редуциране на вероятността от подобно неблагоприятно развитие за фирмите, продаващи с отсрочено плащане. Доставчиците на факторингови услуги разполагат със значително по-висок капацитет за ефективно управление на търговски вземания и принудително събиране при необходимост. Освен това самото обстоятелство, че са длъжници към финансова институция кара фирмите, купувачи с отсрочено плащане, да са по-коректни платци.

Още едно обяснение за по-големия процент фирми, изнасящи стоки и/или услуги, които използват факторинг е това, че по-широкият пазар и по-големият брой клиенти, които при равни други условия имат фирмите осъществяващи износ подобряват техните пазарни позиции. Това ги прави по-независими в решенията за ползване на факторинг, тъй като редуцира възможните неблагоприятни ефекти при евентуална загуба на клиенти в резултат на продажба на търговски вземания.

### **Заклучение**

Резултатите показваха закономерни зависимости между използването на факторинг и основни характеристики на предприятията в страната като тяхната основна дейност, големина и широта на пазара. Установи се също, че съществен фактор за слабото разпространение на факторинга в България е непознаването на тази услуга. Друг такъв фактор е обстоятелството, че той е достъпен основно за големите по размер фирми, които са значително по-малка част в структурата на предприятията в страната. Значим фактор за използването на факторинг е и осъществяването на дейност по износ на стоки и/или услуги. Сред причините за това са съществено по-високите рискове, съпровождащи външнотърговската дейност и по-скъпото и трудно администриране на тези сделки. Освен това продажбата с отсрочено плащане, по сделки свързани с износ създава по-големи ликвидни затруднения за фирмите, тъй като тези сделки обикновено са за по-високи стойности и с по-дълги кредитни периоди. Въпреки все още слабото разпространение на факторинга в страната, високият риск от просрочване на търговските вземания у нас благоприятства неговото значително по-широко разпространение.

### **Литература**

1. Klapper, L., The role of factoring for financing small and medium enterprises, Journal of banking and finance, 30, 2006, p. 3111 – 3130
2. Mian, Shehzad L. and Clifford W. Smith, 1992, Accounts Receivables Management Policy: Theory and Evidence, Journal of Finance, Vol 47, No 1, pp 169-200
3. Димитрова, Емилия, 2008, Факторинг, изд. Сиела
4. Стефанова, Пенка, 2000, Банки и кредитно посредничество, Изд. Тракия М
5. Стоименов, Милчо, 1999, Финансиране на международната търговия
6. Тасева, Г., 2012, Условия по търговско кредитиране между фирмите в България, Икономически изследвания, кн. 4, стр.110-136
7. Тасева, Г., 2012, Фактори за стойността на търговските вземания на българските нефинансови предприятия, Икономически и социални алтернативи, кн. 4, стр. 87-101