

ФАКТОРИНГ

В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ ПЯТИ ЛЕТ РОССИЙСКИЙ ФАКТОРИНГОВЫЙ БИЗНЕС ЕЖЕГОДНО ВЫРАСТАЕТ ВДВОЕ, НО ЕГО КОНЦЕНТРАЦИЯ ОСТАЕТСЯ НЕИЗМЕННО ВЫСОКОЙ / 28
«РЫНОК — ЭТО МЫ», — СЧИТАЕТ ОДИН ИЗ ОСНОВАТЕЛЕЙ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ФАКТОРИНГОВОГО РЫНКА / 32
БАНКИ И ФАКТОРЫ: ПАРТНЕРЫ ИЛИ КОНКУРЕНТЫ / 36
СПАСАТЕЛЬНЫЙ КРУГ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ / 38

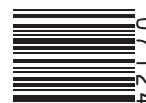


Среда, 13 июня 2007 №100/С
(№3676 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №25–40
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Распространяются только в составе газеты.

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

4 601865 000233



07124



23 x 18 x 4 см

Новые стандарты финансирования:

- полное отсутствие лимитов по объему финансирования;
- отсутствие обязательств по возврату средств;
- получение денег в течение 6 часов;
- финансирование всего цикла от закупки до продажи.



Настало время нового факторинга — быстрого, активного и приносящего прибыль с первых дней использования. Мы создали пять мощных коробочных продуктов, каждый из которых решает определенную задачу.

НОВОЕ ДЕЛО НА БУКВУ «Ф»

РОССИЯНЕ ПОЗНАКОМИЛИСЬ СО СЛОВОМ «ФАКТОРИНГ» В 2000 ГОДУ. ГОРАЗДО ПОЗЖЕ, ЧЕМ СО СЛОВАМИ «АУДИТ», «ЛИЗИНГ» И УЖ ТЕМ БОЛЕЕ «БАНКИНГ». ПОЧЕМУ ТАК ПРОИЗОШЛО И ПОЧЕМУ РЫНОК ФАКТОРИНГА ПРИШЕЛ В НАШУ СТРАНУ КАК МИНИМУМ С ДЕСЯТИЛЕТНИМ ОПОЗДАНИЕМ, НЕ ЗНАЕТ НИКТО. ОТЦЫ-ОСНОВАТЕЛИ, БЕССТРАШНО ВСТУПИВШИЕ НА НОВУЮ СТЕЗЮ, НА ЭТОТ ВОПРОС ОТВЕЧАЮТ НЕОПРЕДЕЛЕННО: МОЛ, ТАК ПОЛУЧИЛОСЬ, ЧТО МЫ ДО ЭТОГО ПОЗДНО ДОДУМАЛИСЬ. ЗАТО ТЕПЕРЬ ОНИ БЕЗ ЛОЖНОЙ СКРОМНОСТИ (НО И БЕЗ ИЗЛИШНЕГО БАХВАЛЬСТВА) ГОВОРЯТ: «СЕГОДНЯ МЫ РАЗВИВАЕМ И СОЗДАЕМ ЭТУ ИНДУСТРИЮ В ЦЕЛОМ».



ВИТАЛИЙ БУЗА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE «ФАКТОРИНГ»

С ЧЕМ ЕГО ЕДЯТ Поскольку из обычных людей мало кто знает, что такое факторинг, но после того как они узнают, у них тут же появляется желание им заняться или просто воспользоваться его услугами (подтверждение этому см. в рубрике «Теория и практика»), позволю себе привести определение того, что же такое факторинг.

Факторинг (от англ. «factor» — «агент») — комплекс услуг финансирования под уступку денежных требований. Включает в себя финансирование поставщика, управление дебиторской задолженностью, консультационную поддержку поставщика в процессе текущего обслуживания. Преимуществом факторингового обслуживания, скажем, перед банковским кредитованием является то, что оно не требует открытия расчетного счета в банке, гарантий исполнения обязательств, накопления истории оплат до начала финансирования, залогового обеспечения и страхования товара. Выплата финансирования по факторинговым следкам может достигать 90% от суммы поставки.

Кроме того, факторинг прекрасно сочетается с другими банковскими продуктами, в том числе с кредитованием, и позволяет поставщику гарантированно получать необходимые средства в нужном объеме и в удобные для клиента сроки без постоянного оформления большого количества документов. Особенно популярен факторинг в среднем и малом бизнесе. Он позволяет компании подниматься на принципиально новый уровень, значительно расширить бизнес, увеличить торговый оборот, выйти на новые рынки сбыта и развивать торговлю в регионах.

БИЗНЕС НА ВЫРОСТ Согласно результатам опубликованного недавно рейтинговым агентством «Эксперт РА» исследования, в 2006 году объем рынка факторинга составил 297,2 млрд руб. (более \$11 млрд), то есть по сравнению с 2005 годом этот рынок удвоился. (См. так-

же рубрику «Передовики производства» в этом выпуске.) Столь бурный рост, по мнению авторов исследования, обеспечили лидеры рынка: факторинговый бизнес Промсвязьбанка, компании «Еврокоммерц» и банка «Петрокоммерц» дал 70% роста рынка в целом. И похоже, что это только начало — участники рынка прогнозируют через два года семикратный (!) рост рынка.

На состоявшемся недавно круглом столе для журналистов (для факторинговой тусовки уже само проведение такого рода мероприятий событие неординарное — много ли вы знаете журналистов, пишущих о факторинге?), организованном факторинговой компанией «Еврокоммерц», было объявлено, что к 2009 году фирма планирует увеличить свой оборот до \$20 млрд, а объем рынка факторинга России к тому времени вырастет до \$70 млрд. Развитие рынка будет основано на постепенном замещении товарных кредитов факторингом, считают специалисты «Еврокоммерц». В настоящее время объемы товарного кредитования некоторые эксперты оценивают в \$240 млрд. Так что рынку факторинга есть куда расти, и «Еврокоммерц», являясь лидером рынка, планирует выступить одним из основных катализаторов этого процесса.

«Еврокоммерц» на сегодняшний день обладает всеми необходимыми ресурсами для активной реализации планов по дальнейшему формированию рынка факторинга в России и странах СНГ. Основным конкурентным преимуществом компании помимо значительного финансового ресурса является команда профессионалов, сформированная за шесть лет работы на российском рынке. Большую роль в формировании команды сыграло партнерство с инвестиционной компанией «Тройка Диалог» в лице Troika Capital Partners, — говорит руководитель компании «Еврокоммерц» Григорий Карповский. — Еще одним конкурентным преимуществом компании является уникальная технология предоставления факторинговых услуг. Компании удалось значительно упростить основные бизнес-процессы, связанные с методами управления рисками, операционной частью и продажами. По сути, нам удалось не только разработать уникальный способ предоставления факторинга, но и сформировать совершенно новый формат потребления финансовых услуг в целом. Так что теперь факторинг в прямом смысле слова упакован в коробку!» (См. также интервью с господином Карповским в рубрике «Мнение эксперта».)

КОРОБОЧНЫЙ ПРОМЫСЕЛ Продуктовая линейка «Еврокоммерц» предлагает пять коробочных продуктов. Это «x10. Безлимит», который предполагает полный отказ от «лимита финансирования» — единственным ограничением для выделяемых клиентам объемов являются их амбиции.

Это «Антириск», позволяющий клиенту получить до 95% денег сразу по факту отгрузки и не думать о сложностях, связанных с невозвратами. Это продукт «Экстренный» — инструмент, помогающий срочно привлечь необходимые средства: клиент имеет возможность получить деньги в течение шести часов с момента подачи заявки на финансирование. Это «Двойной» — продукт, позволяющий финансировать и закупку, и продажу товара. И наконец, «Нестандарт», предусматривающий возможность «индивидуальной настройки», например, в периоды сезонных изменений продаж.

Это «коробочное предложение» не что иное, как преодоление очередного барьера на рынке факторинга, шаг вперед в его развитии. Применение новых ИТ-технологий — залог успеха на попроще факторинга. Ведь факторинг — это не разовые операции. Каждый день клиенты компании-фактора что-то продают и покупают — это сотни тысяч операций, и если не создать систему, которая будет обслуживать миллион операций в день, никаких стартовых денег не хватит для того, чтобы заниматься факторингом. В общем, передовые технологии бизнеса здесь нужны. «Наш „коробочный продукт“ выводит факторинг на принципиально новый технологический уровень и задает новый стандарт развития рынка, — говорит Григорий Карповский. — Выпуск „коробочного продукта“ стал возможным благодаря тому, что мы смогли предоставить клиентам возможность самостоятельно принимать решение об условиях финансирования: объемах, сроках, цене. Благодаря этому финансовую услугу удалось материализовать: внутри „коробки“ находится существенная часть бизнес-процесса предоставления услуг факторинга».

Внедрение в России передовых технологий факторинга дает специалистам основание говорить о том, что линейка факторинговых услуг, предлагаемых отечественными компаниями и банками, а также уровень их качества вплотную приблизились к западным стандартам. (О «британском взгляде» на российский факторинг читайте в интервью руководителя факторингового подразделения Пробизнесбанка Барри Роджерса.)

«Еще одним доказательством становления рынка факторинга является приближение ассортимента и качества услуг к лучшим мировым аналогам. В этом, безусловно, есть большая заслуга Национальной факторинговой компании (НФК). В тот период когда рынка как такового и не было, первые компании и банки только начинали предлагать факторинговый продукт (во многих банках на самом деле то, что называлось факторингом, им, по сути, не являлось), пионер рынка „Уралсиб-НИКойл“ (сейчас НФК) целенаправленно и методично, прикладывая титанические усилия, продвигал факторинговый продукт как комплексный продукт, — говорится в упомянутом мною в самом начале исследовании „Эксперт РА“. — Уникальность факторинга ведь заключает-

ся не в финансировании, которое можно получить под дебиторскую задолженность. Уникальность его в том, что не за свой счет, а за счет ресурсов факторинговой компании можно увеличить отсрочку компаниям-дебиторам и таким образом оттеснить своих конкурентов; можно выбрать тех контрагентов, надежность которых проверила факторинговая компания, обладающая уникальной базой данных; можно поддерживать с дебиторами исключительно хорошие отношения — факторинговая компания возьмет на себя неприятную функцию напоминания о задолженности, а в крайнем случае и выколачивания просрочек».

ЧТО БУДЕТ Таким образом, факторинговая услуга из побочного продукта банковской системы превратилась в самостоятельную высокотехнологичную индустрию. А ведь факторинг — это одна из немногих индустрий, где компания — ведущий национальный игрок может быть заметна на международной арене. И лет через пять те, кто сегодня занимает верхние строчки в российских рейтингах, войдут в двадцатку-тридцатку мировых. С учетом того что на Западе факторинг существует с XVII века, это, согласитесь, дорогого стоит.

Без преувеличения, могу сказать, что факторинг — это новый этап развития банковской системы России. Ведь наши банки выдают кредиты под залог имущества или товара, но этот залог зачастую фиктивный, его не всегда можно отследить и контролировать. Ну как, скажем, отследить движение товара на складе? Да почти никак! Факторинг же не предполагает никакого залога — финансирование идет под уже реализованный товар.

Предвижу вполне резонный вопрос: если рынок факторинга столь привлекателен, то почему он настолько свободен? Эксперты дают этому такое объяснение: свободен то он свободен, но попробуйте на него выйти!

Во-первых, для начала нужна статистика по потенциальным клиентам, и ее негде взять — ее надо нарабатывать. Во-вторых, нужна крепкая дистрибуторская сеть. В-третьих, надо много денег, и деньги надо иметь на хороших условиях, чтобы давать их на хороших условиях клиентам. Поэтому их надо брать не в российских банках, а привлекать с мировых рынков напрямую (и не верьте тем, кто говорит: IPO делают только те, у кого денег мало, а у меня их и так достаточно. Денег много не бывает никогда). И в конце концов, нужны передовые ИТ-возможности по обслуживанию миллионов клиентских операций. Так что если у вас даже есть по-настоящему большие деньги, но нет одной из этих четырех вещей, с факторингом у вас не получится.

Но тем не менее меня не отпускает ощущение того, что мы стоим на пороге интересного времени. Нас, как потребителей (а факторинг заточен именно под потребительский рынок), ждет еще много приятных продуктов, представить которые мы пока еще не можем. ■

ВВЯЗАВШИЕСЯ В НОВОЕ ДЛЯ РОССИИ ДЕЛО ОТЦЫ-ОСНОВАТЕЛИ РЫНКА ФАКТОРИНГА МОГУТ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ЗАЯВИТЬ: «РЫНОК — ЭТО МЫ». И ЭТО БУДЕТ ЧИСТАЯ ПРАВДА. КОМАНДЫ, СТОЯВШИЕ У ИСТОКОВ ФАКТОРИНГА В РОССИИ, СЕГОДНЯ ФОРМИРУЮТ ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ



ФАКТОР НАШЕГО ВРЕМЕНИ

ОБЪЕМ РЫНКА ФАКТОРИНГА В РОССИИ УЖЕ ДОСТИГ \$11 МЛРД И, ПО ПРОГНОЗАМ, В ТЕКУЩЕМ ГОДУ СОСТАВИТ БОЛЕЕ \$22 МЛРД. РАЗВИТИЕ СИТУАЦИИ УКАЗЫВАЕТ НА ТО, ЧТО ДВУКРАТНЫЙ РОСТ РЫНКА БУДЕТ ПРОДОЛЖАТЬСЯ ЕЩЕ КАК МИНИМУМ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ. ПРИ ЭТОМ УРОВЕНЬ КОНЦЕНТРАЦИИ БИЗНЕСА В ОТРАСЛИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАНЕТСЯ ВЫСОКИМ.

ОЛГА ГРИШИНА, АНАЛИТИК РЕЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА «ЭКСПЕРТ РА»

В КОНЦЕНТРИРОВАННОМ ВИДЕ Согласно информации Банка России, по состоянию на 1 января 2007 года финансированием под уступку прав денежного требования занимались порядка 124 банков. Однако целиком полагаться на статистику ЦБ все же не стоит. Дело в том, что при оценке числа кредитных организаций, занимающихся факторингом, ЦБ принимает во внимание операции по счету №47803, на котором банки теоретически могут учитывать не только объем выплаченного финансирования под уступку денежного требования, но и, например, единичные сделки, сходные по содержанию с факторингом. «Это могут быть как краткосрочные операции, например предэкспортное финансирование с обеспечением в виде прав на поступающие по контракту платежи, так и долгосрочные — на год и более», — поясняет начальник отдела развития факторинга банка «Петрокоммерц» Кирилл Покровский. Кроме того, некоторые банки могут отражать на этом счете операции, которые, по сути, не являются факторингом. Например, для соблюдения норматива Н6 (максимальный размер кредитного риска на одного заемщика) банк может разбить один большой кредит на несколько более мелких и провести их через дебиторов своего клиента. По нашим оценкам, полноценным факторингом в настоящее время занимаются не более 30 специализированных компаний и банков, и, несмотря на продолжающийся рост числа игроков, уровень концентрации в отрасли остается очень высоким. Так, на лидера рынка компанию «Еврокоммерц» приходится почти четверть рынка, а на первые три компании — более 50%.

Правда, как свидетельствует европейский опыт, высокий уровень концентрации является довольно характерным для всей факторинговой отрасли. Как правило, больше половины рынка контролируется одной или двумя компаниями. По данным исследования International Factors Group (IFG), проведенного в 27 странах ЕС, в среднем одна крупнейшая компания контролирует около 25% рынка, а ближайшие три игрока — до 50–60%. В Европе в одной стране работают в среднем 13 факторинговых компаний.

К БАРЬЕРУ! Высокий уровень концентрации можно объяснить прежде всего высокими барьерами входа в отрасль.

ТОРГОВЫЕ СЕТИ — ОАЗИСЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФАКТОРИНГОВЫХ УСЛУГ



Во-первых, необходимо разработать систему оценки рисков принимаемых на обслуживание компаний. Факторинговые компании, оказывая свои услуги, берут на себя кредитные риски и риски ликвидности. Поскольку кредитные бюро пока не заработали в полную мощь, факторинговые компании вынуждены сами оценивать надежность компаний, с которыми им предстоит работать. Ком-

пании, первыми вышедшие на рынок факторинга, имеют огромное преимущество перед всеми остальными, в том числе иностранными, поскольку накопили статистику по российским заемщикам. «Наша компания обладает уникальной базой данных по российским предприятиям. В результате сейчас мы в достаточно короткие сроки можем принимать решения, работать с компанией или нет, с по-

мощью скоринговой системы, основывающейся на статистических данных по большому массиву информации. Мы даже готовы предложить безрегрессный факторинг компании-поставщику, выходящей на новый для нее рынок (например, в новый регион). Именно благодаря накопленной рыночной статистике мы смогли создать первый в своем роде коробочный продукт на рынке финансовых ус-

РЭНКИНГ РОССИЙСКИХ ФАКТОРОВ ПО ЧИСЛУ ОБСЛУЖЕННЫХ КОМПАНИЙ В 2006 ГОДУ			
МЕСТО	НАИМЕНОВАНИЕ	ЧИСЛО ОБСЛУЖЕННЫХ КОМПАНИЙ (ШТ.)	КОЛИЧЕСТВО ДЕБИТОРОВ КЛИЕНТОВ, ПОСТАВКИ В АДРЕС КОТОРЫХ БЫЛИ ПЕРЕДАНЫ НА ФАКТОРИНГ В 2006 ГОДУ (ШТ.)
1	«ЕВРОКОММЕРЦ»	1 522	12437
2	НАЦИОНАЛЬНАЯ ФАКТОРИНГОВАЯ КОМПАНИЯ	672	8654
3	ПРОМСВЯЗЬБАНК	483	2462
4	МФК «ТРАСТ»	302	1706
5	НОМОС-БАНК	282	1998
6	«СТРОЙКРЕДИТ ФАКТОРИНГ»	239	6727
7	«ТРАНСКРЕДИТФАКТОРИНГ»	146	407
8	ПРОБИЗНЕСБАНК	104	719
9	«ПЕТРОКОММЕРЦ»	78	1082
10	БАНК «СОЮЗ»	58	156
11	РОСПРОМБАНК	35	341
12	КАЗАНСКИЙ БАНК	34	553
13	ТАТФОНДБАНК	32	216
14	БАНК «СИСТЕМА»	24	253
15	БАНК «РОСТ»	21	147
16	МОСКОММЕРЦБАНК	17	95
17	СКБ-БАНК	17	205
18	ММБ	15	203
19	«ЦЕНТРОКРЕДИТ»	13	14
20	АКИБ «ЦЕРИХ»	13	89
21	ЧЕЛЯБОМЗЕМБАНК	11	61
22	ВЯТКА-БАНК	10	35
23	«ТРЕТИЙ РИМ»	8	3
24	БСЖВ	5	21

ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».

РЭНКИНГ РОССИЙСКИХ ФАКТОРОВ ПО ОБЪЕМУ УСТУПЛЕННЫХ ИМ ДЕНЕЖНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В 2006 ГОДУ				
МЕСТО	НАИМЕНОВАНИЕ	ОБЪЕМ ДЕНЕЖНЫХ ТРЕБОВАНИЙ, ФАКТИЧЕСКИ УСТУПЛЕННЫХ ФАКТОРУ В 2006 ГОДУ (ТЫС. РУБ.)	ТЕМПЫ РОСТА ЗА 2006 ГОД (%)	С КАКОГО ГОДА СУЩЕСТВУЕТ ФАКТОРИНГОВЫЙ БИЗНЕС
1	«ЕВРОКОММЕРЦ»	66 085 538,15	216,30	2000
2	ПРОМСВЯЗЬБАНК	52 379 777,60	337,83	2002
3	«ПЕТРОКОММЕРЦ»	49 393 540,00	221,06	2003
4	НАЦИОНАЛЬНАЯ ФАКТОРИНГОВАЯ КОМПАНИЯ	47 744 715,33	106,53	1999
5	НОМОС-БАНК	15 854 353,00	112,92	2001
6	«СТРОЙКРЕДИТ ФАКТОРИНГ»	10 859 769,00	379,02	2003
7	ПРОБИЗНЕСБАНК	7 788 075,22	252,56	1999
8	МФК «ТРАСТ»	6 200 137,35	-	2006
9	БАНК «СОЮЗ»	4 761 053,70	397,92	2003
10	«ЦЕНТРОКРЕДИТ»	4 047 422,00	71,82	2000
11	«ТРАНСКРЕДИТФАКТОРИНГ»	4 026 702,00	79,82	2004
12	МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ БАНК	3 671 732,00	-	2003
13	МОСКОММЕРЦБАНК	1 858 602,74	-	2003
14	БАНК «СИСТЕМА»	1 293 100,00	3 159,70	2005
15	РОСПРОМБАНК	1 167 262,00	230,32	2005
16	СКБ-БАНК	1 131 210,00	-	2005
17	ЧЕЛЯБОМЗЕМБАНК	856 199,00	-	2004
18	БСЖВ	770 437,47	-	2006
19	БАНК «РОСТ»	639 484,00	-	2004
20	ТАТФОНДБАНК	570 086,00	-	2005
21	КАЗАНСКИЙ БАНК	452 424,72	532,06	2005
22	«ТРЕТИЙ РИМ»	285 287,00	-	2003
23	АКИБ «ЦЕРИХ»	283540,92	-	2001
24	ВЯТКА-БАНК	209 851,00	239,46	2002

ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».



луг для бизнеса», — рассказывает президент факторинговой компании «Еврокоммерц» Григорий Карповский.

Во-вторых, для успешной работы на рынке факторинга необходимо внедрить программное обеспечение такого качества, чтобы можно было поставить бизнес на поток. Отличительной особенностью факторингового продукта является его высокая технологичность. В факторинговой компании должно быть установлено такое программное обеспечение, которое бы позволяло обрабатывать большое число сделок в достаточно короткий срок. Российские ИТ-компании пока не предлагают достойного решения, поэтому преимущество на стороне тех, кто уже потратил значительные средства на его разработку и внедрение и может уже сейчас предложить своим клиентам высокий уро-

вень обслуживания. Операционная система лидера рынка компании «Еврокоммерц» способна обслуживать до 8 тыс. клиентов по всей стране и выполнять до 1 млн операций в день. «На создание этой системы у нас ушло около четырех лет», — говорит Григорий Карповский.

В-третьих, надо вложить средства в расширение филиальной сети. Факторинг действительно массовый продукт, и для массовой его продажи необходима широкая товаропроводящая сеть. Лидерами рынка по числу региональных представительств являются компании «Еврокоммерц» и «Траст». Основная задача филиальной сети — это, понятно, продвижение факторинга и привлечение клиентов. Операционная функция может быть организована на базе единого операционного центра или с помощью

РЭНКИНГ РОССИЙСКИХ ФАКТОРОВ ПО ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА В 2006 ГОДУ		
МЕСТО	НАИМЕНОВАНИЕ	СРЕДНЕСПИСОЧНАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ, РАБОТАЮЩИХ В КОМПАНИИ ИЛИ ЗАНИМАЮЩИХСЯ ФАКТОРИНГОМ (В СЛУЧАЕ УНИВЕРСАЛЬНОГО БАНКА, ЧЕЛ.)
1	«ЕВРОКОММЕРЦ»	250
2	НАЦИОНАЛЬНАЯ ФАКТОРИНГОВАЯ КОМПАНИЯ	246
3	ПРОМСВЯЗЬБАНК	94
4	МФК «ТРАСТ»	76
5	«СТРОЙКРЕДИТ ФАКТОРИНГ»	59
6	ПРОБИЗНЕСБАНК	25
7	НОМОС-БАНК	15
8	«ТРАНСКРЕДИТФАКТОРИНГ»	15
9	БАНК «СИСТЕМА»	14
10	«ПЕТРОКОММЕРЦ»	13
11	БАНК «СОЮЗ»	12
12	ТАТФОНДБАНК	12
13	БСЖВ	12
14	РОСПРОМБАНК	9
15	ММБ (ТОЛЬКО В МОСКВЕ)	8
16	«ЦЕНТРОКРЕДИТ»	7
17	СКБ	6
18	АКИБ «ЦЕРИХ»	5
19	КАЗАНСКИЙ БАНК	4
20	БАНК «РОСТ»	4
21	МОСКОММЕРЦБАНК	4
22	ВЯТКА-БАНК	4
23	28	3

ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».

электронной системы документооборота. Стоит заметить, что, как показывает практика, невозможно использование банковской сети для продажи услуг факторинга. Об этом говорит и зарубежный, и российский опыт. Например, факторинговая компания «Траст», будучи структурой, тесно связанной с одним из самых филиальных банков в России — банком «Траст», построила свою независимую сеть продаж; НФК также создала и активно использует исключительно свою филиальную сеть.

ЭЛЕКТРОННАЯ АЛЬТЕРНАТИВА По мнению председателя правления Национальной факторинговой компании (НФК) Михаила Трейвиша, хорошей альтернативой открытию филиалов является внедрение элект-

ронного факторинга. «Электронный факторинг — первая и пока единственная высокотехнологичная система электронного документооборота, позволяющая перевести документооборот при факторинговом обслуживании полностью в электронную форму», — говорит Михаил Трейвиш. Эта система позволяет сокращать время между отгрузкой товара клиенту и получением финансирования за счет исключения необходимости регулярной доставки документов в офис фактора и ожидания подписи документов удаленными дебиторами. Таким образом, решается задача по обслуживанию клиентов, работающих в самых отдаленных уголках нашей страны. За 2006 год компания обслужила почти 200 тыс. поставок с помощью этой системы.

ОБОРОТ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ В 2006 ГОДУ (€ МЛН)									
ЧИСЛО КОМПАНИЙ	СТРАНА	ОБОРОТ ПО ВНУТРЕННИМ ОПЕРАЦИЯМ	ОБОРОТ ПО ВНЕШНИМ ОПЕРАЦИЯМ	ВСЕГО	ЧИСЛО КОМПАНИЙ	СТРАНА	ОБОРОТ ПО ВНУТРЕННИМ ОПЕРАЦИЯМ	ОБОРОТ ПО ВНЕШНИМ ОПЕРАЦИЯМ	ВСЕГО
ЕВРОПА									
3	АВСТРИЯ	3,805	928	4,733	5	КОСТА-РИКА	50	0	50
6	БЕЛЬГИЯ	12,200	4,500	16,700	5	КУБА	10	200	210
2	БОЛГАРИЯ	30	5	35	19	МЕКСИКА	8,000	150	8,150
100	ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	243,838	4,931	248,769	7	ПАНАМА	600	7	607
25	ВЕНГРИЯ	2,740	140	2,880	5	ПЕРУ	556	7	563
50	ГЕРМАНИЯ	52,700	19,300	72,000	108	США	90,000	6,000	96,000
10	ГРЕЦИЯ	4,800	430	5,230	50	ЧИЛИ	10,900	400	11,300
9	ДАНИЯ	4,785	2,900	7,685	3	ЭЛЬ-САЛЬВАДОР	190	1	191
6	ИРЛАНДИЯ	29,393	300	29,693	359	ВСЕГО	133,158	7,786	140,944
1	ИСЛАНДИЯ	0	25	25	АФРИКА				
21	ИСПАНИЯ	63,048	3,724	66,772	2	ЕГИПЕТ	0	3	3
40	ИТАЛИЯ	113,035	7,400	120,435	3	МАРОККО	340	100	440
3	КИПР	2,500	46	2,546	3	ТУНИС	220	50	270
6	ЛАТВИЯ	150	126	276	9	ЮАР	7,720	80	7,800
9	ЛИВАН	1,292	604	1,896	17	ВСЕГО	8,280	233	8,513
1	ЛЮКСЕМБУРГ	225	81	306	АЗИЯ				
5	МАЛЬТА	1	0	1	6	ВЬЕТНАМ	15	1	16
5	НИДЕРЛАНДЫ	19,550	5,950	25,500	10	ГОНКОНГ	5,210	4,500	9,710
8	НОРВЕГИЯ	9,530	1,935	11,465	8	ИЗРАИЛЬ	250	125	375
10	ПОЛЬША	3,850	575	4,425	8	ИНДИЯ	3,350	210	3,560
10	ПОРТУГАЛИЯ	15,846	1,040	16,886	1	ИНДОНЕЗИЯ	50	0	50
20	РОССИЯ	8,395	160	8,555	15	КИТАЙ	12,000	2,300	14,300
8	РУМУНИЯ	500	250	750	1	ЛИВАН	85	10	95
2	СЕРБИЯ	100	50	150	10	МАЛАЙЗИЯ	460	20	480
8	СЛОВАКИЯ	898	413	1,311	3	ОАЭ	750	60	810
3	СЛОВЕНИЯ	270	70	340	2	ОМАН	5	0	5
88	ТУРЦИЯ	12,285	2,640	14,925	1	САУДОВСКАЯ АРАВИЯ	0	0	0
30	УКРАИНА	600	20	620	10	СИНГАПУР	2,510	445	2,955
4	ФИНЛЯНДИЯ	10,500	600	11,100	25	ТАЙВАНЬ	28,000	12,000	40,000
25	ФРАНЦИЯ	90,190	9,819	100,009	15	ТАИЛАНД	1,900	25	1,925
10	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	3,325	700	4,025	5	ФИЛИППИНЫ	150	0	150
5	ШВЕЙЦАРИЯ	1,600	400	2,000	5	ШРИ-ЛАНКА	181	3	184
60	ШВЕЦИЯ	18,000	3,700	21,700	3	ЮЖНАЯ КОРЕЯ	0	850	850
3	ЭСТОНИЯ	2,500	400	2,900	13	ЯПОНИЯ	73,715	815	74,530
601	ВСЕГО	732,766	74,217	806,983	141	ВСЕГО	128,631	21,364	149,995
СЕВЕРНАЯ И ЮЖНАЯ АМЕРИКА					АВСТРАЛИАЗИЯ				
3	АРГЕНТИНА	300	33	333	25	АВСТРАЛИЯ	27,503	70	27,573
100	БРАЗИЛИЯ	20,000	54	20,054	4	НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ	260	20	280
53	КАНАДА	2,452	934	3,386	29	ВСЕГО	27,763	90	27,853
1	КОЛУМБИЯ	100	0	100	1,147	ВСЕГО В МИРЕ	1,030,598	103,690	1,134,288

ИСТОЧНИК: FACTORING CHAIN INTERNATIONAL.

Ещё одним существенным барьером для роста компаний является дефицит кадров. Рынка труда специалистов по факторингу на сегодняшний день практически нет. По оценкам компании «Эксперт РА», в лучшем случае он насчитывает тысячу человек. Что касается банков, то численность их факторинговых подразделений в среднем составляет от пяти до 15 человек. В специализированных компаниях работает порядка 200 человек.

КОМАНДНЫЕ ИГРОКИ Рынок кадров факторинговых специалистов сейчас действительно очень узок. С одной стороны, примерно половину работающих факторинговых бизнесов возглавляют бывшие сотрудники компании «Уралсиб-НИКОйл», ныне Национальной факторинговой компании; с другой стороны, вторая половина участников рынка — это бывшие партнеры факторинговой компании «Еврокоммерц», ранее существовавшей в виде группы компаний, созданных при участии ряда крупных банков: Международного московского банка, Транскредитбанка, «Стройкредита», «Траста». Сейчас большинство бывших партнеров компании «Еврокоммерц» ведут самостоятельный факторинговый бизнес: Транскредитбанк создал компанию «ТранскредитФакторинг», банк «Стройкредит» — компанию «СтройкредитФакторинг», «Траст» — межрегиональную факторинговую компанию «Траст» и т. д.

Серьезно настроенные на развитие факторингового бизнеса компании столкнулись с непростой проблемой: с одной стороны, на рынке нет в достаточном объеме факторинго-



вых специалистов, а новичков необходимо учить с нуля, а значит, вкладывать в них средства; с другой стороны, охота за головами специалистов ведется нешуточная. Некоторые компании на уровне высшего руководства даже договорились не переманивать друг у друга специалистов. Пред-

седатель совета директоров факторинговой компании «Траст» Юрий Волков относится к проблеме философски: «Когда будут появляться новые игроки, у нас начнут просто обрывать телефон. Я уже сейчас со страхом думаю о том, что люди, которых мы растим и которым платим приличные

деньги, могут уйти. Получается, мы растим их не для себя. А что делать? Думаю, с этим надо просто смириться».

ФОНДЫ РЕШАЮТ ВСЕ И наконец, самым существенным барьером рынка факторинга является фондирование. По сути, факторинговый бизнес очень близок обычному торговому бизнесу, только в отличие от последнего основным товаром факторинговой компании являются деньги. Соответственно, для того, чтобы иметь крепкие рыночные позиции, фактору необходимо хорошо отстроить процедуру поставки денежных средств. По мнению руководителя факторингового подразделения одного из крупных российских банков, дальнейшие темпы роста рынка займут исключительно от ресурсов и амбиций самих факторов. Потенциальная емкость рынка позволяет расти и дальше достаточно быстрыми темпами. Прошлый 2006 год стал знаковым для рынка факторинга, так как именно в это время на рынок были привлечены первые существенные зарубежные инвестиции. Ключевой инвестиционной сделкой 2006 года стала сделка ФК «Еврокоммерц» и фонда прямых инвестиций, находящегося под управлением компании «Тройка Диалог» (подробнее об инвестициях в рынок факторинга см. в рубрике «Инвесторы»).

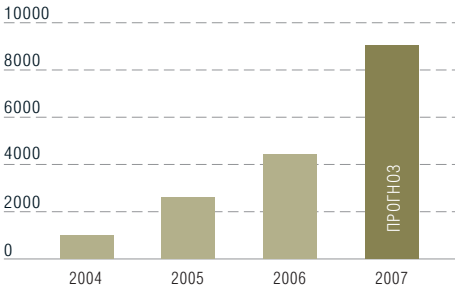
Для преодоления существующих барьеров требуются и инвестиции, и время. Сейчас же до 90% рынка приходится на компании, начавшие заниматься этим бизнесом не меньше трех лет назад. Более 70% прироста в 2006 году дали «Еврокоммерц», Промсвязьбанк и банк «Петрокоммерц», работающие на рынке факторинга далеко не первый год. ■



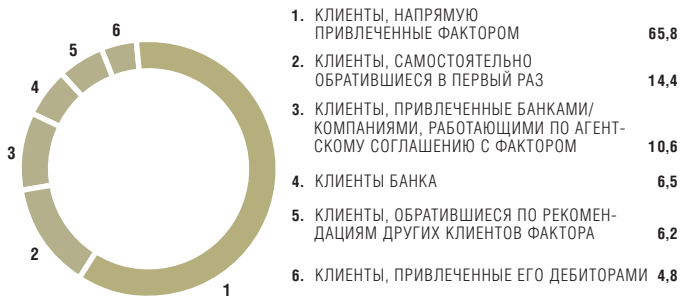
ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ФАКТОРОВ ПО ОБЪЕМУ УСТУПЛЕННЫХ ДЕНЕЖНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В 2006 ГОДУ (%)
ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».



ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ПЯТИ ФАКТОРОВ ПО ЧИСЛУ КЛИЕНТОВ В 2006 ГОДУ (%)
ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».



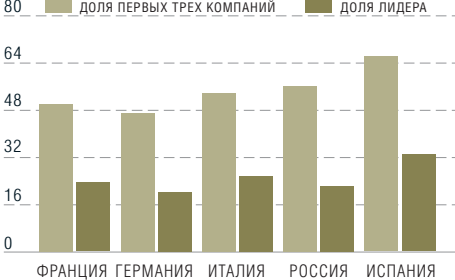
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА КЛИЕНТОВ ФАКТОРОВ ЗА 2004-2007 ГОДА (??? ЧЕЛ. ??????)
ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».



СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ, ПО ОБЪЕМУ УСТУПЛЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ В 2006 ГОДУ (%)
ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ФАКТОРИНГОВЫХ СДЕЛОК ЗА 2006 ГОД ПО РЕГИОНАМ (%)
ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».



УРОВЕНЬ КОНЦЕНТРАЦИИ НА РЫНКЕ ФАКТОРИНГА ПО СТРАНАМ (%)
ИСТОЧНИК: IFG и «ЭКСПЕРТ РА» (ПО РОССИИ) ЗА 2006 ГОД.

СТАТИСТИКА ЗНАЕТ ВСЕ

Для стабильного существования факторинговой компании система риск-менеджмента является необходимым условием. С этим понятием тесно связан вопрос накопления статистики, или, другими словами, базы торговых отношений между поставщиками и покупателями.

До недавнего времени в финансовом мире существовало ошибочное представление, что факторинг является частью банковской индустрии и что все методики принятия решений, в том числе и в риск-менеджменте, схожи с банковскими методиками. Это не так. Сегодня можно уверенно говорить о том, что факторинг выделился в отдельную индустрию.

Как уже отмечалось, одним из барьеров выхода на рынок факторинга является наличие клиентской статистики, поэтому и такое понятие, как риск-менеджмент, в факторинге несет иную смысловую нагрузку, нежели, скажем, в банковской или страховой деятельности. Так, методики оценки рисков в факторинговой сфере отличны от

аналогичных методик в банках. Банки, принимая решения о финансировании, прежде всего интересуются финансовым состоянием заемщика, его кредитной историей, наличием залоговой базы и т. п. Для факторинговой же компании первостепенное значение имеет статистика торговых отношений между поставщиком и покупателем. Фактор финансирует не просто мелкую, среднюю или крупную компанию, а торговую цепь, в которой помимо поставщика существуют еще и покупатель, и другие игроки, для которых очень важными факторами для развития или даже выживания на рынке являются деловые отношения и репутация. Поэтому риск невозвратов не так велик, как кажется сначала.

Безусловно, неплатежи, а чаще задержки с платежами от дебиторов случаются, однако это вполне прогнозируемые риски, и с ними можно работать. «Как показывает мировой опыт, основные риски на рынке факторинга — это не риски неплатежа со стороны дебиторов, а мошенничество клиентов», — говорит зампред

правления НФК Антон Мусатов. Случаи мошенничества чаще всего связаны с фиктивными поставками в адрес существующих дебиторов или дебиторов, связанных с клиентом; с уступкой одного требования нескольким факторам. Поэтому на первом месте для любой факторинговой компании должна стоять хорошо выстроенная система риск-менеджмента. Снизить риск мошенничества клиента помогает не только тщательная проверка самого клиента, но и изучение тех компаний, в адрес которых отгружаются товары. «В нашей компании для защиты от риска мошенничества предусмотрен институт кредитных контролеров, занимающийся верификацией поставок», — рассказывает председатель совета директоров МФК «Траст» Юрий Волков. — В тот момент, когда клиент приносит документы на финансирование, специалисты проверяют, были ли в реальности осуществлены поставки, легитимен ли договор и т. д.». И здесь очень важную роль играет накопленная статистика торговых отношений между

клиентами и дебиторами, наличие которой позволяет значительно снизить риск недобросовестной сделки.

Сегодня на рынке существует несколько крупных компаний, которые успели накопить мощную статистическую базу. Среди них можно выделить «Еврокоммерц», НФК и «Траст». Остальные игроки лишь формируют базу, что позволяет лидерам стремительно набирать очки, минимизируя риски и предлагая своим клиентам все более технологичные продукты.

Говоря о продуктах, стоит выделить прежде всего безрегресный факторинг, когда фактор полностью принимает на себя кредитные риски и риски ликвидности поставщика.

На сегодняшний день в России, по данным агентства «Эксперт РА», факторинг без регресса составляет лишь небольшую долю от общего объема сделок — около 10%. Для примера: в мире безрегресный факторинг, по данным Factors Chain International, за 2006 год составил около 40%. Такой низкий процент безрегресных сде-

лок на российском рынке факторинга объясняется тем, что большинство российских факторинговых компаний полагаются на платежеспособность своих клиентов, предлагая в основном факторинг с регрессом. Этот факт обусловлен отсутствием у большинства факторинговых компаний статистической базы клиентов и дебиторов. Для того чтобы работать по «безрегрессу», факторам приходится проводить тщательный анализ дебиторов, с тем чтобы всю ответственность за произведенное финансирование несли дебиторы (факторинг без регресса). Тем не менее лидеры рынка, обладающие мощными статистическими данными, готовы работать с «безрегрессом».

Увеличение доли безрегресных сделок в факторинговой индустрии повлечет за собой и развитие новых торговых отношений, что, в свою очередь, будет способствовать развитию экономики страны в целом.

ПАВЕЛ САМИЕВ, аналитик рейтингового агентства «Эксперт РА»

ПЕРЕХОД КАЧЕСТВА В КОЛИЧЕСТВО

В ПОСЛЕДНИЕ ГОД-ДВА НЕКОТОРЫЕ ФАКТОРЫ АКТИВНО ВЫХОДЯТ НА РЫНОК ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА И ТЕМ САМЫМ УВЕЛИЧИВАЮТ СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ. ОСТАЛЬНЫЕ ПОКА ТОЛЬКО ГОТОВЯТСЯ К ПРИВЛЕЧЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ. В УСЛОВИЯХ ОЧЕНЬ БЫСТРОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА ФАКТОРИНГА В ВЫИГРЫШЕ ОСТАНЕТСЯ ТОТ, КТО СЕЙЧАС ЗАХВАТИТ МАКСИМАЛЬНУЮ ДОЛЮ РЫНКА, В ТОМ ЧИСЛЕ БЛАГОДАРЯ РАСШИРЕНИЮ СВОЕЙ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ.

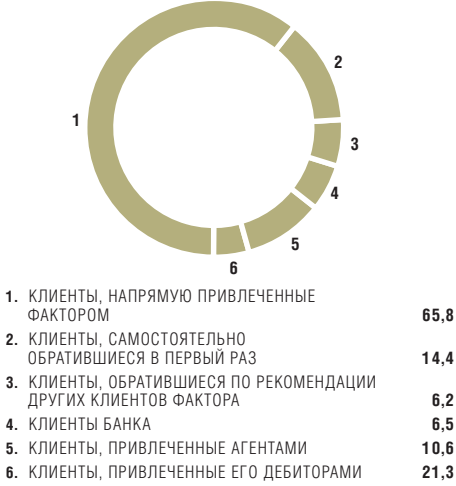
ОЛЬГА ГРИШИНА, АНАЛИТИК РЕЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА «ЭКСПЕРТ РА»

НАПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ Бурный рост рынка факторинга в России был бы невозможен без качественных изменений, происшедших с факторинговой услугой и ее операторами за последние несколько лет. Сегодня факторинг из побочного продукта банковской системы превратился в самостоятельную индустрию. Так, рыночная доля компаний и банков, занимающихся только факторингом, сейчас составляет уже более 40%. Остальная часть рынка приходится на банки, предлагающие факторинг в числе прочих кредитных продуктов. При этом компании, специализирующиеся на предоставлении факторинга, предлагают не просто финансирование под залог дебиторской задолженности, а комплекс услуг, включающий и финансирование поставок товаров, и покрытие кредитных рисков, и учет дебиторской задолженности, и регулярное предоставление соответствующих отчетов клиенту, а также контроль за своевременной оплатой счетов и работу с дебиторами. Сейчас именно эти компании определяют направление развития рынка. И несмотря на то что постоянно появляются новые игроки, курс, которым движется рынок, вряд ли изменится. Более ясное понимание того, как развивается факторинг, кто его основные операторы, каковы основные риски в факторинговом бизнесе, появившееся именно сейчас, привлекает не только новых игроков, но и инвесторов.

ЖИЗНЬ ВЗАЙМЫ И НЕ ТОЛЬКО В 2006 году контрольный пакет акций одного из крупнейших операторов факторинга компании «Еврокоммерц» был приобретен инвестиционной компанией «Тройка Диалог» в лице Troika Capital Partners и фонда прямых инвестиций Russia New Growth Fund. Тот факт, что одна из наиболее успешных российских инвесткомпаний приняла решение инвестировать в факторинговый бизнес, стал важным сигналом для рынка. Тем более что пакет был куплен именно фондом прямых инвестиций, а такие фонды традиционно специализируются на вложениях в активы, стоимость которых в среднесрочной перспективе растет очень быстро. «Благодаря сделке мы получили инвестиции в собственный капитал, которые позволяют нам реализовывать план по выходу на международный финансовый рынок» — так, в частности, прокомментировал сделку генеральный директор «Еврокоммерца» Григорий Карповский (см. также интервью с господином Карповским в этом выпуске BG).

Покупка доли «Еврокоммерца» пока является единственной в своем роде сделкой на рынке, однако вероятность активизации подобных процессов в среднесрочной перспективе довольно существенна. Несмотря на то что количество потенциальных сделок сдерживается ограниченным числом игроков (около 30 компаний) и тем, что большинство из них — это банки, инвесторы с интересом наблюдают за развитием факторинга в России.

Факторинговые компании активно борются за место под солнцем — предлагают разнообразные услуги в рамках факторинга, увеличивают лимиты финансирования, упрощают и ускоряют процесс взаимодействия с клиен-



СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ ПО ОБЪЕМУ УСТУПЛЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ В 2006 ГОДУ (%)
источник: «ЭКСПЕРТ РА».

том, используя новейшие достижения ИТ-технологий. Средства для развития привлекаются в том числе и с рынка заимствований. Позитивная конъюнктура фондового рынка и высокое кредитное качество предприятий отрасли позволяют привлекать деньги на выгодных условиях. Так, в 2006 году на рынок публичных заимствований вышли Национальная факторинговая компания (НФК) и компания «Еврокоммерц» с дебютными выпусками на сумму 1 млрд руб. каждая. В первом полугодии текущего года «Еврокоммерц» рассчитывает дополнительно разместить облигации на 3 млрд руб. и рублевые евробонды на сумму около \$350 млн. Это будет один из первых выпусков рублевых евробондов в истории России.

Высокие темпы развития факторингового рынка позволяют задуматься о диверсификации способов финансирования бизнеса. В феврале 2007 года НФК разместила номинированные в рублях кредитные ноты на сумму 1,2 млрд руб. Ставка купона была определена на уровне 9,75% годовых. Для НФК это не первый опыт привлечения международного капитала, среди кредиторов компании есть такие гранды, как Standard Bank и Raiffeisen Bank. Компания активно формирует себе публичную кредитную историю, позволяющую в будущем как диверсифицировать источники привлечения заемного капитала, так и рассчитывать на снижение их стоимости.

«Еврокоммерц» в 2007 году планирует привлечь два синдицированных кредита: один будет организован на российском рынке, второй — на зарубежном. Кредитные линии компании уже открыты в крупнейших российских и международных банках.

В сентябре ФК «Еврокоммерц» одной из первых российских факторинговых компаний намерена секьюритизировать факторинговый портфель на западных рынках, сумма сделки составит около \$500 млн. Аналогов секьюритизации настолько коротких активов еще не было. Дело в том, что оборачиваемость факторинговых операций

в среднем составляет порядка 45 дней. Бумагам, которые будут выпущены в рамках секьюритизации, будет присвоен рейтинг А. Стоит заметить, что общий для российского бизнеса рейтинг не может быть выше В, секьюритизация же позволяет полностью убрать страновые риски и риски компании, что значительно повышает рейтинг заемщика.

«Главный источник финансирования развития компании — это не российский, а международный финансовый рынок, причем рублевый, — говорит Григорий Карповский. — У нас уже большая часть портфеля финансируется за счет размещения публичных бумаг. А доля финансирования за счет публичных инструментов составляет 65% от общего объема финансирования».

В 2008 году «Еврокоммерц» готовится выйти на рынок IPO. «Компания будет достаточно большая к этому сроку, чтобы выйти на публичный рынок. Фонд под управлением Troika Capital Partners не будет выходить из капитала компании до IPO. Возможно, в ходе IPO будет размещена дополнительная эмиссия акций. Фонд достаточно спокойно смотрит на ликвидность акций объекта инвестирования», — заявил по этому поводу директор по инвестициям компании Troika Capital Partners Гедрюс Плукас. Руководство компании рассчитывает как минимум довести капитал компании к моменту выхода на IPO до \$1 млрд, при том что собственный капитал компании в 2006 году составил \$86 млн, а к началу 2007 года прогнозируется на уровне \$150 млн. По словам экспертов, отношение собственного капитала к заемному в мире в факторинговой отрасли находится в пропорции 1:8,5. По словам Григория Карповского, в настоящее время «Еврокоммерц» достиг того состояния, при котором он может беспрепятственно увеличивать собственный капитал до объемов, соответствующих уровню привлекаемых для развития рынка ресурсов.

К ВОПРОСУ О НЕЗАВИСИМОСТИ Что же касается остальных участников рынка, то они пока не были замечены на рынке заемного капитала. Среди наиболее вероятных кандидатов — МФК «Траст», планирующая выйти на рынок долговых ценных бумаг в этом году, а в дальнейшем также провести секьюритизацию факторингового портфеля. По словам председателя совета директоров компании Юрия Волкова, схема организации бизнеса в МФК «Траст» близка к идеальной модели. Специализированная факторинговая компания входит в состав крупной финансовой группы и имеет доступ к дешевым кредитам банков группы, а также может активно привлекать займы с внешнего рынка капитала, пользуясь на первоначальном этапе именем финансовой структуры. (Акционерами МФК «Траст» являются национальный банк «Траст» (19%, он же является основным кредитором этой компании), мейнджмент компании (15%), а также компании, аффилированные с акционерами банка «Траст» (66%). — BG.)

Другие факторинговые компании, образованные путем выделения факторинговых подразделений банков в

«дочки», остались сильно привязанными к материнским банкам. Хотя, безусловно, со временем этим компаниям будет значительно проще, чем банкам, выйти на рынок заемного капитала или привлечь внешних инвесторов, поскольку они выступают в качестве независимых отдельных компаний.

Для факторингового бизнеса вопрос независимости является чрезвычайно важным. Например, не так давно в один крупный банк обратился потенциальный инвестор с желанием изучить факторинговый бизнес, а в будущем, возможно, и выделить финансовые ресурсы для его развития. Сразу же возник вопрос, как будет оценено факторинговое подразделение банка. Ведь оно очень тесно связано со всеми службами банка и активно использует его ресурсы: помещения, сотрудников смежных отделов. Поэтому оценить стоимость факторингового бизнеса в этих условиях достаточно сложно, хотя распределение неоперационных расходов на все подразделения банка напрямую отражается на стоимости факторинговых услуг в сторону их снижения.

«Кроме того, банк помимо факторингового финансирования предоставляет услуги РКО, — говорит начальник факторингового подразделения банка «Союз» Юрий Шаранов. — Остатки на счетах обслуживаемых компаний — это практически бесплатные ресурсы. Так как схема факторингового финансирования предусматривает короткие сроки оборачиваемости финансирования — 60–90 дней, эти средства становятся хорошим подспорьем для бизнеса. Если рассматривать факторинговые компании, то у них таких ресурсов нет, если они не задерживают выплату остатков».

Существует мнение, что поскольку факторинговые подразделения банков финансируются из казначейства, ресурсы которого по факту получаются дешевле, чем ресурсы специализированных факторинговых компаний, то и стоимость факторинга в банках у первых выходит меньше. Правда, здесь встает в очередной раз вопрос, считать ли простое финансирование под залог дебиторской задолженности настоящим факторингом и будут ли такие средства действительно дешевле, чем средства, напрямую привлекаемые с международных рынков капитала.

В любом случае очевидно, что пока спрос на рынке значительно превышает предложение, вопрос стоимости ресурса будет не так важен, как вопрос объемов, которые смогут направить компании и банки в развитие факторинга. Увеличение долговой нагрузки не пугает участников рынка, наращивающих собственный капитал и активно привлекающих заемные средства. Ведь основная ставка делается на рост потребительского сектора. К 2009 году объем рынка факторинга России вырастет, по оценкам агентства «Эксперт РА», до \$40–50 млрд. Развитие рынка будет основано на постепенном замещении товарных кредитов факторингом. В настоящее время объемы товарного кредитования оцениваются экспертами рынка в \$240–250 млрд, что более чем в 10 раз превышает объем текущих операций на рынке факторинга. ■

СЕГОДНЯ ФАКТОРИНГ ИЗ ПОБОЧНОГО ПРОДУКТА БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕВРАТИЛСЯ В САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ ИНДУСТРИЮ

«РЫНОК — ЭТО МЫ» БОЛЕЕ 10 ЛЕТ НАЗАД В РОССИИ РОДИЛСЯ САМЫЙ МОЛОДОЙ ИЗ НЫНЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ — ФАКТОРИНГОВЫЙ. О ТОМ, КАК ОН ПОЯВИЛСЯ И КАК РАЗВИВАЕТСЯ СЕГОДНЯ, BUSINESS GUIDE РАССКАЗАЛ ОДИН ИЗ ЕГО ОТЦОВ-ОСНОВАТЕЛЕЙ — ПРЕЗИДЕНТ ФАКТОРИНГОВОЙ КОМПАНИИ «ЕВРОКОММЕРЦ» ГРИГОРИЙ КАРПОВСКИЙ. ОН ЖЕ ПРЕДРЕКАЕТ ЭТОМУ РЫНКУ БУРНЫЙ РОСТ.

BUSINESS GUIDE: Григорий, вы стояли у истоков рынка факторинга в России. Расскажите, как все начиналось, как развивался рынок и как он выглядит сегодня.

ГРИГОРИЙ КАРПОВСКИЙ: В России индустрия факторинга начала активно развиваться в 2000 году, и история ее развития напрямую связана с развитием нашей компании. Тогда практически одновременно на рынке появились две команды — наша и Михаила Трейвиша (ныне руководитель Национальной факторинговой компании. — **BG.**); и сегодня практически все специалисты по факторингу, работающие на рынке, так или иначе в прошлом имели отношение к одной из этих двух команд. С одной стороны, примерно половину работающих факторинговых бизнесов возглавляют бывшие сотрудники компании «Уралсиб-НИКойл», ныне Национальной факторинговой компании; с другой стороны, вторая половина участников рынка — это бывшие партнеры ФК «Еврокоммерц», ранее существовавшей в виде группы компаний, созданных при участии ряда крупных банков.

Начинался рынок российского факторинга с абсолютного нуля, полного непонимания того, что это такое. Сейчас же уже в течение пяти лет подряд объем рынка увеличивается вдвое ежегодно и, на мой взгляд, будет удваиваться еще в течение пяти лет. Сегодня в России «факторитса» чуть более 1% экономики. К примеру, в Восточной Европе эта цифра достигает 3–4%, и как минимум таких показателей мы должны достигнуть. Так что история «Еврокоммерца» — это во многом история рынка в России. Мы создаем этот рынок, и мы растем вместе с рынком. На сегодня наша компания — это 22% рынка в денежном выражении и 37% по числу клиентов.

BG: Если история рынка факторинга — это как минимум наполовину история «Еврокоммерца», то расскажите о ней подробнее.

Г. К.: История «Еврокоммерца» делится на несколько этапов. Изначально мы — это четыре человека: я и трое моих партнеров — решили заниматься факторингом, потому что увидели, что он стремительно развивается на Западе, и, по нашему предположению, он должен был заработать и в России. Основная перспектива этого бизнеса в России была заложена в развивающемся отечественном потребительском рынке, на обслуживание которого и направлен факторинг.

BG: У вас были только голые идеи или они все-таки были подкреплены некоторым капиталом?

Г. К.: К тому времени каждый из нас четверых уже, как говорится, сделал свой миллион, но этого было недостаточно. Нельзя, имея, скажем, \$5 млн, начать заниматься факторингом, для этого нужны были сотни миллионов долларов. Поэтому нам была необходима поддержка банков.

BG: И вы пошли искать богатого спонсора?

Г. К.: Да. Сначала мы пошли по старым связям. Около года встречались с представителями различных банков, объясняли, чем хотим заняться. Безрезультатно. Потом я зашел на сайт Центробанка, взял первые 150 российских банков из имеющегося там списка, мы выписали всех председателей правления этих банков и разослали им



ГРИГОРИЙ ТАМБУЛОВ

**ГРИГОРИЙ КАРПОВСКИЙ, ПРЕЗИДЕНТ
ФАКТОРИНГОВОЙ КОМПАНИИ «ЕВРОКОММЕРЦ»**

письма с описанием идеи и предложением обсудить возможности сотрудничества. Параллельно с отправкой писем мы организовали колл-центр, основной задачей которого было отслеживание пути каждого письма. Сделали мы это, честно говоря, без особой надежды на успех. Но, к нашему удивлению, мы получили массу приглашений к переговорам. Кому-то, видимо, стало просто интересно, кто-то действительно осознал дефицит новых идей. В итоге нам предложили сотрудничество несколько крупных банков. И мы начали работать с одним из них — с банком «Стройкредит», зарегистрировав совместную компанию «Еврокоммерц-Стройкредит».

BG: Итак, на рынке появилась факторинговая компания. Что было дальше?

Г. К.: Где-то через год мы продолжили общение с банками, высказавшими заинтересованность в сотрудничестве. При этом те из банков, с которыми мы встречались изначально, были действительно поражены. За год сотрудничества со «Стройкредитом» мы показали действительно хороший результат. После этого мы создали еще несколько совместных компаний с рядом ведущих отечественных банков — Международным московским банком, банком «Траст», Транскредитбанком и прочими. В итоге у нас получилась группа компаний, каждая из компаний носила двойное название — «Еврокоммерц» плюс название банка-партнера: «Еврокоммерц-Траст», «Еврокоммерц-ТК» и т. д. Схема была очень простая: мы выполняли все бизнес-функции — от привлечения клиентов до их операционного обслуживания, а банки давали финансирование. Так у нас появились средства. Такая организация бизнеса позволила нам получить миллионные обороты, и у нас появилась возможность активно развиваться. При этом у нас

были очень комфортные условия для развития. С одной стороны, нашими партнерами были крупные банки, а с другой стороны, благодаря такой структуре бизнеса мы были независимы: у нас всегда была возможность альтернативного финансирования.

Однако у такой структуры был и недостаток. Банки финансировались деньгами с международных рынков и по большому счету выступали посредниками между нами и международным капиталом. Мы же были посредниками второго эшелона — между банками и клиентами, и когда деньги доходили до клиента, они становились очень дорогими из-за многократных комиссионных. Поэтому в прошлом году мы приняли решение объединить весь бизнес в единой компании «Еврокоммерц» и под нее уже привлечь инвестора. Подчеркну, не кредитора, а именно инвестора в собственный капитал. Таким образом, мы начали получать финансирование напрямую с международного рынка. (В прошлом году инвесткомпания «Тройка Диалог» в лице Troika Capital Partners и фонда Russia New Growth Fund, бенефициарами которого выступают ЕБРР и Temasek Holdings, приобрела контрольный пакет акций ЗАО «ФК „Еврокоммерц“». — **BG.**) Это был второй этап нашего развития. Следующим этапом будет выход на IPO, который мы планируем провести в конце 2008 — начале 2009 года. Аналитики крупнейших инвестиционных банков ожидают, что оценка компании на момент IPO составит сумму, превышающую \$1,5 млрд. Мы считаем, что стоимость бизнеса и далее будет продолжать расти. Поэтому ни «Тройка», ни менеджмент компании не будут полностью выходить из проекта на стадии IPO.

BG: Помимо IPO у вас есть еще какие-либо инвестиционные планы?

Г. К.: На сегодня мы инвестировали в бизнес \$86 млн. Это наш собственный капитал на сегодняшний день. До конца года доведем его до \$150 млн. Важно отметить, что цифра \$150 млн является ориентировочной. «Еврокоммерц» сейчас достиг того состояния, при котором он может беспрепятственно увеличивать собственный капитал в зависимости от существующей потребности в объемах заимствований. Компания способна всегда поддерживать оптимальное соотношение собственного капитала к заемному.

BG: В чем, по-вашему, состоит потенциал рынка факторинга?

Г. К.: Я уверен в успехе этого бизнеса в первую очередь потому, что в нашей стране существует огромный потребительский рынок, а с учетом стран СНГ это около 200 млн человек. И эти люди живут все лучше, соответственно, их потребительские возможности растут. А растет потребительский сектор — растет и факторинг.

Потенциально рынок факторинга — это весь рынок отсрочек платежей. Если предприятие дает отсрочку платежа своим клиентам, то оно может использовать факторинг как инструмент развития. Таким образом, весь объем предоставляемых в торговле отсрочек платежа и есть наш потенциальный рынок, и мы будем за него бороться. Пока факторинг занимает небольшой сектор этого рынка — порядка 10%. Общий объем рынка отсроченных платежей

в потребительском секторе по итогам 2007 года я оцениваю в \$240–250 млрд. То есть в 2007 году около \$25 млрд будет приходиться на рынок факторинга.

BG: Если вы говорите, что потенциал для развития факторинга — замещение товарных отсрочек, значит, вы фактически вступаете в конкуренцию с банками?

Г. К.: Нет, мы вообще не конкурируем ни с банками, которые предлагают факторинговые услуги, ни с самими факторинговыми компаниями. Мы конкурируем с отсрочкой платежа, и нам нет смысла воевать на уже отвоеванном объеме — 10% этого рынка. Ведь есть десятки тысяч клиентов, которые еще не пользуются факторингом, но предоставляют товарные кредиты. Нам надо просто заместить факторингом этот рынок. Внутренняя же конкуренция начнется лишь тогда, когда замещение на рынке отсрочек превысит 50%, когда темп прироста факторингового бизнеса будет сокращаться и бороться придется не за новых клиентов, а за уже существующих, а пока почти все клиенты факторинговых компаний — это новые клиенты.

BG: В чем тогда коренное отличие между факторингом и кредитом?

Г. К.: Факторинг — это набор услуг, по сути включающий в себя и банковские услуги, и страховые, и услуги кредитного бюро и коллекторского агентства. Преимущество факторинга состоит в том, что удобнее пойти в факторинговую компанию и получить все эти услуги одновременно и в одном офисе, нежели обойти все перечисленные инстанции.

BG: Если рынок факторинга такой доходный, растущий, имеющий колоссальный потенциал, на нем практически нет конкуренции, то почему на него тогда все не рвутся? Например, на банковском рынке или на рынке лизинга работают более тысячи игроков, а в факторинг играют единицы.

Г. К.: Потому что на этом рынке очень высокие барьеры входа.

BG: И что это за барьеры?

Г. К.: Их несколько: наличие экспертизы, клиентской статистики и массового продукта, разветвленная сеть дистрибуции, фондирование, операционная база и прочее.

BG: Могли бы вы поделиться подробностями, что из себя представляют эти барьеры?

Г. К.: Для того чтобы заняться факторингом, нужна база данных по торговым и производственно-торговым компаниям. Это статистика платежей по товарным отсрочкам. Очень важно понимать, что это не статистика по банковским кредитам, ее нельзя использовать как основу для факторинговой деятельности. Именно такая статистика должна быть в основе массового продукта.

BG: Почему невозможно использовать статистику по кредитным историям?

Г. К.: Возьмем, к примеру, какую-нибудь крупную торговую сеть. Хороший заемщик для банка? Великолепный. У банка есть хорошая по нему статистика — он всегда возвращает деньги. Но если мы возьмем статистику маленького поставщика в эту сеть, вероятно, она уже будет не такой хорошей. Потому что этот поставщик не так важен для нашей торговой сети. Тот продукт, который он ей постав-

ЧТО ТАКОЕ «ЕВРОКОММЕРЦ» (EUROKOMMERZ)

Факторинговая компания «Еврокоммерц» (Eurokommerz) — лидер российского рынка факторинга. В компании обслуживается около 2 тыс. клиентов, а объем уступленных денежных требований в 2006 году составил 66 млрд руб. Филиальная сеть Eurokommerz действует в 54 регионах Российской Федерации.

Акционерами компании являются менеджмент Eurokommerz и инвестиционная компания «Тройка Диалог» в лице Troika Capital Partners и фонда Russia New Growth Fund, бенефициарами которого выступают European Bank for Reconstruction and Development и Temasek Holdings. Компания является членом Международной факторинговой ассоциации — International Factors Group.



ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

ляет, продают еще сотни поставщиков, и крупной торговой сети не так важно день в день платить ему по поставке в обязательном порядке. Поэтому статистика по товарным отсрочкам сильно отличается от статистики по кредитам в банках. Она зависит от принципиально иных вещей — от ценности продукта для покупателя, для его бизнеса. Поэтому такую статистику нигде нельзя взять, ее можно только наработать.

Мы наработали статистику, мы разработали скоринговую модель, чтобы управлять рисками, у нас уже есть массовый продукт, и у нас есть все возможности для широкой дистрибуции в регионах. Региональная сеть «Еврокоммерца» состоит из 54 региональных центров, и мы знаем не понаслышке, как тяжело выстраивать филиальные сети. Скажем, в России сейчас насчитывается около 1300 банков, и лишь немногие из них владеют большими филиальными сетями. Есть и барьеры входа в регион — экономические, политические и прочие. Очень важно также понимать, что нельзя просто использовать филиальную сеть банка для того, чтобы через нее запустить факторинговый продукт. И российский, и зарубежный опыт показывает, что нельзя продавать факторинг в одном офисе с банком, это совершенно разные продукты. Под факторинг нужна отдельная сеть. Не зря по этому пути пошли многие и российские, и зарубежные банки.

BG: С барьером финансирования, кажется, все ясно — нужна куча денег.

Г. К.: Да, это весьма капиталоемкий бизнес. Ведь наш товар — это именно деньги. Откуда берут деньги банки, например? Из трех источников — у государства, из нефтянки и на Западе. С государством и нефтью все понятно, поэтому останавлиюсь только на мировых финансовых рынках. Так вот у «Еврокоммерца» перед многими российскими игроками есть очень большое преимущество: мы иск-

лючили всех посредников между нами и зарубежными деньгами и получили прямые инвестиции со стороны международных финансовых институтов — ЕБРР и Temasek Holdings. Так, если раньше нас финансировали банки, а мы финансировали клиента, то теперь наш собственный капитал — это плечо, которое позволяет привлекать зарубежные деньги и делать большой оборот. (Оборот «Еврокоммерца» в 2006 году составил \$2,4 млрд при общем объеме рынка \$11 млрд. Оценочный оборот компании по итогам этого года составит \$7 млрд при объеме рынка \$22–25 млрд.— **BG.**)

BG: И наконец, еще один барьер — создание операционной базы.

Г. К.: Факторинг — это не разовые операции. Каждый день наши клиенты что-то продают и покупают, это сотни тысяч операций. И если не создать систему, которая будет обслуживать миллион операций в день, никаких денег не хватит для того, чтобы заниматься факторингом. То есть нужна технология, которая включает в себя команду, бизнес-процессы и глубокую автоматизацию.

BG: При наличии таких барьеров насколько вообще сильна конкуренция на рынке факторинга в России?

Г. К.: Я не могу сказать, что конкуренция сильна, ее скорее практически не существует. Рынок факторинга в России отличается сильной концентрацией. Всего пять компаний занимают около 80% рынка. Стоит заметить, что такая ситуация характерна для всех мировых факторинговых рынков. А если учесть, что потенциальный рынок освоен сейчас всего на 10%, то мы скорее не конкуренты, мы партнеры и соратники. И наша задача не воевать между собой за доли на освоенной части рынка, а растить рынок, развивать его, таким образом благотворно влияя и на экономику России в целом.

Интервью взял ВИТАЛИЙ БУЗА

«ПРАВОВАЯ КОЛЛИЗИЯ В ЧАСТИ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ФАКТОРИНГА СДЕРЖИВАЕТ РАЗВИТИЕ РЫНКА»

О перспективах принятия федерального закона, регулирующего факторинговую деятельность, аналитику «Эксперт РА» ИРИНЕ ВЕЛИЕВОЙ рассказала директор департамента корпоративного управления Минэкономразвития России ОЛЬГА ГРИЦАЙ.

BUSINESS GUIDE: Каковы, на ваш взгляд, приоритетные задачи МЭРТа в части совершенствования законодательства в области факторинговой деятельности?

ОЛЬГА ГРИЦАЙ: В настоящее время существует противоречие между требованиями ст. 825 Гражданского кодекса РФ и федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» в части лицензирования финансовых агентов. Согласно ГК, договоры финансирования под уступку денежного требования могут заключать банки и иные кредитные организации, а также другие коммерческие организации, имеющие разрешение (лицензию) на осуществление деятельности такого вида. Вместе с тем закон о лицензировании не содержит каких-либо требований по лицензированию деятельности по финансированию под уступку денежного требования. Подобная коллизия формирует разную правоприменительную практику и, как следствие, вызывает сложности в отношениях между участниками рынка и представителями государственных органов, что значительно ухудшает условия ведения данного вида бизнеса.

Таким образом, на сегодняшний момент основная и главная задача МЭРТа заключается в ускорении процесса принятия законопроекта «О внесении изменений в статью 825 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации и признании утратившей силу статьи 10 Федерального закона „О введении в действие части второй Гражданского кодекса Российской Федерации“». (Законопроект уже прошел первое чтение в Госдуме.) Данным документом устанавливаются субъекты, которые могут выступать финансовыми агентами путем приведения в соответствие друг с другом норм ГК и закона о лицензировании. В соответствии с законопроектом в качестве финансового агента договоры финансирования под уступку денежного требования смогут заключать не только банки, но и коммерческие организации.

Мы считаем, что правовая коллизия в части лицензирования факторинга, существующая сегодня, не только формирует разную правоприменительную практику, но и сдерживает развитие рынка. Мы пытаемся создать комфортные условия для осуществления деятельности финансовых агентов, включая специализированные факторинговые компании, не относящиеся к банкам или иным кредитным организациям. Принятие настоящего законопроекта не только устранил пробелы в законодательстве, предоставляя право заниматься факторингом специализированным организациям, но и будет способствовать выходу на рынок как новых участников, так и новых клиентов, целью которых является увеличение объемов продаж и прибыли. Настоящий законопроект будет способствовать развитию факторинга и, как следствие, экономики в целом.

BG: Когда, по вашему, будет решен вопрос о лицензировании факторинговой деятельности? В чем причина того, что он до сих пор остается нерешенным?

О. Г.: Основная причина того, что вопрос еще не решен, заключается в том, что нами сегодня дополнительно прорабатывается вопрос о целесообразности установления компенсирующих механизмов контроля над отраслью ввиду отсутствия лицензирования. Рассматривается вариант, при котором будет установлен контроль за деятельностью финансовых агентов в части противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма, и в этом случае контроль будет осуществляться Росфинмониторингом.

BG: Какова позиция МЭРТа по вопросу создания российской факторинговой ассоциации? Какие перспективы открывает создание ассоциации с точки зрения диалога между госорганами и участниками рынка?

О. Г.: Идея создания подобной ассоциации заслуживает поддержки. Участники рынка смогут выработать собственные стандарты и правила, кодекс чести и т. д., что, безусловно, должно положительно сказаться на развитии отрасли и качестве предоставляемых финансовыми агентами услуг. Мы всегда открыты для диалога с профессиональным сообществом, так что перспективы сотрудничества с участниками рынка очень хорошие. ■

АНГЛИЙСКИЙ ПАЦИЕНТ

ТРИ ГОДА НАЗАД АНГЛИЧАНИН БАРРИ РОДЖЕРС ПОСЛЕ 35 ЛЕТ РАБОТЫ У СЕБЯ НА РОДИНЕ ПРИЕХАЛ РАЗВИВАТЬ РЫНОК ФАКТОРИНГА В РОССИИ. ТЕПЕРЬ, СТАВ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТОМ ПО ФАКТОРИНГУ ПРОБИЗНЕСБАНКА, ОН РАССКАЗАЛ BUSINESS GUIDE О ТОМ, КАКИМ ВИДИТ НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ ЭТОГО РЫНКА. СВОЮ РАБОТУ В НАШЕЙ СТРАНЕ ОН ОЦЕНИВАЕТ КАК ШАГ ВПЕРЕД В СВОЕЙ КАРЬЕРЕ.

BUSINESS GUIDE: Господин Роджерс, прокомментируйте, пожалуйста, развитие рынка факторинга в России.

БАРРИ РОДЖЕРС: За последние три-четыре года рынок заметно вырос, а темпы роста спроса на услуги факторинга в России являются гораздо более высокими, нежели на западных рынках. Среди причин этого в первую очередь можно отметить то, что ВВП России увеличивается гораздо более быстрыми темпами, чем в странах Запада. Так, на Западе рост рынка факторинга составляет 20–30% в год, в то время как в России он ежегодно удваивается. Например, в Великобритании такой рост, как в России, наблюдался еще в период после второй мировой войны. Соответственно, при таком росте ВВП России возникает острый спрос на финансовые ресурсы. И очевидно, что банки и другие финансовые институты РФ не имеют достаточных ресурсов, чтобы охватить данный спрос. А факторинг как раз бурно растет на тех рынках, где недостаточно развита банковская система.

BG: Как по-вашему, сегодня в России банковский факторинг и собственно факторинговые компании — конкуренты или они предоставляют взаимно дополняемые услуги?

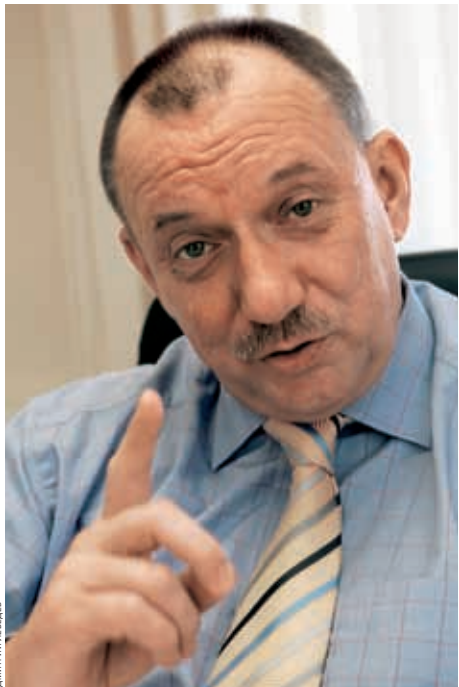
Б. Р.: Думаю, что это все-таки конкурирующие структуры, несмотря на то что в России факторинговые услуги, предлагаемые специализированными компаниями, сильно отличаются от тех услуг, которые предлагают факторинговые подразделения банков. Банковский факторинг скорее представляет собой банковский кредит, и по большому счету российские банки не имеют представления о том, что такое факторинг. Многие из них предлагают, скажем, услуги по обслуживанию дебиторской задолженности. По большому счету это есть обычное кредитование.

BG: Ваш прогноз на развитие рынка российского факторинга в ближайшее время.

Б. Р.: В этом году доля факторинга в России достигнет 2% от ВВП страны, а в следующем году я прогнозирую 3%. Для сравнения: в Великобритании время выхода на уровень 3% от ВВП заняло 20 лет — приблизительно с начала 60-х до начала 80-х годов прошлого столетия. За последующие 25 лет происходил рост, и сегодня доля факторинга составляет 13% ВВП. Вообще, на Британских островах факторинг активно развивается в течение последних 45 лет.

BG: Каковы, на ваш взгляд, причины такого роста помимо дефицита финансирования оборотных средств? Я имею в виду Россию.

Б. Р.: Чем чаще люди потребляют некую услугу, тем больше они увеличивают знания о ней, тем более она стано-



БАРРИ РОДЖЕРС,
ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ПО ФАКТОРИНГУ ПРОБИЗНЕСБАНКА

вится популярной, и, соответственно, это положительно влияет на динамику роста ее потребления. Конечно, мой прогноз сбудется при условии благоприятной законодательной среды.

BG: Других возможных причин сдерживания роста факторинга в России вы не видите?

Б. Р.: Факторинг — это услуга, заточенная под малый и средний бизнес, крупнейшие компании — держатели основной доли ВВП в России обычно не являются потребителями факторинговых услуг. Поэтому гипотетически, конечно, можно представить ситуацию, при которой у малого и среднего бизнеса в России начнутся проблемы. Тогда начнутся проблемы и у факторинга. В России на 140 млн человек населения приходится гораздо меньшее количество компаний малого и среднего бизнеса, чем в других странах. В Великобритании, например, действуют 3–4 млн предприятий малого и среднего бизнеса, и это при численности населения лишь 65 млн человек. Так что России есть куда расти.

BG: А Западу?

БРИТАНСКИЙ ЭКСПЕРТ СЧИТАЕТ, ЧТО БАНКИ И ФАКТОРИНГОВЫЕ КОМПАНИИ ЯВЛЯЮТСЯ КОНКУРИРУЮЩИМИ СТРУКТУРАМИ. В РОССИИ С ЭТИМ СОГЛАСНЫ НЕ ВСЕ

НАКОПЛЕННЫЙ ОБОРОТ ПО РАЗЛИЧНЫМ ФАКТОРИНГОВЫМ ОПЕРАЦИЯМ ВСЕХ ЧЛЕНОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЦЕПИ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ (FCI; МЛН ЕВРО)						
ПОКАЗАТЕЛЬ	2002	2003	2004	2005	2006	РОСТ 2006/2005 (%)
ИНВОЙС-ДИСКАУНТИНГ	74,815	77,516	97,543	160,141	193,829	21,04
ФАКТОРИНГ С РЕГРЕССОМ	63,830	73,169	89,808	116,626	139,978	20,02
ФАКТОРИНГ БЕЗ РЕГРЕССА	156,510	177,173	191,467	232,683	247,818	6,50
ВОЗВРАТНОСТЬ	15,640	12,836	15,549	13,120	12,604	-3,93
ВСЕГО ПО ВНУТРЕННЕМУ ФАКТОРИНГУ	310,796	340,694	394,367	522,569	594,229	13,71
ЭКСПОРТНЫЙ ФАКТОРИНГ	14,649	21,606	32,405	42,073	59,302	40,95
ИМПОРТНЫЙ ФАКТОРИНГ	8,069	8,915	11,160	13,190	14,944	13,30
СОВОКУПНЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФАКТОРИНГ	22,718	30,521	43,565	55,263	74,247	34,35
ОБЩИЙ ИТОГ	333,514	371,215	437,932	577,832	668,476	15,69
СОВОКУПНЫЙ МИРОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ФАКТОРИНГ	681,281	712,657	791,950	930,061	1,030,598	10,81
СОВОКУПНЫЙ МИРОВОЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФАКТОРИНГ	42,916	47,735	68,265	86,486	103,690	19,89
ВСЕГО В МИРЕ	724,197	760,392	860,215	1,016,547	1,134,288	11,58%

ИСТОЧНИК: FACTOR CHAIN INTERNATIONAL.

Б. Р.: Развитие и рост факторинга на Западе идет, конечно, меньшими темпами, нежели это происходит в России, потому что это уже развитые рынки. Хотя есть и исключения, в некоторых странах этот рост составляет 10–20% в год. Основная причина этого роста связана с политикой банков в отношении кредитования малого и среднего бизнеса. Например, рост факторингового сектора в Германии составляет примерно 20% в год. В Британии рынок растет на 10–12% в год, но на самом деле этот рост образовывается из финансирования под уступку денежного требования (invoice discounting) — продукт, которому теперь отдают предпочтение предприятия малого и среднего бизнеса.

В прошлом году объем дебиторской задолженности, уступленной по факторингу, и финансирование под уступку денежного требования в Великобритании составили \$276 млрд. Рост факторинга в чистом виде составляет 6%, тем временем как финансирование под уступку денежного требования возросло приблизительно на 14–15%.

ВГ: В России предпринимаются попытки принятия закона о факторинге. Какие основные положения вы бы посоветовали законодателям прописать в этом законе с позиций вашего 30-летнего опыта работы на Западе и уже более чем трехлетнего в России?

Б. Р.: Во-первых, по моему глубокому убеждению, не нужно принимать никаких специальных законов, связанных с факторингом.

ВГ: Может быть, необходимо лицензирование, получение факторинговой компанией банковской или страховой лицензии? Как, кстати, это происходит в Великобритании?

Б. Р.: «Лицензирование» — именно так, в кавычках, пожалуй, требуется только для банковского факторинга: поскольку банк лицензирован, и поэтому факторинг тоже будет включен в эту лицензию. Банки резервируют средства для страхования рисков, де-факто эти средства замораживаются, что мешает расширению бизнеса. Кроме того, требуется ведение специальной отчетности по каждому дебитору. Представьте себе такую ситуацию. У факторингового подразделения банка есть, скажем, 500 клиентов, и у каждого из этих клиентов десятки или сотни покупателей. Соответственно, это уже несколько тысяч дебиторов, и по каждому нужно вести отчетность, а это просто нереально. Сами банки делать это не мотивированы, но они вынуждены согласно требованиям ЦБ. Такое противоречие мешает развитию рынка и росту управления факторинга в банке. У независимых небанковских (нелицензированных) компаний такой проблемы не возникает, этим объясняется их огромный рост.

Что касается Великобритании, то позиция британского правительства такова, что вопросы регулирования от-

расли должны рассматриваться на принципах саморегулирования, работать по своим внутренним высоким стандартам. Ведь денежные потоки все равно так или иначе идут через банки, а уже банковская система, конечно, регулируется. В то же время если бы факторинг подлежал тотальному госрегулированию, то мы бы не увидели такого его роста.

К тому же в Британии существует FDA (Factoring Discounting Association), куда входят около 95% факторинговых компаний и которая ведет диалог с правительством по тем или иным аспектам развития факторинга в стране.

➤ NO COMMENT СВОБОДУ ИНВОЙСАМ

Зачастую компании среднего размера, получая большое число заказов, преждевременно радуются росту объема бизнеса. Потом им приходится огорчаться, ведь это приводит и к росту числа дебиторов, что существенно ограничивает движение денежных потоков компании и, следовательно, затрудняет дальнейшее развитие бизнеса. Владельцы среднего бизнеса нередко задаются вопросом, как не упустить контроля над задолженностями и при этом гарантировать своевременную оплату всех счетов без ущерба для потоков наличных средств.

По мнению Кейт Шарп, главы Ассоциации факторов и дискаунтеров (Factors and Discounters Association), в Великобритании с этими проблемами сталкиваются многие компании среднего бизнеса. В то время как скачок в объеме заказов, безусловно, является хорошей новостью, ее последствием, омрачающим радость, неизменно будет дополнительное давление со стороны возросшего числа дебиторов. Веселья не добавит и то, что придется тратить время на поиск средств для покрытия новых неплатежей, а не на развитие бизнеса. Большее число дебиторов также означает и увеличение отсрочек платежей, если компания не имеет излишков для оплаты счетов. В зависимости от сектора отсрочки платежей могут составить от 60 до 90 дней, в то время как в распоряжении компании, как правило, имеются бюджетные средства только на 30 дней. Это, разумеется, тут же отражается на объеме оборотных средств.

Решение проблемы, по рекомендации Кейт Шарп, в данном случае может быть следующим. Необходимо высвободить средства оттуда, где они меньше всего используются, — из инвойсов. Это довольно распространенная ситуация для транспортных компаний, именно поэтому более 2 тыс. компаний этого сектора в Великобритании используют инвойс-финансирование для высвобождения оборотных средств и поддержания развития бизнеса.

В течение многих лет инвойс-финансирование было основной финансовой опцией для компаний в различных секторах экономики Объединенного Королевства, обеспечивая рентабельное фондирование для компаний всех размеров. Основное преимущество инвойс-финансирования заключается в том, что компании могут получать платежи с более высоким процентом (обычно 80–90%) от продажной стоимости в течение 24 часов. Две ключевые продуктовые линии инвойс-финансирования — это факторинг и инвойс-дискантинг. Разница между ними состоит в том, что факторинг выносит функцию кредитного регулирования на аутсорсинг, в то время как инвойс-дискантинг позволяет компании сохранить контроль над кредитной книгой. Другим преимуществом инвойс-финансирования является то, что, в отличие от традиционных методов, применяя его, компания может увеличить наличные средства параллельно росту продаж. Это также позволяет избежать неблагоприятного периода перезаключения договора, как с другими видами фондирования, что часто отнимает немало времени и стоит недешево.

Рост числа покупателей — хорошее подспорье бизнесу только в том случае, если они платят. Работая с фактором, можно рассчитывать на его быстрый совет о качестве потенциальных клиентов и таким образом избежать проблемных долгов, что даст возможность сфокусироваться на росте бизнеса в нужном направлении. Кроме того, инвойс-финансирование подходит для любого этапа развития компании: от старт-апа до развитого бизнеса.

По материалам FINANCIAL TIMES

КЛАССИЧЕСКИЙ ФАКТОРИНГ

Согласно конвенции УНИДРУА «О международном факторинге», факторинговая услуга должна содержать не менее двух из четырех операций, а именно: финансирование поставщика, ведение учета по правам требования, инкассацию дебиторской задолженности, защиту от неплатежеспособности дебитора.

ИНВОЙС-ДИСКАУНТИНГ (INVOICE-DISCOUNTING)

Предполагает финансирование исключительно под уступку прав денежных требований на основании оценки торгового оборота клиента без оказания услуг по административному управлению дебиторской задолженностью и кредитному менеджменту. В рамках инвойс-дискантинга поставщик передает фактору весь портфель дебиторской

задолженности, под который осуществляется финансирование. Обычно при инвойс-дискантинге дебиторов не уведомляют об уступке. Данный инструмент предназначен для привлечения относительно дешевого финансирования на беззалоговой основе.

ПРЕДПОСТАВОЧНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Фактор предоставляет финансирование компании-постав-

щику не по факту отгрузки, а по факту наличия заказа на поставку товара. Использование этого продукта позволяет поставщику точнее планировать cash-flow и более оперативно решать вопросы, связанные с ликвидностью. В России данная услуга пока отсутствует, в то время как на Западе она активно развивается.

ганизаций, и объединения не получается. На мой взгляд, важно иметь здоровую конкуренцию между двумя организациями. Я за то, чтобы было две организации.

ВГ: В настоящее время в России обсуждается тема создания российской факторинговой ассоциации. Каков ваш прогноз — это будет единое объединение или «расцветут все цветы»?

Б. Р.: Судя по текущему развитию событий, в России возможно возникновение двух-трех организаций факторов. Но в будущем, скорее всего, они объединятся, либо одна прекратит свою деятельность. И это, по моему мнению, будет правильно.

ВГ: В чем же преимущество именно одной организации?

Б. Р.: Например, в том, что существуют большие возможности по лоббированию интересов факторинговых компаний в правительстве и где-либо ещё. Повторюсь, в Великобритании правительство имеет дело с одной организацией — FDA, и это дает возможность вести эффективный диалог. Одна крупная организация имеет гораздо больше возможностей влияния, нежели множество мелких.

ВГ: Что вы понимаете под возможностями лоббирования интересов факторинга в правительстве, если он не является предметом госрегулирования? Какие вопросы могла бы лоббировать факторинговая организация и посредством какого механизма?

Б. Р.: Признаться, я лично в этом процессе никогда не участвовал. Могу только сказать, что в Великобритании в министерстве торговли есть специальный департамент, который ведает делами компаний малого и среднего бизнеса, и FDA ведет непосредственный диалог с этим департаментом. Учитывая, что факторинг в 13% ВВП — это очень значительная цифра как в абсолютных, так и в относительных показателях, то как только возникает инициатива принятия какого-либо законодательного акта, который может повлиять на малый и средний бизнес или бизнес в целом, министерство торговли консультируется по этому вопросу с FDA.

ВГ: И последний вопрос. Господин Роджерс, почему вы приняли решение работать в России?

Б. Р.: Я уже 35 лет проработал на развитых, насыщенных рынках, и в какой-то момент мне это стало неинтересно. Россия, как и любой развивающийся рынок, в профессиональном плане мне гораздо интереснее. Рынок здесь гораздо более динамичный, и всё быстро меняется. Работу в России я воспринимаю как шаг вперед в своем профессиональном развитии. Бизнес в России требует принятия очень быстрых стратегических решений. У России великое будущее в аспекте мировой ведущей динамичной экономики. Я очень рад быть здесь, в стране, которую я полюбил и которой восхищаюсь.

Интервью взял ВИТАЛИЙ БУЗА



ВПЕРЕД, В СССР

ВЕДУЩИЕ ИГРОКИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФАКТОРИНГА УСТРЕМИЛИ СВОИ ВЗОРЫ ЗА ПРЕДЕЛЫ РОССИИ. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ОНИ ОБРАТИЛИ ВНИМАНИЕ НА БЛИЖАЙШИХ СОСЕДЕЙ — РЕСПУБЛИКИ БЫВШЕГО СОВЕТСКОГО СОЮЗА. ЭТО И ПОНЯТНО. ГОВОРИТЬ ОБ ЭКСПАНСИИ НА ЗАПАД ОТЕЧЕСТВЕННЫМ ФАКТОРАМ ЕЩЕ РАНО, А ВОТ ОСВАИВАТЬ «СОСЕДСКИЕ ПОЛЯНЫ» В САМЫЙ РАЗ. ТЕМ БОЛЕЕ ЧТО ОНИ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОБОЙ ЦЕЛИНУ С «РАЗВЕДАНЫМИ ЗАПАСАМИ» В ДЕСЯТКИ МИЛЛИОНОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ОБСЛУЖИВАЕМЫХ ДЕСЯТКАМИ КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ. И РОССИЯНАМ ЕСТЬ ЧТО ИМ ПРЕДЛОЖИТЬ.

ЭДУАРД ПЛАТОНОВ

В СТЕПЯХ УКРАИНЫ Факторинг на финансовом рынке Украины — новейшая услуга, даже по сравнению с Россией. И украинский малый и средний бизнес либо не имеет о ней никакого представления, либо представление это самое смутное. Так, на Украине не всегда понимают разницу между факторингом и традиционным кредитом — такое мнение начальника управления факторинговых услуг Укрсоцбанка Натальи Тиховской распространила пресс-служба банка. По ее словам, клиенты зачастую под термином «факторинг» не всегда понимают именно то, что на самом деле им является. «Самый неправильный синоним, который может быть у факторинга, — это кредит, — говорит Наталья Тиховская. — Факторинг не является кредитом, поскольку может предоставляться без финансирования, что в принципе невозможно, если речь идет о кредите. Кроме того, в основе факторинга лежит сервис из целого набора услуг: бухгалтерский учет всех поставок, отгруженных с отсрочкой платежа, контроль за своевременностью платежа, процедура взимания с покупателя денег (инкассация денег), информационно-аналитическое обеспечение».

Между тем не стоит заблуждаться и считать, что российские компании смогут захватить украинский рынок «без единого выстрела». На украинском рынке факторинговые услуги предоставляют около 20 банков и инвестиционных компаний. Есть также национальные специализированные факторинговые компании. И объем предоставленных ими факторинговых услуг постоянно растет. Так, 2004 году рост составил 300%, а в 2005 году — 250%. Напомним, в России в последние годы рынок растет на 100%. Это тоже значительная цифра, но и она несопоставима с темпами роста у украинцев. Впрочем, это и говорит о том, что украинский рынок в разы менее насыщен, нежели российский. Так, отношение объема предоставленных факторинговых услуг к ВВП Украины в 2006 году составило менее 1%, но отношение это постоянно возрастает (в 2005 году показатель составлял 0,2%).

Увеличение спроса на факторинговые услуги среди украинских предприятий малого и среднего бизнеса в 2005–2006 годах стало заметной тенденцией на рынке финансовых услуг. По словам заместителя начальника управления факторинга Укрэксимбанка Олега Большакова, вложения в факторинговый бизнес основных игроков отечественного рынка в 2005 году возросли в три раза. С помощью факторинга на Украине в течение 2005 года было реализовано товаров и оказано услуг приблизительно на 2 млрд гривен (около \$0,4 млрд по нынешнему курсу валют), при том что за 2004 год эта цифра составляла всего лишь примерно 0,8 млрд гривен (около \$0,16 млрд по нынешнему курсу валют). Такая же динамика роста сохранилась в 2006 году.

В сентябре 2006 года на Украине значительно увеличился срок факторинга. Появилось предложение, по которому отсрочка платежа составляет 180 дней. Еще в августе 2006 года отсрочка в факторинговых проектах предоставлялась украинскими банками, как правило, на срок до 90 дней. В сен-

тябре же отсрочку на 180 дней начал предлагать торгово-финансовый банк «Контракт». Это нововведение дало украинским компаниям возможности для увеличения объема торговли, количества и качества контрактов.

Оживление на рынке финансисты объясняют несколькими причинами. Во-первых, факторинговые операции получили широкое распространение после вступления в силу с 1 января 2004 года нового Гражданского и Хозяйственного кодексов Украины. Эти документы четко осветили вопросы правового регулирования факторинга. Если раньше банкиры искали предприятия, которым был бы интересен факторинг, то теперь клиенты сами приходят за этой услугой в финансовые учреждения. Другая причина роста популярности факторинга — осознание клиентами банков преимуществ такого способа привлечения финансирования в сравнении с классическим кредитованием. Ведь зачастую производителям приходится реализовывать продукцию с отсрочкой платежей. Предоставление товарного кредита покупателям позволяет поставщику удерживать конкурентную позицию за счет увеличения сбыта. Вместе с тем предприятие сталкивается с рядом негативных последствий — дефицитом оборотных средств, вероятностью неуплаты по поставке товара в срок. Это, в свою очередь, тормозит темпы роста компании-кредитора, что приводит к ухудшению ее финансового состояния и прибыльности. По словам Натальи Тиховской, именно в таких ситуациях для фирмы целесообразно воспользоваться факторингом. «Данная услуга рассчитана в основном на малый и средний бизнес», — подтвердила она расхожее в России и на Западе мнение.

Другим важным событием на рынке украинского факторинга стало присоединение страны к Конвенции УНИДРУА о международном факторинге — соответствующий закон депутаты верховной рады приняли в начале 2006 года. И это действительно событие для страны. Ведь поскольку на сегодняшний день действующее законодательство Украины почти не регулирует вопрос осуществления факторинговых операций, присоединение Украины к Конвенции о международном факторинге может содействовать развитию национального законодательства в данной сфере. «Также это будет способствовать увеличению внешне-торговых операций с использованием факторинговых операций», — говорят эксперты. Кроме того, присоединение Украины к конвенции может позволить расширить источники финансирования деятельности украинских предприятий за счет использования факторинговых операций, считают разработчики закона.

Правда, следует отметить, что не все эти ожидания реализуются желаемыми украинцами темпами. Так, несмотря на потребность рынка развивать международный факторинг, большинство банкиров пока справляются с этим плохо. Но есть и свои лидеры — Укрсоцбанк, Укрэксимбанк, ТАС-Коммерцбанк и другие. «Факторинг сам по себе является услугой достаточно сложной, предоставление которой на международном уровне является высшим пи-

лотажем», — объяснила происходящее Наталья Тиховская из Укрсоцбанка. Так что пока о международном факторинге на Украине говорят больше как о мифе. «По данным Factoring Chain International (FCI), его объем на Украине на 1 января 2006 года составляет всего лишь €3 млн, в то время как в России эта цифра равняется €40 млн», — говорит заместитель председателя правления Индексбанка Андрей Радченко.

Одним из барьеров на пути развития международного факторинга на Украине банкиры считают украинское валютное законодательство. И все же главная проблема для банкиров кроется в ином. В частности, уверены эксперты, в вопросе целесообразности выхода на уровень международно-го факторинга в условиях значительного роста внутреннего рынка. На Украине международный факторинг является имиджевой операцией, и его оптимальная доля в общем объеме факторинговых услуг составляет не более 5%. Так что пока украинский рынок на международный не тянет. «Доля международного факторинга на Украине пока не превышает 1% общего оборота по факторингу», — отметил по этому поводу начальник управления факторинга Укрэксимбанка Борис Зенкин.

НЕПОДНЯТАЯ ЦЕЛИНА В последние пять лет потребительский рынок Казахстана развивается быстрыми темпами — 10–15% прироста ежегодно. Основу этого роста составляют предприятия розничной торговли, общепита и бытового обслуживания, которые занимают первые места в списке наиболее прибыльных подотраслей казахстанской экономики. Благодаря развитию рынка потребительского кредитования в стране в число активных потребителей стали вовлекаться более широкие слои населения из так называемой низшей части среднего класса. Среди их покупательских предпочтений фигурируют видеомагнитофоны, стиральные машины, микроволновые печи, то есть те товары, которые уже не интересуют более зажиточные прослойки, уже имеющие эти товары и ориентирующиеся на более дорогие товары длительного пользования, такие как автомобили, мебель, недвижимость и т. п. Среди банков серьезные позиции на рынке розничного кредитования занимают Народный банк, Казкоммерцбанк, банк «Тураналем» и банк «Центркредит» — их доля суммарно составляет более 65%. Затем следуют банки «Альянс», АТФ, «Каспийский», Темирбанк и Нурбанк. На конец прошлого года по 10 крупнейшим банкам доля физических лиц в совокупном ссудном портфеле составляла 27%, в то время как на первый квартал 2005 года этот показатель составлял 20%. Таким образом, банки стали больше внимания уделять рознице. И развивать при этом факторинговые услуги.

Судить об объемах казахстанского рынка факторинга довольно сложно. Из 10 крупнейших банков страны (Казкоммерцбанк, банк «Тураналем», Народный банк, АТФ, банки «Центркредит», «Альянс», «Каспийский», Нурбанк, Евразийский банк и ВТБ) услуги факторинга анонсируются лишь

Определен конвенцией и поря-
док дальнейшей уступки права
денежного требования.

банками «Тураналем» (посредством дочерней лизинговой компании банка «Orix Лизинг») и «Каспийский». Проведение факторинговых операций на своем сайте анонсирует небанковская финансовая компания «Астана-Финанс».

Таким образом, в настоящее время большинство крупных казахстанских банков не рекламируют услуги факторинга, но в принципе готовы оказывать данные услуги, причем делают это они для полноты продуктовой линейки и в большинстве случаев скорее готовы предоставить эту услугу, если в этом будет нуждаться клиент, нежели на самом деле занимаются факторингом. Поэтому во многих банках отсутствует структурное подразделение по факторингу, а факторинговые услуги оказывают головные офисы. При этом следует отметить, что спрос со стороны клиентов пока крайне мал. Количество договоров факторинга, заключаемых в Казахстане, исчисляется десятками, что несоизмеримо мало для столь развитой финансовой системы, какой является банковская система Казахстана.

ХАРАКТЕР ГОРЯЧИЙ И НОРДИЧЕСКИЙ

Столь крупные как по количеству населения, так и по площади территории страны — Украина и Казахстан — являются естественной лакомой целью для экспансии российского бизнеса. Однако ему не стоит забывать и о менее заметных «мишенях» — республиках Прибалтики и Закавказья. Так, у первых, рынок финансовых услуг которых развит достаточно хорошо, собственный национальный факторинг развивается высокими темпами. По данным исследования IFG, совокупный объем денежных требований, уступленный факторам, например, в Латвии в 2005 году составил €737 млн. По мнению других экспертов, аналогичная ситуация наблюдается в Литве и Эстонии. И для столь небольших (по сравнению с Россией и крупными развитыми странами) рынков это достаточно значительный показатель, который, по прогнозам специалистов, в ближайшие два года удвоится.

Показатель достаточный для того, чтобы сами прибалты задумывались об экспансии в ближнее зарубежье, и эту задумку они уже осуществляют. Так, например, в конце 2006 года между Латвией и Азербайджаном было заключено межправительственное соглашение, в рамках которого латыши будут развивать азербайджанские финансовые рынки, в том числе и факторинговые услуги.

«Существует целый ряд областей, в которых Азербайджан и Латвия могут плодотворно сотрудничать, и в первую очередь это финансовый сектор, — заявил по этому поводу чрезвычайный и полномочный посол Латвии в Азербайджане Михаилс Попковс. — Вообще, рынок финансовых услуг в Латвии очень хорошо развит, в то время как в Азербайджане эта область только начинает развиваться. Поэтому я считаю, что данная сфера — одна из наиболее перспективных в сотрудничестве наших стран. Латвийские компании могут предложить свои услуги в тех нишах рынка финансов, которые в Азербайджане еще не заполнены. В частности, это факторинг, финансовый и оперативный лизинг». ■

НА УКРАИНЕ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФАКТОРИНГ ЯВЛЯЕТСЯ СКОРЕЕ ИМИДЖЕВОЙ ОПЕРАЦИЕЙ, И ЕГО ОПТИМАЛЬНАЯ ДОЛЯ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ФАКТОРИНГОВЫХ УСЛУГ СОСТАВЛЯЕТ НЕ БОЛЕЕ 5%. ТАК ЧТО ПОКА УКРАИНСКИЙ РЫНОК НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ НЕ ТЯНЕТ

БАНКОВСКИЙ ФАКТОР

В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ БОЛЬШИНСТВО ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ, СЛЕДУЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ ТРАДИЦИИ, ПОЯВЛЯЮТСЯ КАК ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ БАНКОВ. ОДНАКО С РАЗВИТИЕМ РЫНКА ФАКТОРИНГОВЫЕ КОМПАНИИ ВСЕ БОЛЬШЕ НАЧИНАЮТ СТРЕМИТЬСЯ К НЕЗАВИСИМОСТИ. ПРИ ЭТОМ КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА, КОТОРАЯ РАЗВОРАЧИВАЕТСЯ МЕЖДУ БАНКОВСКИМИ СТРУКТУРАМИ И НЕЗАВИСИМЫМИ ФАКТОРАМИ, ИМЕЕТ НЕОДНОЗНАЧНЫЙ И ПРОТИВОРЕЧИВЫЙ ХАРАКТЕР. БУДУЩУЮ ПОБЕДУ ЭКСПЕРТЫ ПРЕДРЕКАЮТ НЕЗАВИСИМЫМ ФАКТОРИНГОВЫМ КОМПАНИЯМ.

ОЛЬГА ХВОСТУНОВА

ЕВРОПЕЙСКИЙ ВЫБОР В мире существует две модели развития факторингового бизнеса — европейская и американская. Европейская модель предполагает создание крупных, но узкоспециализированных компаний-факторов, которые, как правило, имеют банковское происхождение. Такие компании были сформированы дочерними структурами банков прежде всего Великобритании в конце 1950-х годов. Позднее они отмежевались от материнских структур и обрели полную независимость, хотя некоторые из них сохранили долю банковского капитала либо установили партнерские отношения с банками, подразделениями которых они являлись. В американской модели все наоборот: факторинговые компании создавались в 1960-е годы частными предпринимателями без участия банков. Банки вскоре заинтересовались новым бизнесом и приобрели некоторые факторинговые компании в управление или собственность, расширив таким образом свой банковский портфель. Тем не менее на американском рынке по-прежнему сохраняется множество сравнительно небольших факторинговых компаний.

Российский рынок факторинга сегодня идет по европейскому пути: в большинстве случаев факторинговые компании у нас появляются как подразделения банков и банковских структур. По данным Виктора Носова, директора департамента факторинговых операций Промсвязьбанка, более половины российского рынка факторинга сегодня занимают банки, а доля факторинговых компаний, которые работают без банковской лицензии, в общем объеме уступленных денежных требований практически не изменилась по сравнению с 2005 годом и составляет порядка 30%. Господин Носов также указывает на то, что банки действительно уделяют большое внимание деятельности факторинговых компаний и рынка факторинга в целом. «Если обратиться к опыту Европы, то, согласно данным отчета Европейского инвестиционного фонда, банки в качестве акционеров факторинговых компаний (или через собственные департаменты факторинговых операций) играют все более активную роль в развитии индустрии. Цифры, демонстрирующие ее рост, чрезвычайно привлекательны для банков».

Григорий Карповский, президент ФК «Еврокоммерц», считает европейскую модель эффективной и более приемлемой для России: «Европа занимает порядка 70% рынка факторинга, и это является лишним подтверждением успешности европейской модели развития. Как и в европейских странах, в России наблюдается крайне высокая рыночная концентрация: на долю лидера приходится порядка 20–25% рынка, на ближайшие три компании — порядка 50–60%».

КОНКУРЕНЦИЯ, КОТОРОЙ НЕ БЫЛО В конце марта на третьей ежегодной профессиональной конференции «Факторинг-2007» Эрик Тиммерманс, генеральный секретарь Международной факторинговой ассоциации, отметил, что незави-

ДЛЯ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ ВАЖНО, ЧТОБЫ ПОСТАВЩИК ПРОДАВАЛ ТОВАРЫ С ОТСРОЧКОЙ ПЛАТЕЖА ПО ОТКРЫТОМУ СЧЕТУ. БАНКИ ЖЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ТОМ, ЧТОБЫ ТАКИХ ОТСРОЧЕК БЫЛО КАК МОЖНО МЕНЬШЕ



ВИКТОР НОСОВ СЧИТАЕТ, ЧТО БАНКИ И ФАКТОРИНГОВЫЕ КОМПАНИИ МОГУТ БЫТЬ ОДНОВРЕМЕННО И КОНКУРЕНТАМИ, И ПАРТНЕРАМИ

симые факторинговые компании составляют всего 10% международного рынка, а остальные 90% так или иначе завязаны от банков. На российском рынке факторинга на сегодняшний день представлено всего три компании, не имеющие банковского прошлого: «Еврокоммерц», Средне-волжская факторинговая компания и фактор-фирма «Энергия». Для сравнения: остальные относительно крупные игроки представлены 4 специализированными компаниями, входящими в банковские группы, и 19 банками.

Несмотря на очевидную взаимозависимость, отношения между банками и факторинговыми компаниями складываются непросто. Поскольку деятельность факторинговых подразделений внутри банков является, как правило, непрофильным направлением последних, поднимать вопрос о реальной конкуренции можно только в отношении независимых факторинговых компаний и специализированных факторов, входящих в банковские группы.

Григорий Карповский отрицает возможность реальной конкуренции между банками и факторинговыми компаниями. И проблема здесь даже не в происхождении и зависимости фактора от банковского сектора. Главным является вопрос специализации. «Факторинг может успешно развиваться только в рамках специализированной компании. Изначально это не банковский продукт, поэтому он не может развиваться в рамках универсального банка. Для продажи фак-

торинга невозможно использовать банковскую филиальную сеть, для управления рисками в факторинге невозможно опираться на банковскую статистику, даже операционные процессы в банках и в факторинге абсолютно различны».

По мнению Михаила Трейвиша, генерального директора Национальной факторинговой компании, факторинг эффективен только на рынке покупателей, в то время как на рынке продавцов гораздо сильнее роль банков. «Факторинг — это некое решение, которое позволяет капризному покупателю, не желающему ничего делать, никуда не ходить, не платить никакие деньги, не терять свое время и вообще не тревожиться. Это бремя на свои плечи взваливает поставщик. Для факторинговых компаний очень важно, чтобы поставщик продавал свои товары с отсрочкой платежа по открытому счету. Это значит, что есть только договор купли-продажи, но нет ни векселей, ни банковских гарантий, ни аккредитивов. Очевидно, что банки заинтересованы в том, чтобы таких отсрочек платежей было как можно меньше».

Разделив, таким образом, сферы интересов банков и факторинговых компаний, Михаил Трейвиш подводит к идее о том, что прямыми конкурентами они не могут быть априори. «Факторинг призван решить три основные проблемы — финансирование, страхование кредитных рисков и управление дебиторской задолженностью. Косвенное конкурентное пересечение факторинговых компаний с банками можно найти в услуге „финансирование“: факторинг здесь конкурирует с банковскими кредитами, причем скорее с кредитными линиями и овердрафтами. Не-

ИСТОРИЯ ФАКТОРИНГА

Факторинг — это одна из древнейших форм торгового кредитования. Эксперты находят некоторые его признаки еще в торговых отношениях в Вавилонском царстве в эпоху царя Хаммурапи в четвертом тысячелетии до н. э. и позднее во времена Римской империи. В сравнительно современном виде факторинг появился в средние века в Великобритании, которая активно торговала с колониями.

Первые операции факторинга начал вести созданный в Англии в XVII веке «Дом факторов» (House of Factors). В Северной Америке развитие факторинговой деятельности началось лишь во второй половине XIX века. Особенно часто факторинг использовался в сфере торговли текстилем. Когда в Европе были установлены высокие таможенные пошлины на текстиль, американские производители начали

которые банки этого не понимают, видя только финансовую сторону дела и не учитывая ситуацию на товарных рынках». По мнению господина Трейвиша, конкуренция между банками и факторинговыми компаниями возможна также в различных моделях развития бизнеса для клиента. «Если будет развиваться товарное кредитование поставщиков с оплатой по открытому счету — а именно его активно пропагандируют сегодня факторинговые компании, то будет активно развиваться и факторинг в некоторой степени в ущерб банковскому кредитованию и торговому финансированию».

Григорий Карповский развивает мысль о возможности конкуренции факторинговых компаний и банков в сегменте товарного кредитования. При этом он отмечает, что и здесь о реальной конкуренции говорить не приходится из-за слабости рынка: «Потенциально рынок факторинга — это весь рынок товарных отсрочек. Общий объем рынка отсроченных платежей в торговле в 2007 году мы оцениваем в \$240–250 млрд. Пока факторинг занимает всего около 10% этого рынка, поэтому о конкуренции говорить рано — слишком велик потенциал роста». Господин Карповский указывает на то, что существуют десятки тысяч клиентов, которые используют товарные отсрочки, но не используют факторинг. И они могли бы просто замещать факторингом рынок товарных отсрочек. «Внутренняя конкуренция начнется тогда, когда замещение на рынке отсрочек превысит 50% и когда темп прироста рынка будет значительно меньше. Тогда бороться придется за уже существующих клиентов, а пока почти все новые клиенты любой факторинговой компании или банка, предлагающего факторинг, — это клиенты, которые ранее факторингом не пользовались».

Между тем существует и другая точка зрения на то, насколько правомерен вопрос о реальной конкуренции между факторинговыми компаниями и банками. По мнению Виктора Носова, директора департамента факторинговых операций Промсвязьбанка, банки и факторинговые компании, предлагающие аналогичные продукты и предоставляющие свои услуги в одних и тех же регионах, конкурентами все же являются. Однако говорить о жесткой конкурентной борьбе между всеми факторами преждевременно. Это связано с тем, что факторы — лидеры российского рынка развиваются, практически не затрагивая интересов друг друга. «Лидеры рынка — это крупные банки и специализированные факторинговые компании, — поясняет Виктор Носов. — Банки в силу специфики бизнеса и нормативных требований работают в низкорисковом сегменте крупных и средних заемщиков. Факторинговые компании — в сегменте более рискованного среднего и малого бизнеса. С этой точки зрения их интересы практически не сталкиваются».

Виктор Носов также отмечает, что в некоторых случаях банки и факторинговые компании могут выступать солидарно, как партнеры. «Динамичное развитие отрас-

изобретать собственные системы сбыта продукции на европейском рынке. Ими был создан новый способ финансирования клиентов, включавший дисконты, исполнение денежных требований клиента, принятие финансовых рисков. Постепенно американские факторы начали осуществлять деятельность, типичную для банковских организаций. Таким образом, американские факторы изменили форму своей дея-

тельности, преобразившись из посредников при продаже товаров в институты, финансирующие производителей товаров. Данная схема настолько прижилась в США, что в настоящее время 90% производителей текстиля используют схему факторинга. В начале 60-х годов XX века началась экспансия американских производителей в Западную Европу, что привело к активизации деятельности европейских



ли привело к тому, что у факторов появились дополнительные поводы для сотрудничества. Среди них — отстаивание своих интересов в государственных органах, органах местного самоуправления и других организациях; стремление популяризировать факторинговые услуги, повысить уровень информированности топ-менеджмента компаний и финансовых специалистов о факторинге. Кроме того, есть примеры сотрудничества, когда факторинговые компании выполняют агентские услуги для банков, привлекая клиентов и оказывая дополнительные сопутствующие услуги».

ЛИЦЕНЗИОННЫЙ КАЗУС Столь тесная связь с банками наносит ущерб факторинговому бизнесу, считает Михаил Трейвиш. По его мнению, в Европе отмежевание факторинговых компаний от банковских структур стало происходить потому, что банки поняли — это непрофильная для них деятельность. «В последнее время в Западной Европе стало больше компаний, которые не принадлежат банкам». Согласно прогнозу Михаила Трейвиша, в ближайшие десять лет доля факторинговых компаний, не являющихся универсальными банками, будет постепенно расти и достигнет порядка 80% рынка. «Эта тенденция четко наметилась, только процесс протекает пока медленно. Одной из проблем факторинговых компаний на пути освобождения от банковской опеки является непонятность вопроса о лицензировании. Дело в том, что в российском законодательстве существует противоречие по вопросу о том, нужна банковская лицензия факторинговой компании или нет. Согласно Гражданскому кодексу, она необходима, а по закону о лицензировании — нет».

Виктор Носов считает, что из-за этого факторинговые компании, не имеющие банковской лицензии, сталкиваются с определенными юридическими и психологическими рисками. По этой причине отмена лицензирования станет дополнительным стимулом для увеличения числа компаний, осуществляющих факторинговые операции в России, как российских, так и иностранных. «Однако отмена лицензирования факторинговой деятельности может иметь неоднозначные результаты. Есть опасения, что появление недобросовестных факторов может привести к снижению качества предоставляемых услуг и, как следствие, дискредитации факторинга».

Григорий Карповский соглашается с коллегами в том, что ситуация с развитием факторинга в России в среднесрочной перспективе во многом будет зависеть от внесения поправок в существующие законы и нормативные акты, регламентирующие финансирование под уступку денежных требований. «Если в ближайшее время в действующие нормативы и требования ЦБ РФ, в Налоговый кодекс РФ не будут внесены необходимые изменения, учитывающие особенности факторинговых операций, то, скорее всего, тенденция выделения факторингового бизнеса банков в специализированные дочерние компании сохранится».

ФАКТОРЫ ОТБОРА У покупателя, который приходит к поставщику с намерением приобрести товар в кредит, есть возможность выбора. Во-первых, пойти в банк, взять кредит и сделать предоплату поставщику. Во-вторых, открыть в банке аккредитив, получить банковскую гарантию, тем самым застраховав поставщика от риска неплатежа. Поставщик, в свою очередь, может и не дать покупателю товар в кредит по трем причинам. Первая — у него нет денег, кроме собственных оборотных средств. Вторая — он опасается рисков, связанных с невозвратом платежей. И третья — у него не хватает ресурсов на всех желающих, так как покупателей у него много. В данном случае решение поставщика к кому обратиться — к банку или к факторинговой компании — обусловлено его конечными целями.

факторинговых компаний. Последовало создание двух крупнейших факторинговых ассоциаций: IFG (International Factors Group) и FCI (Factors Chain International). Объем факторинговых операций начал активно расти, количество факторинговых компаний — увеличиваться. Российскому факторингу всего около 20 лет, причем только последние 5–7 лет отражают реальное развитие рынка. В 1992 году факторинг был

включен в состав банковских операций и сделок (согласно федеральному закону «О банках и банковской деятельности»). Первыми факторинговые операции в России начали осуществлять коммерческие банки. Естественно, что они сразу же столкнулись с отсутствием цивилизованных факторинговых технологий и платежной дисциплины дебиторов. Тем не менее в 1994 году Твэрьюниверсалбанк первым

Поставщик предпочтет кредит только в том случае, если ему просто нужны деньги, в иных ситуациях — особенно для увеличения оборота — для него будет более выгоден факторинг.

По мнению Михаила Трейвиша, банки конкурируют не столько с самими факторинговыми компаниями, сколько с некоторыми их услугами, а именно с товарным кредитованием по открытому счету, являющимся основой для факторинга. «Факторинг — очень плохой источник денег, — говорит Михаил Трейвиш. — Он очень дорогой. Если клиенту нужны деньги для того, чтобы купить новое оборудование, партию товара, то факторинг — неудачный выбор для решения финансовых вопросов. Факторинг решает проблемы со сбытом. Иными словами, если перед клиентом стоит задача что-то построить, ему лучше идти в банк, а если он мечтает увеличить объем продаж, то ему надо начать продавать свой товар в кредит. И чтобы избежать рисков, в том числе, но не только связанных с дефицитом соответствующих средств, лучшего решения, чем факторинг, ему не найти».

По мнению Виктора Носова, конкуренцию факторингу могут составить торговое финансирование, краткосрочное кредитование, овердрафт и цессия. Преимуществом факторинга по сравнению с кредитными продуктами является отсутствие традиционного залогового обеспечения или поручительства, а также дополнительных расходов на оформление залогового обеспечения (оценка, страховка, регистрация) и необходимости поддержания оборотов по расчетному счету. Кроме того, господин Носов отмечает, что договор факторингового обслуживания заключается на неопределенный срок, а кредит выдается на определенный период (обычно до года). «Для погашения кредита поставщик, как правило, мобилизует все свои оборотные активы, в то время как при факторинге финансирование погашается из платежа дебитора, — рассказывает Виктор Носов. — При факторинге размер финансирования увеличивается с ростом объемов продаж. И также факторинг улучшает структуру баланса (снижается размер дебиторской задолженности и, как следствие, кредиторской задолженности)».

По словам господина Носова, факторинг является оптимальным решением для тех компаний, которые, исчерпав ограниченные возможности кредитования, по-прежнему нуждаются в пополнении оборотных средств. Факторинг не исключает возможности кредитования. Для производителей факторинг — это прежде всего постоянное наличие оборотных средств, необходимых для финансирования непрерывного процесса производства, своевременного расчета с кредиторами и, как следствие, роста объемов продаж, расширения ассортимента и повышения конкурентоспособности продукции. Для дистрибуторов факторинг не менее интересен, поскольку позволяет решить проблему кассовых разрывов, а также стабилизирует денежные потоки вне зависимости от платежной дисциплины покупателей. Одновременно факторинг способствует росту продаж.

Григорий Карповский, сравнивая факторинг и кредит, подчеркивает, что это абсолютно разные инструменты развития бизнеса. «Кредит решает только вопрос с финансированием и только в ограниченном размере на ограниченный период времени. Факторинг — комплексный инструмент развития бизнеса, опирающийся на предоставляемую в продажах отсрочку платежа».

ПРИВИЛЕГИИ НЕЗАВИСИМОСТИ И все же в ответе на вопрос, что предпочтительнее — независимая факторинговая компания или банковская структура, эксперты расходятся во мнениях. Так, Михаил Трейвиш считает, что независимая факторинговая компания имеет ряд преимуществ, поскольку на первый план в этом случае выходит вопрос надежности. По словам господина Трейвиша, многие банки открывают факторинговые подразделения, следуя за модой, а потом закрывают их. «Отк-

из российских банков был принят в FCI. К нему вскоре присоединился Мосбизнесбанк. Факторингом в России в разное время пробовали заниматься и АКБ МЕНАТЕП, и Международный московский банк (ММБ), и многие другие. Лидером рынка с объемом факторинговых сделок в \$70 млн в год стал ММБ. Кризис 1998 года поставил крест на первых попытках факторинговых операций в России.

Позднее наблюдался небольшой всплеск интереса к факторингу, поскольку появилось много должников, которые переступались банкам с большим дисконтом. Но по-настоящему рынок стал развиваться в начале 2000-х годов. Сейчас рынок факторинга растет быстрыми темпами и приносит немалый доход своим игрокам. И если в Европе ежегодный прирост составляет 30–40%, то в России — более 100%.



ПО МНЕНИЮ МИХАИЛА ТРЕЙВИША, ФАКТОРИНГОВЫЕ КОМПАНИИ СТАНУТ ПОБЕДИТЕЛЯМИ В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ

рыли факторинговое подразделение, попробовали работать, поняли, что бизнес не очень интересный, не такой доходный, слишком рискованный, — закрыли», — объясняет Михаил Трейвиш. Для клиента такое непостоянство банка чревато рядом неприятных последствий. «Дело в том, что факторинг предполагает так называемое капельное финансирование — каждый день понемногу, в соответствии с ежедневными отгрузками. В этих условиях угроза остаться без средств может обернуться крахом. То же самое с информационным потоком, поскольку всеми дебиторскими задолженностями и рисками должен управлять фактор. В отличие от банка, который всегда может изменить направление финансирования и отказаться от факторинговой услуги, независимая факторинговая компания от своих обязательств нигде не денется — это суть бизнеса». Кроме того, по словам Михаила Трейвиша, у независимых факторинговых компаний, как правило, больше набор услуг, они более клиентоориентированы и меньше времени тратят на принятие решений, тогда как в банках это более длительная и менее прозрачная процедура.

«Есть еще один момент, — продолжает Михаил Трейвиш. — Очень многие факторинговые отделения банков накладывают ограничения на клиентов. Это значит, что они могут отказать в сумме, превышающей, скажем, \$1 млн. А факторинговые компании устанавливают лимиты только на дебиторов. Например, сегодня они дают миллион долларов, но если завтра клиент найдет нового покупателя, то он может получить еще один миллион и т. д. И это не зависит от того, какие у него обороты по счету, какое имущество — вообще никак не связано с финансовым положением».

Виктор Носов считает, что клиенту не так важно, будет ли это факторинговое подразделение банковской компании, специализированная или независимая факторинговая компания. «Многие компании-поставщики, прежде чем выбрать „своего“ фактора, проводят мониторинг факторингового рынка на предмет стоимости услуг и условий предоставления финансирования под уступку денежного требования. Чаще всего решающую роль при выборе фактора играет стоимость предоставленных денежных средств. Помимо тарифов на выбор клиента оказывают влияние размер возможного финансирования, максимальная продолжительность отсрочки платежа по поставкам, принимаемым на факторинговое обслуживание, наличие льготного периода — когда после окончания отсрочки платежа фак-

тор еще какое-то время ожидает платежа от дебитора. Некоторые факторы предлагают данную услугу за дополнительную комиссию, что также влияет на выбор клиентов».

АЛЬТЕРНАТИВЫ НЕТ Игроки рынка уверены, что темпы развития рынка позволят факторинговым компаниям в недалеком будущем потеснить банковские структуры с рынка. По словам Михаила Трейвиша, даже если какие-то банки сегодня являются конкурентами компании, рано или поздно они потерпят крах. «Дело даже не в том, что они потеряют свою долю рынка, а в том, что они потеряют бизнес, потому что это абсолютно тупиковая модель развития, и это показывает опыт во всех странах мира».

Действительно, мировая практика показывает, что примеров успешной работы универсальных банков по классическому факторингу крайне мало. Известна работа по отдельной схеме отделения английского банка HSBC, который занимается исключительно экспортным факторингом в Гонконге (страна экспортоориентированная, и внутреннего рынка там практически нет). Экспортный факторинг предполагает, что весь процесс, включая управление рисками, работу с дебиторами и т. п., происходит в стране-экспортере, в данном случае в Великобритании. В Гонконге банк держит небольшой штат сотрудников, которые поддерживают связь с местными клиентами. Второй пример — банк Barclay's в Англии. Однако если посмотреть внимательно, то он занимается не непосредственно факторингом, а инвойс-дискаунтингом, что, по сути, представляет собой кредитование под залог дебиторской задолженности. По словам Михаила Трейвиша, Национальная факторинговая компания, начав свою деятельность внутри банка «НИКойл», в свое время вошла в число крупнейших банков мира, занимавшихся факторингом. «Но это было не потому, что мы были такие крупные и успешные, а потому, что крупных банков в мире, успешно занимающихся факторингом, почти нет».

Существующая временная квазиконкуренция на российском рынке ничем не грозит ни факторинговым компаниям, ни банкам, считает Михаил Трейвиш. «Что происходит у нас? Во-первых, растет конкуренция на товарных рынках. А это будет вынуждать все большее число продавцов действовать так, как диктует покупатель. Во-вторых, увеличивается процент просрочек по оплате товарных кредитов, по нашим данным, примерно на 2–3% в год. По нашей статистике, общий объем уже составляет 54%. Для банков, привыкших к срочным формам финансирования, это очень неудобно. Поэтому с этого рынка — обслуживания товарных кредитов — банки будут вытесняться. Но наиболее дальновидные банки должны из конкурентов стать партнерами факторинговых компаний. Они могут финансировать факторинговые компании и привлекать в факторинговые компании своих клиентов».

По словам Михаила Трейвиша, только дальновидные банки будут пытаться конкурировать с факторинговыми компаниями, создавая собственные факторинговые подразделения — «факторинг у них получается неполный и неконкурентоспособный». Дальновидные банки, с точки зрения господина Трейвиша, если у них достаточно средств и желания заниматься факторингом, вкладывают их в создание независимой или специализированной факторинговой компании. Либо они станут ее партнерами и будут получать часть дохода от деятельности факторинговой компании, особых затрат и рисков сами не неся.

Кроме того, у независимой факторинговой компании гораздо больше возможностей для развития. По мнению экспертов, рано или поздно такая компания перерастает предельные финансовые возможности одного банка и ей приходится финансироваться во многих банках. «Делать ставку на один банк неправильно, даже если это твоя мама, — говорит Михаил Трейвиш. — Это нормальная ситуация, когда дети подрастают и перестают брать деньги на жизнь у родителей».

С РЫНКА ОБСЛУЖИВАНИЯ ТОВАРНЫХ КРЕДИТОВ БАНКИ БУДУТ ВЫТЕСНЯТЬСЯ. НАИБОЛЕЕ ДАЛЬНОВИДНЫЕ ИЗ НИХ ДОЛЖНЫ ИЗ КОНКУРЕНТОВ СТАТЬ ПАРТНЕРАМИ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ, ФИНАНСИРОВАТЬ ИХ И ПРИВЛЕКАТЬ СВОИХ КЛИЕНТОВ



ВЫХОД ИЗ-ПОД ЗАЛОГА

ПРЕДПРИЯТИЯМ, ОТНОСЯЩИМСЯ К КАТЕГОРИИ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА НЕПРОСТО НАЙТИ ДЕНЬГИ НА РАЗВИТИЕ. БАНКИ ВЫДАЮТ ПОД ПРОЦЕНТЫ, ВЫПЛАТА КОТОРЫХ СЪЕДАЕТ ВСЮ ПРИБЫЛЬ, А РАЗМЕР ЗАЛОГОВЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ СОПОСТАВИМ С ОБОРОТОМ ВСЕЙ КОМПАНИИ. БИЗНЕС, ПО СУТИ, СТАНОВИТСЯ ЗАЛОЖНИКОМ КРЕДИТА. ОДНАКО ИЗ ЭТОЙ СИТУАЦИИ ЕСТЬ ВЫХОД — ФАКТОРИНГ. ОПЫТОМ СОТРУДНИЧЕСТВА С ФАКТОРИНГОВЫМИ КОМПАНИЯМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ПОДЕЛИЛИСЬ С BUSINESS GUIDE.

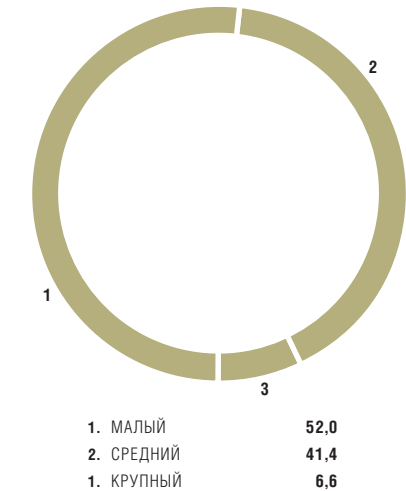
ВИТАЛИЙ БУЗА, ОЛЬГА ХВОСТУНОВА

ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТ ТОРГОВЛИ Как известно, успех бизнеса зависит от амбиций предпринимателя. «Проработав много лет в торговом деле, я понял, что на уровне малого и среднего предпринимательства все строится по единой схеме, — говорит владелец компании «Алвас Групп» Александр Васильев. — Если ты эту схему воспринял, можешь строить новый бизнес на любом рынке, если только хватит амбиций и доступное финансирование позволяет переступить порог входа». Именно отсутствие последних двух факторов тормозит развитие российской экономики в сегменте малого и среднего бизнеса. Пока крупные компании ведут маркетинговые войны, не всегда оправданно и эффективно оперируя гигантскими бюджетами, небольшие компании охотятся за выгодными контрактами. Им приходится постоянно выбирать, осуществить поставку с условием отсрочки платежа на срок вплоть до нескольких месяцев и оказаться без свободных средств или держать товар на складе в ожидании еще более выгодного предложения. «Для предпринимателя нет положения хуже, чем бездеятельное ожидание. Ключ к успеху — оперативность», — говорит глава «Алвас Групп».

Александр поставил оперативность и эффективность бизнеса во главу угла и преуспел. За несколько лет «Алвас» из крошечной компании, поставляющей электроинструмент в несколько магазинов в Петрозаводске, превратилась в крупную сеть. Сейчас компания является официальным дистрибутором популярных фирм электроинструментов в регионе, работает с крупнейшими строительными мегаоллами и лесозаготовительными компаниями Карелии. «Несколько лет назад мне подвернулась возможность стать долгосрочным поставщиком тогда еще только открывавшейся сети строительных гипермаркетов, — рассказывает господин Васильев. — Нужно было достаточно быстро поставить пилотную партию, а ни денег, ни товара на складе не было. Были только договоры уже осуществленных поставок, оплаты по которым нужно было ждать еще два месяца. Брать в банке кредит времени не было — это продолжительная и изматывающая процедура. Я был готов продать собственный автомобиль, но понял, что это «каменный век», и стал искать в интернете более современные способы финансирования. Тут же наткнулся на сайт факторинговой компании «Еврокоммерц»».

Находка оказалась золотой. Возможность постоянно иметь свободные средства дала «Алвас Групп» репутацию компании, которая всегда оказывается в нужном месте в нужное время. Работая с «Еврокоммерц», Александр Васильев за несколько лет в десять раз увеличил обороты и стал одним из лидеров рынка в своем регионе. У него появилась возможность выйти на федеральный уровень, но эта задача не казалась предпринимателю такой уж интересной — хотелось попробовать себя в новой отрасли. «Хорошее знание рынка, современный менеджмент, воз-

ФАКТОРИНГ В ПРИНЦИПЕ «ЗАТОЧЕН» ПОД МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС. ЗАЧАСТУЮ ОН СТАНОВИТСЯ ЕДИНСТВЕННО ВОЗМОЖНЫМ СРЕДСТВОМ РАЗВИТИЯ ТАКОГО БИЗНЕСА



ЧИСЛО КОМПАНИЙ РАЗНОГО РАЗМЕРНОГО КЛАССА, ОБСЛУЖЕННЫХ ФАКТОРАМИ В 2006 ГОДУ (%)
ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».

можность использовать высокоэффективный факторинг — все это позволило мне следить за ростом компании практически со стороны. Я не был готов отходить от дел — мне нужна была новая и интересная бизнес-идея».

Идея появилась: один из партнеров показал Александру Васильеву практически готовый бизнес-план, связанный с поставками из Юго-Восточной Азии обивочных тканей для местного мебельного производства. Для успешного дела необходимо было полностью организовать всю логистику, взять на себя риск работы с необязательными азиатскими поставщиками, учесть другие спорные факторы. «В итоге мне удалось найти на Дальнем Востоке российского импортера, который мог предложить те же ткани с совсем небольшой наценкой. Имея по своей основной деятельности широкие связи среди мебельных производителей в Карелии, мне удалось быстро заключить объемный договор поставки. Оставалось найти деньги. Я обратился в «Еврокоммерц», где мне предложили одновременно профинансировать и закупку, и поставку ткани. Другими словами, мы заключили с «Еврокоммерц» договор, согласно которому факторинговая компания профинансировала закупку партии тканей у моего поставщика, дав мне 90 дней отсрочки платежа. Это не только дало мне возможность осуществить сделку, получить товар и поставить его на мебельное производство, но и дать моим покупателям возможность отсрочить платеж, что сделало условия работы с моей компанией еще более привлекательными», — рассказывает Александр.

Модернизация компании включает в себя использование современных и действенных финансовых инструментов. При этом с развитием финансовых услуг их применение становится все проще и прозрачнее. «Для меня факторинг стал инструментом, который всегда под ру-

кой. Тем более я обрадовался, когда «Еврокоммерц» выпустил новую продуктовую линейку», — говорит господин Васильев.

Факторинговая компания готова дать финансирование амбициозному предпринимателю, тем более что покупатели, с которыми он заключает договоры поставки, чаще всего хорошо знакомы фактору, который имеет богатую статистическую базу, позволяющую минимизировать риски невозврата. «Мы давно следим за деятельностью «Алвас Групп» и всегда рады поддерживать ее развитие. Мы всегда готовы поддерживать здоровые амбиции наших клиентов, и это не только наш бизнес — это наша философия», — говорят в «Еврокоммерц».

ТРУДОВЫЕ НАЛАДОННИКИ Один из наиболее динамично развивающихся российских рынков на сегодняшний день — телекоммуникационный. Конкуренция здесь особенно сильна, и, следовательно, любое конкурентное преимущество будет как нельзя кстати. В среднем сегменте дистрибуторы сражаются особо жестко. Как показывает практика, для некоторых из них факторинг может стать тем инструментом, который позволит не только не потерять позиции, но и нарастить обороты.

ООО «Бизнес-Бюро» было основано десять лет назад как компания, специализирующаяся на дистрибуции коммуникаторов и смартфонов на базе Microsoft Windows Mobile. Ключевой задачей компании стало продвижение этих устройств и на их основе бизнес-решений на российском рынке и в странах СНГ. Сегодня компания является официальным дистрибутором продуктов компаний E-TEN (торговая марка Glofish), HTC, Gigabyte Communications (торговая марка GSmart), Toshiba Communications и др. Компания также занимается техническим консалтингом, а благодаря сотрудничеству с ведущими разработчиками программного обеспечения, такими, как Paragon, имеет возможность создавать законченные решения. Для развития компании была создана система логистики, которая обеспечивает эффективное взаимодействие с компаниями на территории России и Украины, позволяя им расширять свой бизнес и укреплять свое положение на одном из самых быстрорастущих и перспективных рынков. В 2006 году компания заключила факторинговый договор с Национальной факторинговой компанией (НФК) с лимитом финансирования 40 млн руб. Возможности, открывшиеся перед компанией, позволили уже через полгода увеличить этот лимит до 140 млн руб.

А начиналось все, по словам Арташеза Сарафафляняна, коммерческого директора компании «Бизнес-Бюро», весьма банально. «Тот бизнес, которым мы занимаемся, развивается очень быстро. Соответственно, часто возникает дефицит оборотных средств, потому что рост компании происходит медленнее, чем рост рынка. И приходится рынок этот догонять. Однажды осенью прошлого года мы с партнером летели в самолете рейсом Петер-

бург—Москва. Совершенно случайно в бортовом журнале «Пулковских авиалиний» мы наткнулись на статью о факторинге. Причем до того как мы прочитали эту статью, мы с факторингом не работали и не знали, что это такое».

Дистрибуторский бизнес компании предполагал минимальное количество имущества при больших оборотах, а «Бизнес-Бюро» нуждалось в их увеличении. Одной из возможностей для компании было взять банковский кредит. Однако, банки дают кредиты под залог имущества, бизнеса, сопоставимого с объемом кредита, а это не всегда выгодно предпринимателю. «Так совпало, что тогда мы с партнером постоянно думали, каким образом привлечь средства. Мы искали такой инструмент, который помог бы привлечь средства либо под оборот, либо под дебиторскую задолженность, то есть под благонадежность наших клиентов, — рассказывает Арташез Сарафафлянян. — Когда мы прочитали статью, оказалось, что именно этим занимаются факторинговые компании».

Заинтересовавшись факторингом, руководители «Бизнес-Бюро» попросили бухгалтеров компании связаться со своим банком «Уралсибом» и узнать, не предоставляют ли они факторинговые услуги. Специалисты «Уралсиба» адресовали запрос сестринской компании, представив своих клиентов Национальной факторинговой компании. «Сначала мы пытались выяснить, какие условия работы с факторингом существуют, — говорит Арташез Сарафафлянян. — К нам приехали представители НФК, подробно ответили на наши вопросы. Мы, в свою очередь, им рассказали о нашем бизнесе, о клиентах, с которыми мы работаем. В итоге мы заявили о своем желании поработать с факторингом. Интерес оказался взаимным. И не прошло и месяца, как мы начали наше сотрудничество».

За счет бесперебойного финансирования поставок с отсрочкой платежа «Бизнес-Бюро» ощутимо ускорило оборачиваемость, и уже в конце декабря НФК пришлось увеличивать лимит финансирования. Как поясняют в НФК, возможности безбоязненно предоставлять отсрочку и получать деньги сразу после отгрузки товара позволили клиенту увеличить объем поставок, особенно в адрес сетей. «В феврале 2007 года мы опять были вынуждены пересматривать условия работы с клиентом: со времени первого финансирования оборот компании по факторингу увеличился с 11 млн руб. до 72 млн руб., а срок оборачиваемости сократился с 20 до 8 дней».

По словам господина Сарафафляняна, за последние полгода компания достаточно далеко продвинулась: «Наши обороты с НФК растут. Услуги, которые они нам предоставляют, нас устраивают, а мы их устраиваем в качестве клиента. Благодаря факторингу наши финансовые показатели растут в соответствии с существующими темпами роста бизнеса. Полгода назад факторинг стал для нас просто спасительной соломинкой, которая позволила удержаться на плаву и шагать в ногу со временем». ■

За время работы по текущей кредитной линии чилийская компания уже оплатила счета на сумму более \$3,5 млн.

Тем не менее Factorline установила хорошие отношения с импортером, который прекрасно понял выгоды от использования международного факторинга и работы по открытым счетам для импорта своей продукции — в отличие от открытия аккредитива в банке. По итогам оценки Factorline одобрила кредитную линию в размере \$600 тыс., однако GTF не смогла убедить индийского экспортера подписать факторинговое соглашение.

его согласия связаться с аналогичным поставщиком в Китае. Это было сделано через факторинговое подразделение Банка Китая, который выступил в данном случае как экспортный фактор. Банк Китая объяснил поставщику, как работает «система двух факторов», и продемонстрировал выгоды от подобного сотрудничества для экспортера. Несколько дней спустя поставщик подписал договор.



www.kommersant.ru

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС



BUSINESS
GUIDE