

ЛУЧШИЕ РОССИЙСКИЕ ФАКТОРЫ ПО ОБЪЕМУ ПОРТФЕЛЯ НА 1 ЯНВАРЯ 2008 ГОДА			
№	НАИМЕНОВАНИЕ ФАКТОРА	ОБЪЕМ ПОРТФЕЛЯ ФАКТОРА НА 1 ЯНВАРЯ 2008 ГОДА,ТЫС. РУБ.	РОСТ ПОРТФЕЛЯ ПО СРАВНЕНИЮ С ДАННЫМИ НА 1 ЯНВАРЯ 2007 ГОДА, %
1	ЗАО «ФК „ЕВРОКОММЕРЦ“»	29 249 000,00	507,9*
2	ОАО «ПРОМСВЯЗЬБАНК»	18 281 914,22	218,5
3	ОАО «БАНК „ПЕТРОКОММЕРЦ“»	9 533 826,21	93,7
4	ЗАО «БАНК НФК»	7 151 365,00	118,8
5	ЗАО «МФК „ТРАСТ“»	4 380 376,25	202,2
6	ЗАО «ЮНИКРЕДИТБАНК»	3 369 994,00	509,9
7	ООО «ТРАНСКРЕДИТФАКТОРИНГ»	3 209 380,65	238,3
8	ЗАО «СТРОЙКРЕДИТ ФАКТОРИНГ»	2 198 467,59	198,4
9	ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»	1 922 550,00	241,7
10	ЗАО БСЖВ	1 896 982,00	1049,4
11	ОАО «АКБ „ПРОБИЗНЕСБАНК“» (ФИНАНСОВАЯ ГРУППА LIFE)	1 760 742,00	Н/Д
12	ОАО «НОМОС-БАНК»	1 583 875,72	151,4
13	ОАО ГПБ	1 327 123,76	60 973,4
14	ОАО «АКБ „СОЮЗ“»	1 228 892,00	153,2
15	ООО КБ СМП	572 748,10	742,6
16	ЗАО «АКБ „ЦЕНТРОКРЕДИТ“»	544 820,00	164,5
17	ОАО «СКБ-БАНК»	511 400,00	115,2
18	ЗАО «ФК „ГОРИЗОНТ“»	502 182,93	Н/Д
19	ОАО «АИКБ „ТАТФОНДБАНК“»	427 862,44	249,7
20	ЗАО ТКБ	426 576,22	153,7
21	ООО «КБ „МОСКОММЕРЦБАНК“»	418 455,82	213,0
22	ООО «ФК „САНКТ-ПЕТЕРБУРГ“»	327 779,00	1100,9
23	ООО «СИСТЕМА ФАКТОР»	327 193,45	Н/Д
24	ООО «КБ „РОСПРОМБАНК“»	207 057,00	100,6
25	ОАО «БАНК „КАЗАНСКИЙ“»	127 383,77	223,5
26	ОАО «БАНК „СЕВЕРНАЯ КАЗНА“»	97 138,00	303,6
27	ЗАО «АКИБ „ЦЕРИХ“»	49 075,64	122,6
28	ОАО «АКБ „ВЯТКА-БАНК“»	38 220,00	148,6
29	ОАО УБРИР	22 932,51	1212,3
30	ЗАО «БАНК „ВОЛОЖЖАНИН“»	4983,51	485,8
31	ООО «МФК „ЮНИФАКТОР“»	3212,00	Н/Д

* НА 1 ЯНВАРЯ 2007 ГОДА НЕ ВСЕЬ ПОРТФЕЛЬ ФК «ЕВРОКОММЕРЦ» БЫЛ КОНСОЛИДИРОВАН НА ОДНОЙ КОМПАНИИ. ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».

Сегодня именно лидеры наиболее активно занима-ются развитием регионального рынка, привлечением на факторинговое обслуживание компаний из новых сегментов. При том что продвигать факторинг регио-нальным клиентам существенно сложнее, чем в столи-це. Отсутствует статистика по дебиторам, бизнес ком-паний часто непрозрачен. Возникают проблемы и с подбором персонала: рынок труда в регионах заметно менее насыщен квалифицированными кадрами, чем столичный. Необходимо вкладывать огромные средст-ва в пропаганду услуги факторинга. При этом усилия по привлечению региональных клиентов не дают за-метной отдачи сразу. Вот и получается, что доля боль-шинства регионов по числу обслуженных компаний-

ФАКТОРЫ ГОВОРЯТ

Григорий Карповский,
ПРЕЗИДЕНТ, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ
ФАКТОРИНГОВОЙ КОМПАНИИ
«ЕВРОКОММЕРЦ»:

— На мой взгляд, основные события 2007 — начала 2008 года это, во-первых, очень серьезный рост рынка: игроки на рынке стали действительно крупными — «Евро-коммерц», НФК, «Петрокоммерц», Промс-вязьбанк, «Траст», — обладающие на се-годня очень крупными портфелями, и это означает, что рынок перешел из стадии «раскачки» в стадию большого серьезно-го бизнеса. Во-вторых, это все, что связано с общими тенденциями в мире финансо-вых институтов, прежде всего в банковской системе, с мировым финансовым кризи-сом. Для всех это негатив, но для факто-ринга это скорее позитивное явление, по-скольку существенно возрос спрос на услу-ги Факторов. Клиенты очень заинтересо-ваны в факторинговом финансировании.

Михаил Карякин,
НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ СТРАХОВАНИЯ
КРЕДИТНЫХ И СПЕЦИАЛЬНЫХ РИСКОВ
ОАО «КАПИТАЛЬ СТРАХОВАНИЕ»:
— Прежде всего я бы отметил приход опыт-ных иностранных игроков с технологиями, отвечающими европейским стандартам, а также появление у многих банков-факторов намерений реорганизации факторингового

клиентов заметно превышает их долю по объему уступ-ленных этими компаниями денежных требований.

Двигаясь в регионы, Факторы все больше затрагива-ют сегмент малых и средних предприятий. Услуга фак-торинга пока малоизвестна среднестатистическому ме-неджеру небольшой российской компании, поэтому продвигать ее заметно сложнее. Однако увеличение до-ли средних компаний в общем числе факторинговых клиентов в 2007 году не повлекло соответствующего из-менения пропорций в структуре по объему уступлен-ных Факторам денежных требований. При этом хоть до-ля малых компаний по числу клиентов сокращается, за-то по объему уступленной ими дебиторской задолжен-ности растет.

бизнеса в отдельную компанию. Мы дейст-вительно видим, что ряд иностранных игро-ков начинают или планируют начать факто-ринг в России, однако нельзя сказать, что это ведет к существенному усилению конку-ренции на российском факторинговом рын-ке. Таким Факторам удастся достаточно бы-стро привлечь наиболее крупных и интерес-ных клиентов за счет того, что они могут предложить клиентам предпочтительные условия как с точки зрения технологии ра-боты и обеспечения необходимого серви-са, так и с ценовой позиции. Поэтому не-которое обострение конкуренции можно отме-тить лишь в сегменте премиум-клиентов. Что касается конкуренции на рынке в целом, то пока ее уровень низок.

Если говорить о событиях на рынке страхования факторинга, то здесь следует отметить тот факт, что в первые были оз-вучены крупные сделки.

Александр Морозов,
НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ ФАКТОРИНГА
ОАО «БАНК „ПЕТРОКОММЕРЦ“»:
— Важным событием 2007 года стала ус-пешная попытка создания организаций Факторов — ассоциации и федерации. Факторам удалось сплотиться вокруг не-кой идеи: решение отдельных правовых вопросов и устранение пробелов в законо-дательстве, создание базы данных по проблемным случаям, обмен опытом и т. д.

ЛУЧШИЕ РОССИЙСКИЕ ФАКТОРЫ ПО ОБЪЕМУ УСТУПЛЕННЫХ ИМ ДЕНЕЖНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В 2007 ГОДУ			
№	КОМПАНИЯ	УСТУПЛЕННЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ В 2007 ГОДУ, ТЫС. РУБ.	РОСТ ЗА 2007 ГОД, %
1	«ЕВРОКОММЕРЦ»	120 961 605,73	183,3
2	ПРОМСВЯЗЬБАНК	96 900 054,00	185,0
3	НФК	62 118 645,00	130,1
4	«ПЕТРОКОММЕРЦ»	54 069 812,68	109,5
5	МФК «ТРАСТ»	20 263 179,38	326,8
6	«СТРОЙКРЕДИТ ФАКТОРИНГ»	15 664 799,98	144,2
7	«ТРАНСКРЕДИТФАКТОРИНГ»	14 591 066,26	362,4
8	НОМОС-БАНК	14 033 754,96	88,5
9	ЮНИКРЕДИТБАНК	13 397 676,84	364,9
10	ПРОБИЗНЕСБАНК	12 659 354,00	162,5
11	МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК	12 600 000,00	Н/Д
12	БСЖВ	12 237 150,00	1588,3
13	БАНК «СОЮЗ»	7 657 350,00	160,8
14	ГПБ	7 083 625,98	Н/Д
15	СКБ-БАНК	4 596 639,00	406,3
16	«ЦЕНТРОКРЕДИТ»	3 296 342,00	81,4
17	«СИСТЕМА-ФАКТОР»	2 946 560,06	227,9
18	ТКБ	2 722 815,66	Н/Д
19	ТАТФОНДБАНК	2 573 000,91	451,3
20	ФК САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	2 159 395,00	Н/Д
21	РОСПРОМБАНК	1 837 791,00	157,4
22	МОСКОММЕРЦБАНК	1 739 035,53	93,6
23	КАЗАНСКИЙ БАНК	554 138,32	122,5
24	ФК «ГОРИЗОНТ»	502 182,93	Н/Д
25	БАНК «СЕВЕРНАЯ КАЗНА»	464 526,00	Н/Д
26	АКИБ «ЦЕРИХ»	294 158,96	103,7
27	ВЯТКА-БАНК	216 835,00	103,3
28	УБРИР	73 650,14	Н/Д
29	БАНК «ВОЛОЖЖАНИН»	23 918,76	Н/Д
30	МФК «ЮНИФАКТОР»	5358, 00	Н/Д

ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».

СЛАГАЕМЫЕ УСПЕХА Условия ведения факто-рингового бизнеса усложняются, и чтобы оказаться в чис-ле лидеров, нужно постоянно развиваться и совершенст-воваться. Чтобы узнать, какие составляющие определя-ют успех на динамичном, но крайне сложном факторин-говом рынке, в рамках исследования рынка, «Экспертом РА» проведен опрос среди самих Факторов.

В «горячую тройку» составляющих успеха Фактора по-пали IT-обеспечение, эффективный риск-менеджмент и штат профессиональных менеджеров по продажам.

В 2007 году российскими Факторами было обслужено более 3 млн поставок. Чтобы ежедневно проводить боль-шое количество операций, IT-система Фактора должна от-вечать очень серьезным требованиям. Сегодня компании

и банки делают колоссальные инвестиции в создание или приобретение необходимого программного обеспечения.

Но при этом не всегда учитываются важнейшие харак-теристики, которыми должна обладать факторинговая IT-платформа.

Одна из ключевых задач Фактора — это отслеживание признаков возможных рисков, причем не только кредит-ных, но и, главным образом, рисков мошенничества. Еще одна важная составляющая успеха Фактора на рынке — персонал.

Именно те Факторы, которые имеют в распоряжении все обозначенные составляющие и готовы инвестировать в их дальнейшее развитие, смогут добиться успеха и удер-жаться в лидерах рынка факторинга в дальнейшем. ■

нам на обслуживание, потому что не мо-гут получить финансирования в нужном объеме у своего прежнего Фактора, име-ющего проблемы с ликвидностью. Если говорить о тарифах обслуживания, то в целом по рынку во втором полугодии наб-людался рост ставок.

В соответствии с требованиями ЦБ РФ ОАО «Промсвязьбанк» перешел от созда-ния резервов на поставщика к резервиро-ванию на дебитора вне зависимости нали-чия или отсутствия регресса. Это суще-ственно увеличило объем работы сотрудни-ков (у нас обслуживаются 896 поставщиков и 4100 дебиторов) и несколько затормо-зило развитие банков-факторов; если бы не это, наш портфель на конец года мог иметь больший показатель.

Людмила Нестерова,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ЗАО «СТРОЙКРЕДИТ ФАКТОРИНГ»:

— Тенденции роста рынка сохранились, хо-тя динамика оказалась на 20—25% ниже прогнозируемой. Сказалось влияние кризи-са ликвидности. В истекшем году наблюда-лось реальное повышение стоимости всех банковских услуг, а также временная прио-становка финансирования клиентов некото-рыми факторинговыми компаниями и бан-ками, зависящими от зарубежных ресурсов. Тем не менее интерес инвесторов к рос-сийскому рынку факторинга растет, что

обусловлено значительным ростом спроса на эту услугу. Многие компании уже убеди-лись, что факторинг надежный и эффектив-ный инструмент развития бизнеса, что поз-воляет говорить о качественном изменении отношения к факторингу в рамках рынка.

Дмитрий Пятаков,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ЗАО «МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ФАКТОРИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ „ТРАСТ“»:

— Знаковым событием можно считать создание Ассоциации факторинговых компаний. Если говорить о тенденциях, то рынок изменялся именно так, как это прогнозировалось, то есть за счет попу-ляризации услуги как таковой, экспансии Факторов в регионы. Еще одна тенденция — выход на рынок факторинга или под-готовка к появлению новых игроков из числа крупных банков. Имеет место тен-денция к четкому определению участни-ками рынка своей целевой ниши — выде-ление клиентских сегментов как в регио-нальном разрезе, так и в зависимости от размера бизнеса и обслуживаемых отрас-лей экономики. Если говорить об МФК «Траст», то наша целевая аудитория — это в первую очередь компании-предста-вители малого и среднего бизнеса, преж-де всего в регионах.

МАРИНА ЧЕРНЫШЕВА,
ИРИНА ВЕЛИЕВА, «Эксперт РА»