СДЕРЖАННАЯ ЭКСПАНСИЯ

РОССИЙСКИЙ ФАКТОРИНГОВЫЙ РЫНОК ВЕСЬМА НЕОДНОРОДЕН. БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ СДЕЛОК ПОКА ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ В ПРЕДЕЛАХ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА, ЧТО ОБОСТРЯЕТ КОНКУРЕНЦИЮ СРЕДИ ФАКТОРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ. В ПОИСКАХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА КРУПНЕЙШИЕ ФАКТОРЫ НАЧАЛИ АКТИВНО ОСВАИВАТЬ РЕГИОНЫ ЕЩЕ В 2005–2006 ГОДАХ. ЗА ТРИ ГОДА ФАКТОРЫ ДОБИЛИСЬ ОПРЕДЕЛЕННЫХ УСПЕХОВ. ОДНАКО БОЛЕЕ МАСШТАБНАЯ ЭКСПАНСИЯ ЕЩЕ ВПЕРЕДИ. КЛАВДИЯ ЩУР

ГОНКА ЗА ЛИДЕРОМ Несмотря на то что в 2007 году более половины проведенных факторинговых сделок (53,6%) пришлось на Москву, доля регионов в структуре российского рынка растет с каждым годом: в 2006 году она составляла 43,3%, в 2007-м — уже 46,4%.

«Столичный факторинговый рынок уже достиг определенного насыщения, и Факторы стали обращать все больше внимания на регионы, где конкуренция пока не настолько сильна и существует перспектива роста, — рассуждает Виктор Носов, директор департамента факторинговых операций Промсвязьбанка. — Это свидетельствует о том, что региональные предприниматели расширили свое представление об услугах факторинга и оценили их неоспоримые преимущества».

На сегодня лидером по величине региональной сети является межрегиональная факторинговая компания «Траст» (структура банковского холдинга «Траст»), которая уже имеет более 60 представительств в 55 регионах России и планирует увеличить число филиалов до 80–90. Конкуренцию «Трасту» по освоению региональных рынков составляют Промсвязьбанк с более чем 200 точками по стране (филиалы и отделения банка), компания «Еврокоммерц» с 57 региональными представительствами (в том числе в Киеве и Алма-Ате) и НФК, которая присутствует в 22 городах.

Однако географическая экспансия российских Факторов идет неравномерно, и показатели роста в различных регионах страны могут варьировать. По данным «Эксперта РА», наиболее динамичный рост в прошлом году продемонстрировали Приволжский (с 8,9% в 2006 году до 9,4% в 2007-м), Северо-Западный (с 1,3 до 2%) и Южный (с 2,2 до 2,7%) федеральные округа. Активнее других за последний год развивался факторинг в Сибирском федеральном округе — рост с 6,8 до 10,4%. По оценкам аналитиков «Еврокоммерца», к 2009 году объем факторингового рынка в этом регионе превысит $7,7 млрд, при том что рынок реализует около 20% своего потенциального объема.

«Рост прослеживается как по числу компаний-клиентов, так и по объему уступаемой им дебиторской задолженности», — говорит Илья Волков, управляющий директор «Еврокоммерца», и в подтверждение приводит статистику своей компании. Если в 2006 году у «Еврокоммерца» было 1522 клиента, то в 2007 году эта цифра выросла более чем в два раза, и произошло это в основном за счет региональных предприятий.

Несмотря на очевидное освоение факторинговыми компаниями региональных рынков, статистика показывает, что подобная стратегия характерна только для ключевых игроков рынка. По данным специализированного информационного портала Factorings.ru, конъюнктура рынка такова, что в любом из регионов три лидирующих компании одновременно входят в топ-5 общероссийского рейтинга Факторов (исключение составляет Уральский ФО, где один из трех лидеров по объему уступленных денежных требований — ОАО «СКБ-банк» — занимает 15-е место в рейтинге «Эксперта РА»).

НЕСМОТРЯ НА ТО ЧТО В 2007 ГОДУ БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ ПРОВЕДЕННЫХ ФАКТОРИНГОВЫХ СДЕЛОК (53,6%) ПРИШЛОСЬ НА МОСКВУ, ДОЛЯ РЕГИОНОВ В СТРУКТУРЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА РАСТЕТ С КАЖДЫМ ГОДОМ: В 2006 ГОДУ ОНА СОСТАВЛЯЛА 43,3%, В 2007-М — УЖЕ 46,4%

ИТАР-ТАСС

НА ЭТОМ ЗАВОДЕ В ВЕЛИКОМ НОВГОРОДЕ ПРОИЗВОДЯТ КВАС. РАЗУМЕЕТСЯ, НА ДЕНЬГИ ОДНОГО ИЗ РОССИЙСКИХ ФАКТОРОВ

СЕТЕВАЯ АТАКА Реализуя стратегию региональной экспансии, факторинговые компании должны решить ряд важных проблем. В первую очередь, тщательно изучить специфику того региона, в котором планируется открытие филиала. «Поскольку в ближайшее время российский факторинговый бизнес будет делать ставку на географическую экспансию внутри России, выходить в соседние регионы, очень важным является качество региональной сети, — разъясняет Михаил Трейвиш, председатель правления Национальной факторинговой компании. — Сеть должна не просто покрывать всю Россию, но и обеспечивать анализ информации о дебиторах, которые находятся в разных точках страны».

С этой точки зрения огромными преимуществами перед независимыми факторинговыми компаниями обладают банки и банковские структуры. У большинства крупных банков с факторинговыми подразделениями уже существует готовая филиальная сеть, информационными услугами которой можно воспользоваться при выходе на местный рынок с факторинговым предложением. Так, региональная экспансия МФК «Траст» предполагает обязательное присутствие в тех регионах, где открыты филиалы банка «Траст».

Кроме того, по словам Халиля Шехмаметьева, директора аналитического департамента финансовой корпорации «Открытие», банки с обширной клиентской базой имеют больше возможностей продать услугу, поскольку, как правило, они лучше осведомлены о платежеспособности клиентов. Однако филиальные сети банков — это еще не все.

Хотя бы потому, что для оказания услуги потенциальному региональному клиенту факторинговой компании совсем не обязательно иметь в этом регионе представительство. Электронный документооборот позволяет обеспечить весь процесс по обеспечению факторинговой сделки на любом расстоянии и в любой точке России. Более того электронный документооборот снижает издержки клиента.

ВЫСОКИЕ РИСКИ По мнению большинства экспертов, региональному развитию факторинговых компаний препятствует в первую очередь отсутствие четкого понимания того, что собой представляют факторинговые услуги. По словам Халиля Шехмаметьева, услугу факторинга часто путают с другими видами схожих услуг — кредитом, продажей прав требования, лизингом и т. д. «В результате низкой осведомленности на рынке высока доля крупных клиентов, в ущерб мелким и средним. Кроме того, конкуренция на региональных рынках выглядит сегментированной: среди осведомленных игроков она высокая, а в целом по рынку нет», — отмечает он.

Вторая причина — непрозрачность большинства компаний, оперирующих на местных рынках: отсутствие у них открытой информации о состоянии их активов, «черная» или «серая» бухгалтерия и т. п. Отсюда — более высокие риски при осуществлении и без того высокорисковых факторинговых операций.

Еще одно препятствие на пути региональной экспансии заключается в том, что комиссия за факторинговую услугу, выставляемая в регионах, относительно мала и поэтому может заинтересовать только компании, имеющие крупные обороты, а таких на региональных рынках не так много.

По словам Виктора Носова, Факторы сталкиваются также с проблемой подбора персонала. «Рынок труда в регионах насыщен квалифицированными кадрами заметно меньше, чем в Москве», — отмечает господин Носов. ■

СТРУКТУРА ФАКТОРИНГОВЫХ СДЕЛОК ПО РЕГИОНАМ

РЕГИОН	ДОЛЯ РЫНКА, %	
	2006 Г.	2007 Г.
МОСКВА	57,7	53,6
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	7,7	8
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФО	0,2	0,5
ПРИВОЛЖСКИЙ ФО	8,9	9,4
СЗФО (КРОМЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)	1,3	2,0
УФО	8,3	8,2
ЦФО (БЕЗ МОСКВЫ)	6,9	5,1
СИБФО	6,8	10,4
ЮФО	2,2	2,7

ИСТОЧНИК: «ЭКСПЕРТ РА».