

ли привело к тому, что у факторов появились дополнительные поводы для сотрудничества. Среди них — оставление 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 непрозрачность 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 Тверьуниверсалбанк 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 определенный 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 производителя 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 рисковый, — 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 экспортноориентированная, 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 составил 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

