

«МЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БОЛЕЕ ЧУВСТВИТЕЛЬНЫ К РЫНКУ, ЧЕМ БАНКИ»

РУКОВОДИТЕЛЬ ДИРЕКЦИИ ПРОДАЖ «СЕВЕРО-ЗАПАД» КОМПАНИИ «ВТБ ФАКТОРИНГ»
АНДРЕЙ ГОЛОВАНЕВ РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ МИХАИЛУ КУЗНЕЦОВУ
О СПЕЦИФИКЕ ФАКТОРИНГОВОГО БИЗНЕСА И О НОВЫХ РЫНОЧНЫХ НИШАХ.

BUSINESS GUIDE: Как себя чувствует рынок факторинга при текущей конъюнктуре?

АНДРЕЙ ГОЛОВАНЕВ: Темпы роста рынка факторинга в последние несколько лет значительно ускорились. В 2016 году рынок факторингового финансирования вырос на 13%, в 2017 году рост составил уже 28%, а в первом полугодии 2018 года — 36%. При этом уровень проникновения факторинга в ВВП нашей страны по сравнению со среднеевропейским показателем пока небольшой — около 2,5%. Это означает, что рынок обладает высоким потенциалом роста.

BG: С чем связано, что в России факторинг менее распространен, чем в западных странах? Что препятствует его развитию?

А. Г.: Российский рынок факторинга намного моложе, чем в западных странах. Поэтому доля компаний, которые знают об этом продукте и понимают его возможности, значительно меньше. Для того чтобы предприятия начали активно использовать и встраивать факторинг в свою финансовую модель, должно пройти время. Это стандартный путь любого финансового продукта. В России факторинг — не массовый продукт: в отличие от кредитов, вы не найдете на дорогах билборды с его рекламой. Поэтому для популяризации факторинга очень важен личный контакт с представителями бизнеса. Круг потенциальных пользователей у факторинга довольно большой. Рынок, несмотря на свою молодость, за последние 15 лет далеко ушел от классической модели — финансирования дебиторской задолженности. Сейчас существует множество видов и форм факторинга, учитывающих особенности и специфику бизнес-задач конкретной компании.

BG: В чем состоят отличия факторинга от кредитования?

А. Г.: Факторинг — очень гибкий инструмент. Он не формирует долговую нагрузку, его достаточно просто использовать в операционной деятельности. Кроме того, у клиента не возникает обязательств выбрать какую-то определенную сумму: он может сегодня воспользоваться финансированием, если у него в этом есть потребность, а завтра нет. Или сегодня взять одну сумму, а завтра другую.

При работе с клиентом, если он выступает со стороны поставщика, мы в первую очередь изучаем финансовое состояние его покупателей. Поэтому даже если клиент не дотягивает до наших требований, но его покупатели надежны и стабильны, он может привлечь существенно большую сумму. Компании, как правило, используют факторинг в качестве дополнения к банковским инструментам привлечения. Такой подход позволяет повысить эффективность финансовых процессов.

BG: Какая отраслевая структура клиентов рынка факторинга? Как она меняется?

А. Г.: Традиционно факторинг считался инструментом для торговли, поскольку



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

он крайне полезен и удобен для поставщиков торговых сетей. В идеале модель расчетов ритейлеров должна выглядеть так: поставщик отгружает товар и сразу же получает за него оплату. Но на практике есть производственные, финансовые, логистические циклы, и оплата большинства товаров производится с отсрочкой в 60–120 дней. При этом поставщику нужно продолжать работать — платить налоги, закупать новые товары. Для этого нужен оборотный капитал. Факторинг позволяет поставщику получить финансирование сразу после отгрузки товара, не дожидаясь оплаты от покупателя. Таким образом, он избегает кассовых разрывов.

На сегодняшний день баланс на рынке смещается в сторону промышленности. Финансирование оптовой торговли занимает до 35% портфеля факторов, на промышленность приходится около 43%. В промышленном секторе сфер применения факторинга и задач, которые он может решить, гораздо больше. Если в торговле продается дебиторская задолженность, то в промышленном факторинге возможны такие инструменты, как работа с ковенантами и факторинг закупок. На Северо-Западе наша компания в основном работает с крупными предприятиями лесной промышленности, нефтепереработки, а также с фармпроизводителями.

BG: Какие виды факторинга сейчас наиболее востребованы?

А. Г.: Наибольшим спросом пользуется безрегрессный факторинг. В нашем портфеле его доля составляет около 70%, в среднем по рынку — 50%. Его популярность связана с тем, что все риски неоплаты покупателя берет на себя факторинговая компания. Поставщик просто отражает

факторинговое финансирование на своем балансе как выручку. Ведь фактически происходит продажа дебиторской задолженности. Именно поэтому безрегрессный факторинг не влияет на ковенанты, которые могут быть важны для привлечения компанией дополнительных внешних заимствований. Помимо безрегрессного факторинга, промышленные предприятия используют факторинг для оптимизации расчетов с поставщиками. Например, факторинговое авансирование закупок позволяет фиксировать цены на поставки будущих периодов, тем самым хеджируя риски сезонного колебания цен. Растет популярность агентского факторинга и комплексных программ для поставщиков, когда с помощью факторинга финансируются целые цепочки поставок.

BG: Безрегрессный факторинг является для факторинговой компании более рискованным продуктом, чем регрессный. Планируете ли вы снижать его долю?

А. Г.: Мы одинаково тщательно оцениваем потенциальных клиентов — как кредиторов, так и дебиторов, независимо от факторингового решения, которым они планируют пользоваться. Такой подход позволяет нам минимизировать наши риски и контролировать ситуацию. Поэтому каких-то особенных рисков в сегменте безрегрессного факторинга мы не видим и снижать его долю не собираемся.

BG: Чем отличаются принципы работы с рисками в факторинге от тех, что применяются в банковской сфере?

А. Г.: Помимо регулярного мониторинга ежеквартальной финансовой отчетности, для нас очень важна операционная информация. Специфика факторинга позволяет в режиме реального времени отслеживать деловую активность покупателей и постав-

щиков, их платежную дисциплину. Это позволяет нам быстро реагировать в случае каких-либо изменений. Мы должны быть более чувствительны к рынку, чем банки, поскольку факторинг не предусматривает залогов, а факторинговые компании не входят в число кредиторов первой очереди.

BG: Насколько правильной оценке рисков мешает непрозрачность и закрытость финансовой информации компаний?

А. Г.: Закрытым компаниям сложно проходить проверку. Нам важно правильно оценить риски и структурировать сделку. Это возможно только при условии прозрачности и открытости компании. Мы отмечаем, что в последнее время на рынке становится все больше прозрачных предприятий.

BG: Маржинальность факторингового бизнеса в последнее время снижается. С чем это связано?

А. Г.: Снижение маржинальности связано в основном с растущей конкуренцией на рынке. Сейчас практически каждый крупный банк предлагает факторинговые услуги как часть комплексного обслуживания, наряду с расчетно-кассовым обслуживанием и кредитами.

BG: В чем вы видите возможность компенсировать падение маржи?

А. Г.: Мы выходим в новые клиентские ниши, работаем с продуктами с большей добавленной стоимостью по сравнению с базовой программой факторинга, в том числе благодаря синергии с банком ВТБ. Также мы разрабатываем финансовые решения под потребности конкретного бизнеса. В числе новых перспективных ниш для факторинга — ЖКХ, энергосервис. Здесь потенциал факторинга очень высокий, эти ниши могут обеспечить приток клиентов и дополнительную маржинальность. ■