

## > В ЧИСЛО ЛИДЕРОВ РЫНКА ФАКТОРИНГА В 2010 ГОДУ, ПО ПОДСЧЕТАМ АФК, ВОШЛИ ПРОМСВЯЗЬБАНК, АЛЬФА-БАНК, «ВТБ ФАКТОРИНГ», НФК И «ТРАНСКРЕДИТФАКТОРИНГ»

телей 2009 года. Вместе с тем, по словам Сергея Уханова, параллельно с тенденцией снижения ставок комиссии факторов на протяжении 2010 года было характерным уменьшение доходности факторингового бизнеса и дальнейшее вымывание сервисной составляющей, которая делает факторинг все менее отличимым от банковского кредитования. «В условиях наличия большого объема ликвидных средств в 2010 году в Нижегородской области конкуренция усилилась как по традиционным продуктам факторингового финансирования, так и со стороны смежных форм кредитования», — говорит менеджер по развитию бизнеса ООО «ВТБ Факторинг» в Нижнем Новгороде Оксана Максимова. Как рассказал заместитель начальника управления факторинга банка «Юникредит» Геннадий Золкин, в связи с тем, что в Нижегородской области в минувшем году зачастую прямое кредитование оказывалось более востребованным, нежели факторинговые услуги, стратегия банка «Юникредит» в этом сегменте была в большей степени направлена на сохранение уже нарабатываемой клиентской базы, находящейся в основном в ЦФО, нежели расширения региональной экспансии.

### РЫНОК ПРОДОЛЖИЛ КОНЦЕНТРАЦИЮ

Отраслевая структура российского факторинга, как отмечают аналитики из АФК, в минувшем году характеризовалась повышением концентрации относительно 2009 года. В частности, по подсчетам АФК, доля оптовой торговли в обороте рынка факторинга за 2010 год выросла на пять процентных пунктов и составила 66%, а доля обрабатывающих производств — на четыре процентных пункта до 31%. При этом в структуре оптовой торговли наиболее «факторабельными» товарными группами в 2010 году стали электроника, бытовая техника и электрооборудование с долей в 42% и продукты питания, на которые пришлось 21%. Непродовольственные товары и алкоголь заняли 8% и 4% соответственно.

При повторении общефедеральных трендов в отраслевой структуре клиентских портфелей факторов, работающих в Нижегородской области, прослеживаются некоторые отличия. «В 2010 году в регионе среди клиентов по-прежнему преобладали компании из отрасли FMCG (Fast Moving Consumer Goods — потребительские товары ежедневного спроса)», — говорит Сергей Уханов. При этом, по его словам, за отчетный период в регионе заметно оживились рынки автозапчастей, строительных и отделочных материалов. «Как и в докризисный период, компании из этих отраслей снова стали активно обращаться к факторингу», — заключил господин Уханов. Анастасия Кузнецова рассказала, что при подавляющей доле оптовой торговли в объеме заключенных сделок на оптовую тор-

говлю компьютерной и бытовой техникой в 2010 году в филиале пришлось лишь 10% оборота. «Существенное сокращение сделок в сегменте компьютерной и бытовой техники объясняется резким падением спроса на них со стороны покупателей», — поясняет госпожа Кузнецова. По ее словам, примерно треть от оборота в сфере оптовой торговли в минувшем году заняли региональные компании, занимающиеся автозапчастями. Около 20% сделок профинансировано в области оптовой торговли продуктами питания.

Согласно исследованию АФК, наиболее популярными факторинговыми услугами в структуре продуктового ряда российских факторов продолжает оставаться факторинг с регрессом. Его доля в обороте рынка по итогам 2010 года составила 75%. Незначительно, на 2,11% до примерно 75 млрд руб., выросла доля внутреннего факторинга без регресса. Основными его поставщиками являются факторинговые компании. «Безрегрессный факторинг в минувшем году пользовался повышенным спросом, в итоге его объемы, по крайней мере у НФК, в 2010 году росли опережающими темпами относительно факторинга с регрессом», — комментирует Сергей Уханов. — Дело в том, что многие компании приходят к осознанию того, что исключение риска неоплаты отгруженного ранее товара за умеренную плату предпочтительнее потерь, которые можно понести в противном случае». При этом, как отмечают в АФК, объем международного факторинга продолжает стагнировать на фоне роста объемов внутреннего факторинга.

### РОСТ ЗАМЕДЛИТСЯ

Как напоминают участники рынка, драйверами роста факторинга в 2010 году стали низкие ставки комиссий, однако к началу 2011 года потенциал этого ресурса практически исчерпался. Это дает экспертам основание считать, что в этом году на смену ценовой конкуренции придет конкуренция продуктовая. «Факторы ожидают роста стоимости фондирования — соответственно, и ставок факторинговых комиссий, поэтому ищут

пути удержания клиентов за счет предложения более сложных продуктов и повышения значимости сервисной составляющей факторинга», — отмечают аналитики АФК. «Предоставление отсрочки платежа и ее величина снова становятся одним из конкурентных преимуществ для компаний из различных отраслей, — говорит заместитель директора департамента факторинга ОАО «Банк „Петрокоммерц“» Кирилл Покровский. — Мы ожидаем, что в этом году многие участники рынка модернизируют свою продуктовую линейку с целью максимально полного удовлетворения интересов своих клиентов. У кого это получится лучше, тот и сможет обеспечить серьезный рост своих объемов». Проявлением этой тенденции, считает Анастасия Кузнецова, станет дальнейшее развитие факторинга без регресса. «Пока в России без регресса работают единицы компаний, поэтому его доля в общем портфеле существенно меньше, — продолжает она. — Дело в том, что это более сложный продукт, где четче должны просчитываться все риски. Однако во всех развитых странах мира именно он относится к категории самых популярных факторинговых продуктов».

Как ожидают в АФК, в этом году российскому факторингу предстоит выдержать конкуренцию за финансовые ресурсы и клиентов с традиционным кредитованием, что несколько снизит темпы роста рынка — до 23–35% (или 650–675 млрд руб.) по сравнению с 2010 годом, тем не менее не мешая ему превзойти показатели докризисного 2008 года. По мнению Геннадия Золкина, восстановление на рынке будет сопровождаться высокой конкуренцией за качественных клиентов. «При этом возможно некоторое повышение процентных ставок, которое может последовать за ожидаемым ростом на финансовых рынках», — добавил он. По прогнозам Сергея Уханова, в Нижегородской области также можно ожидать 20–25% роста объемов факторинга по отношению к 2010 году. «Однако надо понимать, что объем российского рынка факторинга все еще относительно невелик и активно наращивавшие портфель в 2010 году крупные банковские игроки легко могут удвоить объемные показатели рынка за счет привлечения крупных и очень крупных клиентов, в том числе госкомпаний», — добавляет господин Уханов. По словам Оксаны Максимовой, при ожидаемом росте в 20–30% объемов факторингового финансирования в области в планах компании — увеличение портфеля ее нижегородского подразделения и доли на региональном рынке как минимум в два раза. Основной рост портфеля «ВТБ Факторинг», по ее словам, будет обеспечен за счет сотрудничества с предприятиями индустриального сектора. ■

## • СКОЛЬКО КОМПАНИЙ ПОЛЬЗУЮТСЯ ФАКТОРИНГОМ

В 2010 году факторингом в России воспользовались свыше 3,8 тыс. компаний при расчетах почти с 14 тыс. дебиторами. Российские факторы, принявшие участие в сборе статистики АФК, по итогам прошлого года привлекли на треть больше новых клиентов (свыше 1,6 тыс.), приняли на обслуживание поставки в адрес 3,4 тыс. новых дебиторов. Всего за 2010 год свыше 2,8 млн поставок товаров

и услуг осуществлялись с использованием факторинга. При увеличении числа новых клиентов в 2010 году зафиксировано уменьшение количества дебиторов на 17%. Это, по мнению аналитиков АФК, свидетельствует о том, что факторы продолжили курс на снижение рисков, наращивая операции с существующими клиентами и дебиторами, искусственно сужая при этом круг дебиторов.