

В интервью **ФАКТОРинг ПРО** Генеральный директор **Факторинговой компании "Лайф"** Александр Карелин рассказал о развитии факторинга в России, особенностях экспресс-факторинга и управления дебиторской задолженностью, а также объяснил, что такое «нано-факторинг».

1. По информации «Эксперт РА», объем уступленных требований на рынке факторинга вырос на 80% по сравнению с первой половиной 2010 года, а размер портфелей факторов – в два раза. Оправдал ли ваши ожидания 2011г. с точки зрения темпов роста рынка факторинга в целом и вашей компании в частности.□

В целом не оправдал, относительно нашей компании - оправдал. Объясню почему. Российский рынок факторинга развивался преимущественно экстенсивно, за счет крупных и очень крупных клиентов, за счет сделок инвойс-дискаунтинга и кредитования под дебиторку. Сделки по безрегрессу на миллиарды рублей, которые проводят отдельные операторы рынка, есть не что иное, как структурирование, назовем это так. Поэтому нам бы хотелось, чтобы факторинг развивался как финансовый инструмент с высокой добавленной стоимостью для клиентов сегмента малого и среднего бизнеса. Те планы, которые мы перед собой ставили по развитию коммерческого факторинга в сегменте малого и среднего предпринимательства в 2011 году себя оправдали. Мы видим колоссальный спрос в этом сегменте. Это действительно специфический сегмент - многому нужно учить компании, которые только встают на ноги и многим в процессе роста нужно помогать, страховать риски не только финансовые и кредитные, но и управленческие риски, связанные с ростом компании. В противном случае бизнес может

вырасти по оборотам, но не вырасти в профессиональном и инфраструктурном плане и в результате разориться. Такое развитие рынка факторинга в сегменте малого и среднего бизнеса тоже необходимо, и для этого нужна мощная инфраструктура, в которую фактору нужно вкладываться и инвестировать. Однако таких инвестиций участников рынка в прошлом году я, к сожалению, не заметил, а статистика по рынку, которая сегодня находится в публичном доступе не вполне репрезентативна, хотя и по ней можно судить о том, что, например, рынок безрегрессного факторинга в 2011 году вырос крайне концентрированно за счет считанных клиентов.

Наши ожидания в целом оправдались. Мы привлекли большое число новых клиентов 529, приросли по портфелю выданных факторинговых авансов, 3 млрд. 200 млн., общее число активных клиентов в течение года доходило до 1500. Сегодня мы занимаем лидирующую долю на рынке по числу активных клиентов - для нас это очень важно. 2011 год для ФК «Лайф» был довольно успешным – нами были реализованы все стратегические проекты, которые мы запланировали в части развития инфраструктуры, запуска новых продуктов, регионального развития, развития федеральной программы совместно с Внешэкономбанком по поддержке МСП. Финансовые планы по модели 2011 года были выполнены в полном объеме, обеспечив целевую прибыль и доходность на капитал акционера, а главное мы оправдали надежды наших клиентов и партнеров, которые в 2011 году активно росли и развивались вместе с ФК «Лайф».

2. Факторинговая компания «Лайф» - первая и единственная факторинговая компания России, специализирующаяся на экспресс-факторинге для малого и среднего бизнеса. В чем особенности экспресс-факторинга и отличие вашего продукта от продуктов других факторов?

Особенность экспресс-факторинга заключается в том, что это сложный продукт для массового сегмента. Одним из самых главных вызовов в реализации нашей стратегии было сделать факторинг ПРОСТЫМ и донести саму идею малому бизнесу и частным предпринимателя, эту тему не продать, не «впарить», а показать реальную выгоду факторинга для МСБ так, чтобы предприниматель с пониманием и удовольствием ее приобрел и развивал на ней свой бизнес. Нас в этой стратегии можно назвать монолайнерами. Мы не так активно развиваем продуктовый ряд, как многие наши коллеги по рынку, мы предлагаем то, что мы умеем делать лучше других и делаем это массово, но при этом персонализированно. Не смотря на то, что это массовый продукт и во многом он строится на конвейерных технологиях финансового ритм-ейла - мы делаем его с индивидуальной настройкой под клиента. И это стало возможно благодаря лицензированию наших бизнес-менеджеров. За счет того, что мы не побоялись передать необходимые полномочия своим сотрудникам, наделив соответствующими

компетенциями, благодаря которым они осуществляют деятельность как отдельные факторы внутри Факторинговой компании «Лайф». Это в некотором смысле франшизы ФК «Лайф», которые бизнес-менеджеры получают в своих бизнес-территориях и далее самостоятельно и гибко, как отдельная специализированная факторинговая компания делают клиентский бизнес. Это дает выдающиеся результаты с точки зрения доходности на риск в бизнесе и что очень важно высокую клиентскую лояльность - каждый клиент чувствует, что продукт не просто ему «втюхали», а индивидуально под него настроили, решили его конкретную задачу. Это находит отражение в очень значительной доле клиентов, приходящих к нам по рекомендации - для нас это крайне важно.

3. Назовите основные тенденции развития рынка факторинга в 2011г и дайте ваш прогноз на 2012г.□

В 2011 году в основном развивался инвойс-дискаунтинг для крупных и очень крупных клиентов. Динамично развивались ценовые войны и демпинг. Этот рынок жестокой конкуренции достиг своего апогея по накалу страстей и вместе с тем дна по разумной цене за риск. Как следствие такой ценовой политики многие игроки сегодня испытывают серьезные сложности с рентабельностью своего бизнеса, находятся в крайне некомфортной зоне доходности бизнеса на рискованные активы. Мы никогда не предлагали низкую цену, для нас гораздо важнее предложить клиенту высокую ценность нашего клиентского предложения. Поэтому мы стараемся обеспечить клиенту такую добавленную стоимость, которая уравнивает стоимость факторинга или зачастую превышает ее. Прогнозы в нашей стране вещь неблагоприятная, уместно говорить про некие экспертные догадки. Мои оптимистичные догадки на 2012 год следующие. Рынок будет продолжать расти с темпами 20-30% относительно 2011г. и развиваться он будет в направлении более мелкого клиента со специфическими потребностями, поэтому здесь важна инфраструктура факторинговой компании и опыт работы в этой отрасли с тем, чтобы можно было удовлетворять этот растущий спрос со стороны малого бизнеса.

4. Планирует ли компания развивать новые направления бизнеса, например международный факторинг?

У нас есть хорошее клиентское предложение, которое состоит не из продуктового, а из индивидуально настраиваемого гибкого решения. «Факторинг-Лайт» специально рассчитан под малого и среднего предпринимателя, он может быть скрытым факторингом, открытым, регрессным, безрегрессным, может быть предпоставочным, тендерным. По сути это Кубик Рубика для малого и среднего бизнеса, который представляет собой наше клиентское предложение. Все, чего не хватало нашему

клиенту для успешного товарного кредитования, мы изобрели, дальше идет индивидуальная настройка и это задача бизнес-менеджера наделенного полномочиями и компетенциями. Новые направления бизнеса для нас заключаются в том, чтобы масштабировать этот успех, масштабировать число таких персональных бизнес-менеджеров, наделённых лицензиями для решения насущных бизнес-задач клиентов. Международный факторинг безусловно инструмент полезный, но есть факторы которые профессионально этим занимаются, а в нашей Финансовой группе Лайф, клиенту который занимается внешне-экономической деятельностью мы предлагаем такие финансовые инструменты, как аккредитивы, гарантии, предэкспортное, экспортное, импортное финансирование с госфинансированием по линии зарубежных крупных банков. Что касается ФК «Лайф» - мы делаем ставку на специализацию, а специализируемся мы на сегменте малого и среднего предпринимательства, знаем его потребности, знаем как их решать и международный факторинг здесь не самый актуальный финансовый инструмент. Ну а если клиенту вдруг понадобится, мы всегда порекомендуем профессионалов на рынке факторинга из этой области – мы их конечно же знаем в лицо!

5. Насколько востребованы на данный момент ваши услуги по факторингу без регресса, займет ли этот вид факторинга существенную долю на рынке в обозримом будущем?

Продукт действительно пользуется популярностью и спросом. В малом бизнесе часто предсказать платежеспособность дебитора сложно, а тем более повлиять на нее самому продавцу, поэтому ему необходима помощь в управлении дебиторской задолженностью и страховании. Это часть бизнеса набирает обороты, в нашей компании она не продается как отдельный продукт, там, где у клиента выявляется потребность, производится индивидуальная настройка предложения. Если у клиента по дебитору сомнений не возникает, мы рекомендуем ему «Факторинг-Лайт» с регрессом, если у него возникает потребность перестраховать риск по дебитору, мы советуем ему применить безрегресный факторинг. Доля этого вида бизнеса по нашим оценкам будет расти, и в течение ближайших трех лет должна составить не менее половины активов ФК «Лайф».

6. В рамках услуги по управлению дебиторской задолженностью вы предлагаете клиентам ряд мер.

Какие из них наиболее востребованы и есть ли перспективы у данной услуги как «факторинга без финансирования»?

Я считаю, что перспективы у этой услуги есть. Конечно, зачастую она пользуется спросом вместе с финансированием, но есть категория клиентов которым хватает собственных средств на развитие или они пользуются другим финансовым инструментом, им просто нужна помощь по управлению дебиторкой, так называемый smart soft-collection. Эта профессиональная услуга действительно возможна на основе той инфраструктуры, которая существует в специализированной факторинговой компании. В нашей компании это Call-center Финансовой группы Лайф, он состоит из блока факторингового АУДЗ, который применяет разные технологии работы, от вежливых напоминаний о сроках платежа дебиторам, до претензионной работы с неплательщиками. Клиенты также могут воспользоваться услугами коллекторского агентства, которое входит в нашу группу и оказывает услуги по взысканию долгов в судебном и досудебном порядке. Управление дебиторской задолженностью пользуется спросом, этой услугой нужно заниматься и активно пропагандировать, пока такого рынка в России практически нет, а малым предприятиям это особенно важно, они вынуждены экономить на затратах, персонала не так много и зачастую бывает правильнее и эффективнее просто отдать такие услуги на профессиональный аутсорсинг, чем создавать собственные службы внутри компании, раздувая штат и прямые расходы.

7. Насколько на данный момент востребованы ваши специализированные услуги для банков, предлагаемые в рамках партнерских программ?

В России около 1000 банков и всего чуть более чем у десятка, есть свои факторинговые программы. Более половины банков нуждаются в том, чтобы такой продукт как факторинг, присутствовал в их продуктовой линейке. Часто когда мы с нашими партнёрами анализируем их клиентов, мы видим среди них даже поставщиков сетевых ритейлеров. Многие из них находясь в банке, не могут получить кредитование из-за кредитной политики, или отсутствия вообще программ кредитования в банке, при этом клиенты там находятся на обслуживание по расчетам. Соответственно, мы вместе с банком проводим дэйта-маркетинг по их клиентам и вместе предлагаем услуги факторинга, при этом мы не претендуем на другие продукты, которыми пользуется клиент в данном банке. Мы всего лишь являемся партнером-провайдером факторинговой услуги и финансируем клиента на расчетный счет, открытый в данном конкретном банке. Программы эти востребованы, но очень важно, чтобы партнеры

правильно понимали взаимное предназначение, и направляли фактору не сверх рискованных клиентов, которым они отказали по кредитам, а тех, кто действительно нуждается в факторинге и у которых есть факторабельная дебиторка. На мой взгляд, будущее у этого направления хорошее, все эти банки сегодня не имеют в продуктовой линейке факторинга, но именно таким образом они учатся и выходят на рынок факторинга, что было уже не раз, как доказала практика.

8. Недавно созданная в компании Дирекция регионального развития будет базироваться в Екатеринбурге. Означает, ли это, что данный регион является приоритетным для компании на ближайшее время? □

Урал находится в центре России и удобно расположен с точки зрения регионального развития, он находится в равной удаленности от наших точек физического присутствия. Кроме того, действительно на Урале уже сейчас заметен долгосрочный положительный «бычий» тренд в экономике, который в течение ближайших 10 лет будет только набирать обороты. И производство и торговля на сегодняшний день находятся там на подъеме. Наша компания уже давно активно развивается на Урале и в Сибири, и мы считаем, что в этом направлении можно развиваться еще больше и готовы в это инвестировать.

9. С чем вы связываете рост доли региональных клиентов в портфеле компании?

В регионах есть спрос, и соответственно растет бизнес. Регионы это огромная часть активного населения и это бо́льшая часть промышленных и торговых предприятий России. Малый и средний бизнес в большинстве своем находится в регионах, сегодня спрос на наши услуги там есть и он постоянно растет, поэтому наш бизнес в регионах динамично развивается и в будущем будет расти еще активнее.

10. Какие категории клиентов представляются вам на данный момент наиболее перспективными?

Самые перспективные клиенты факторинговой компании «Лайф» - это частный предприниматель, который работает или хочет работать с отсрочкой платежа, он имеет продукт, который пользуется спросом на рынке, но ему хронически не хватает средств в обороте. Рынок товарного кредитования набирает обороты в сегменте малого и среднего предпринимательства и соответственно отсрочка платежа, это очень серьезное конкурентное преимущество для таких компаний. Отсрочка платежа связана с нехваткой оборотных средств и с кредитным риском, обе эти задачи решаются с помощью коммерческого факторинга, поэтому именно в этом сегменте будущее факторинга наиболее перспективное. Мы первыми вошли в этот сегмент, и именно в этом направлении мы в будущем увидим правильный и качественный рост всего рынка коммерческого факторинга. Спрос велик и ценность этого предложения в совокупности услуг и сервисов для целевого клиента, значительно превышает стоимость этого продукта.

11. Планируете в ближайший год выйти на какие-то новые клиентские сегменты? Каким образом планируете это реализовать: предложить им новые продукты или задействовать новые каналы продаж?

Да, мы планируем выйти в микро сегмент, без ограничения по сумме финансирования. Продукт, который мы предложим клиентам в этом году это нано-факторинг. Это микроэлемент, микрочастица, с которой у нас ассоциируется клиентское предложение, мы идем в «мелкооптово-розничный» сегмент и видим в нем колоссальный спрос уже сегодня. Мы технологизируем наше факторинговое производство таким образом, чтобы это предложение стало общедоступным для всех клиентов, которым это необходимо в сегменте малого и очень малого бизнеса. И сегодня мы уже идем туда!

Источник: [ФАКТОРинг ПРО](#)