

Публикуем материал из «Колонки практика» из первого номера журнала [«Факторинг, лизинг и финансирование торговли»](#)

Традиционно, российские **факторинговые компании** предлагают решения для оптовиков, работающих с высоколиквидным товаром и сложившейся практикой предоставления отсрочек платежа.

Примерами типичных отраслей, считающихся «**факторабельными**», можно считать: оптовую торговлю бытовой техникой и электроникой, продуктами питания, непродовольственными товарами повседневного спроса, а также ряд смежных отраслей.

Во всех перечисленных сегментах присутствуют сильные игроки, - крупные розничные сети. В случае с сетями, Фактор просто предлагает заплатить поставщику сразу, не задавая кучи вопросов и не запрашивая объемного пакета документов.

Накладные поставщика оплачиваются с неким дисконтом, а розничная сеть впоследствии совершает платеж на реквизиты факторинговой компании. Такая услуга называется инвойс-дискаунтинг, и имеет мало общего с коммерческим факторингом.

Если рассматривать продукт с точки зрения соотношения доходность/резервы на возможные потери, то он, безусловно, выигрывает у своих ближайших аналогов — возобновляемой кредитной линии и овердрафта. В данном случае риск распределяется между поставщиком и двумя-тремя крупными покупателями, которые уведомлены об уступке и платят на реквизиты фактора. Причем в случае задержки или отказа от оплаты (претензии по качеству, и т. п.) всегда есть возможность удержать нужную сумму из платежей остальных покупателей, или обратиться взыскание к поставщику.

Кому такая схема работы может быть удобна?

В первую очередь финансовому агенту, так как инвойс-дискаунтинг продукт с низкой добавленной стоимостью. Он не требует сложных технологических решений или большого штата. Удобен он и ряду поставщиков, тех, чьими покупателями являются федеральные розничные сети, так как решение принимается быстрее, чем в банке, документов запрашивают меньше, залогов не просят, а стоит так же как кредитная линия или овердрафт.

Как быть всем остальным?

Предположим, компания поставляет продукцию через сеть дилеров, сеть состоит более чем из 100 небольших покупателей, разбросанных по всей территории РФ. Нужно с одной стороны расширять дилерскую сеть, с другой, ни в коем случае не снижать объем дебиторской задолженности по текущим партнерам, дабы они не перекочевали к конкуренту. Нужно как-то пополнять оборотные средства. Решений как всегда два.

Можно обратиться к тому же инвойс-дискаунтеру, и, если финансовые показатели позволяют, купить у него аналог кредитной линии. В данном случае пакет документов сразу превращается в стандартный для любого банковского займа, процесс анализа затягивается.

Причина в том, что инвойс-дискаунтер не собирается заниматься оценкой этих 100 дебиторов, и тем более собирать или администрировать их задолженность. Как уже говорилось, у него просто нет для этого ресурсов. Проще оценить вашу платежеспособность, установить максимально возможный размер краткосрочных обязательств, исполнять которые компания способна при любых обстоятельствах, уменьшить получившуюся сумму на некий «поправочный» коэффициент, и лимит готов.

В случае если за такой продукт запрашивают существенно больше, чем за овердрафт, - вас вводят в заблуждение. Это все тот же инвойс-дискаунтинг рассмотренный выше. Ни каких дополнительных услуг кроме пополнения оборотных средств, вы не получаете.

Такой продукт обходится дороже займа с точки зрения полной стоимости владения, так как подразумевает наличие дополнительных штатных единиц, в функции которых входит подготовка документов для финансирования (накладные, реестры, и т.п.),

развитой системы администрирования и учета дебиторской задолженности, которая так же подразумевает отдельные штатные единицы.

Компания, доросшая до определенных показателей, может рассчитывать на близкий к реальным потребностям в оборотных средствах лимит. Вопрос в том, нужен ли ей такой продукт?

Если есть нормально функционирующие подразделения, которые справляются с администрированием дебиторской задолженности, есть система риск-менеджмента, и есть возможность просто взять денег в банке, то стоит это сделать.

Иначе обстоят дела, если вы не располагаете достаточным штатом, а пул покупателей в стадии активного роста. В данном случае необходим надежный партнер, который предложит ряд сервисов, включающих не только предоставление оборотных средств.

Факторинговые компании, предлагающие коммерческий факторинг, располагают развитой инфраструктурой, направленной на работу с большим количеством контрагентов. В инфраструктуру такой компании входят подразделения, занимающиеся информационной поддержкой клиентов, администрированием дебиторской задолженности, и все это завязано на IT платформу, позволяющую организовать документооборот в электронном виде.

Таким образом, становится не важно, сколько у вас дебиторов и в каких регионах они находятся. В лице факторинговой компании вы получаете готовую филиальную сеть, не требующую дополнительных вложений. Если сравнивать все издержки, то коммерческий факторинг оказывается выгоден, даже если его номинальная стоимость оказывается выше, чем у ВКЛ и прочих банковских или около банковских продуктов.

Безусловно, рынок факторинга все еще в стадии формирования, и далек от насыщения, но уже сейчас намечаются тенденции к сегментированию. Сегодня нет того информационного вакуума, чем пару-тройку лет назад. Потребитель становится взыскательным, он разбирается в том, что собирается купить. Это ужесточает конкуренцию.

Становится все сложнее продавать инвойс-дискаунтинг, так как количество сетевых ритейлеров и их поставщиков ограничено, а предложений в этом сегменте все больше. Попытки выдать за коммерческий факторинг что-либо другое тоже не эффективны, опять же в связи с ростом осведомленности и грамотности среди потребителей таких услуг.

Результатом стало появление высокотехнологичных факторов. Таких игроков все еще крайне мало, но со временем их количество будет только расти, и менее технологичные компании будут вынуждены либо уходить с рынка, либо менять стратегию.

Дмитрий Широков, начальник отдела развития малого и среднего бизнеса, ФК «ПОЛИТЕКС».

Журнал [«Факторинг, лизинг и финансирование торговли»](#), №1, 2013.

Источник: [ФАКТОРинг ПРО](#)