

Авагян А. С., аспирант кафедры Финансов, кредита и банковского дела Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, Avagyan_90@mail.ru

Покаместов И. Е., канд. экон. наук, доцент кафедры Финансов, кредита и банковского дела Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, pokamestov@mail.ru

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ФАКТОРИНГА

В статье рассмотрена конкурентная сторона факторинговых отношений, описаны критерии, по которым потенциальный клиент факторинговой компании может сделать выбор в пользу того или иного финансового агента. Авторы раскрывают особенности поведения факторов на финансовом рынке.

Ключевые слова: факторинг, конкуренция, демпинг.

Введение

Современная рыночная экономика представляет собой сложную систему, в которой экономические субъекты сталкиваются с высокой конкуренцией в борьбе за покупателя. Конкуренция является стимулом для развития и роста финансового рынка, побуждает одних участников финансовых отношений превосходить других.

Конкуренция между поставщиками и недостаточная ликвидность у покупателей вынуждает поставщиков предоставлять своим клиентам отсрочку платежа, выступая в качестве кредитора и принимая на себя определенные риски, что приводит к отвлечению оборотных средств поставщиков, отрицательно влияя на их финансовые показатели.

Перед поставщиком возникает вопрос выбора источников финансирования своей хозяйственной деятельности. Качественным инструментом финансирования оборотного капитала предприятия является факторинг.

Факторинг — это комплекс финансовых услуг, оказываемых банком или специализированной факторинговой компанией кли-

енту в обмен на уступку дебиторской задолженности. Комплекс услуг включает:

- финансирование поставок товаров;
- страхование кредитных рисков;
- учет состояния дебиторской задолженности и регулярное предоставление соответствующих отчетов клиенту;
- контроль над своевременностью оплаты и работа с дебиторами.

Механизм работы факторинга показан на рис. 1.

Одной из существенных особенностей развития факторинга в Российской Федерации является усиление конкуренции между факторами. Привлекательность факторингового рынка обусловлена высокими темпами роста, что усиливает конкуренцию в данной отрасли. Согласно исследованиям Ассоциации факторинговых компаний, по данным 2011 г., оборот рынка факторинга составил 882 млрд руб., что на 82,23% больше по сравнению с 2010 г.¹

Необходимо рассмотреть поведение факторов через призму конкуренции, вы-

¹ Ассоциация факторинговых компаний — информационный обзор российского рынка факторинга по итогам 2011 г.

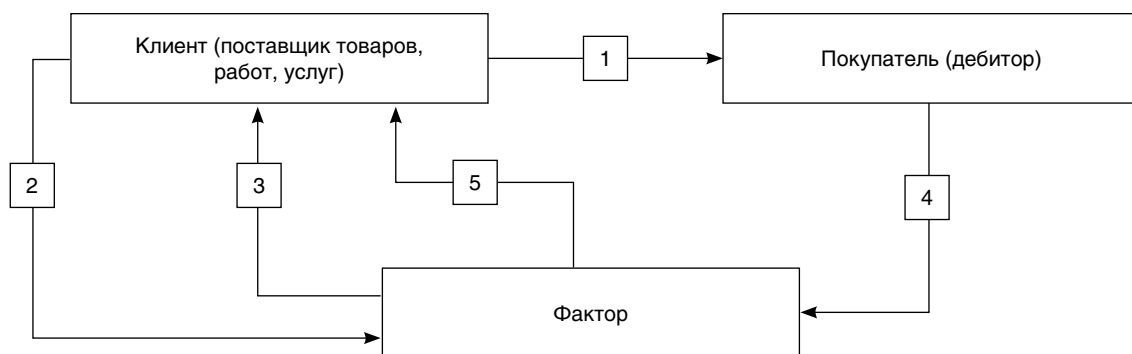


Рис. 1. Схема факторингового обслуживания:

- 1) поставка товара на условиях отсрочки платежа;
- 2) уступка права требования долга по поставке фактору (банку или факторинговой компании);
- 3) выплата авансового платежа (до 90% от суммы поставленного товара) фактором клиенту сразу после поставки;
- 4) оплата покупателем за поставленный товар в пользу фактора;
- 5) выплата остатка средств (от 10% после оплаты покупателем) за минусом комиссии фактора².

явить тенденции конкурентной борьбы и определить лидеров российского рынка факторинга.

«Теория выбора» факторинговой компании

Предположим, что производитель определенного товара, работы или услуги принял решение воспользоваться услугами факторинговой компании. Возникает два вопроса — как и какую факторинговую компанию выбрать?

Для ответа на вопросы рассмотрим критерии, по которым оценивается привлекательность той или иной факторинговой компании:

- цель получения финансирования;
- виды факторинговых услуг;
- стоимость факторинговой услуги;
- качество факторингового обслуживания;
- продуктовая линейка факторинговой компании;

- активность факторинговой компании на рынке факторинга;
- надежность факторинговой компании;
- членство в профессиональных ассоциациях;
- тип факторинговой компании.

Цель получения финансирования. Поставщику следует определиться с целью получения факторингового финансирования, т. е. он должен решить вопрос: финансирование необходимо ему только с целью пополнения оборотного капитала или он также желает нивелировать риски неплатежа со стороны покупателя (дебитор). С целью исключения кредитного риска целесообразно рассмотреть возможность безрегрессного финансирования со стороны факторинговой компании.

Виды факторинговых услуг. В международной практике используются различные виды факторинговых операций. В зависимости от различных признаков их можно сгруппировать по следующим основным критериям:

- по месту нахождения участников сделки;
- форме взаимодействия с покупателем;
- наличию кредитного риска.

² Покаместов И. Е., Леднев М. В. Факторинг: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2011. С. 9.

По **месту нахождения участников сделки** факторинг делится на внутренний (поставщик, покупатель и факторинговая компания находятся в одной стране) и международный (поставщик, покупатель и факторинговая компания находятся в различных странах).

Соответственно, если поставщик ведет свою деятельность на внутреннем рынке, ему удобнее воспользоваться внутренним факторингом, а в случае, если бизнес поставщика предполагает наличие зарубежных контрагентов, разумным является использование внешнего вида факторинга.

По **форме взаимодействия с покупателем** факторинг бывает открытым (дебитор уведомлен о переуступке права требования его задолженности фактору) и закрытым (дебитор не ставится в известность о наличии факторингового договора между поставщиком и фактором).

Таким образом, если поставщик не желает ставить в известность покупателя о переуступке права требования его задолженности, он выбирает закрытый факторинг. В основном, выбор закрытого факторинга вызван желанием не испортить отношения с дебитором, который может воспринять обращение поставщика к услугам фактора как недоверие к себе.

По **наличию кредитного риска** факторинг может быть с правом регресса и без такого права.

Поставщик должен сознавать, что, предоставив товар, работу или услугу покупателю с отсрочкой платежа, он не имеет стопроцентной гарантии того, что покупатель выполнит свои обязательства по погашению задолженности, не только в силу своей недобросовестности, но и в связи с финансовыми проблемами.

Для страхования данного риска поставщик может воспользоваться факторингом без права регресса. Он представляет собой операцию, при которой фактор страхует кредитные риски поставщика, и риск неплаты со стороны дебитора полностью пере-

ходит фактору. Факторинг с правом регресса характеризуется тем, что фактор принимает на себя лишь риск ликвидности, а поставщик — кредитный риск.

Соответственно, если покупатель является надежным клиентом, который добросовестно выполняет свои финансовые требования, то поставщику разумнее воспользоваться факторингом с правом регресса, который намного дешевле безрегрессного аналога.

Стоит заметить, что в Российской Федерации распространен факторинг с регрессом, на который приходится более 65% сделок. По данным Ассоциации факторинговых компаний, наибольшую долю в обороте рынка, по итогам 2011 г., среди видов факторинга в России составляет внутренний факторинг с правом регресса — 69,43%, а доля внутреннего факторинга без регресса составляет 23,41%³.

Стоимость факторинговой услуги.

Стоимость факторинга складывается из следующих основных комиссий:

- фиксированный сбор за обработку документов по одной поставке — от 1 евро;
- комиссия за предоставленные денежные ресурсы (в % годовых на сумму финансирования) — 10–20%;
- комиссия за факторинговое обслуживание, которое включает в себя управление дебиторской задолженностью, страхование кредитных рисков, оценку покупателей (процент от всей суммы поставки) — 0,5–3%.

Комиссия за предоставленные денежные ресурсы зависит от объема бизнеса клиента, объема уступаемой дебиторской задолженности, срока отсрочки платежа, стоимости кредитных ресурсов на денежном рынке.

Комиссия за факторинговое обслуживание зависит от количества дебиторов, уровня концентрации риска на дебиторов, количества счетов-фактур, выставляемых

³ Ассоциация факторинговых компаний — информационный обзор российского рынка факторинга по итогам 2011 г.

клиентом в течение одного месяца, наличия возвратов продукции со стороны дебитора, наличия права регресса, географического расположения дебиторов, истории торговых взаимоотношений между клиентом и дебитором.

В целом, стоимость факторинга индивидуальна для каждого клиента. Но ориентироваться на стоимость факторинга при выборе факторинговой компании необходимо не всегда. Если фактор предлагает чрезмерно низкую комиссию, это значит, что он неправильно оценивает свои риски и затраты, а также имеет скрытые комиссии, которые обнаруживаются уже в период действия договора факторинга.

Качество факторингового обслуживания. Немаловажный фактор в выборе факторинговой компании — качество предоставляемых услуг. Качественным является тот фактор, который: может обеспечить стабильное, надежное и своевременное финансирование поставщика, предоставить транспарентное ценообразование; использует автоматизированный документооборот; располагает грамотным высокопрофессиональным персоналом; учитывает индивидуальные особенности бизнеса клиента; обеспечивает конфиденциальность по операциям клиентов; осуществляет полный комплекс факторинговых услуг, в том числе, предоставляет консультационные услуги.

Продуктовая линейка факторинговой компании. Важным аспектом, на который обращает внимание потенциальный клиент при выборе факторинговой компании, является наличие разнообразной продуктовой линейки у фактора, на основании которой можно судить о качестве предоставляемых услуг.

Продуктовая линейка представляет собой комплексный набор различных видов факторинга, которые адаптированы к потребностям разных клиентов. При выборе факторинговой компании предприятие имеет возможность ознакомиться с продуктами, которые предлагает тот или иной фактор.

Продуктовая линейка факторов разнообразна. Рассмотрим линейку продуктов, которую предлагает один из лидеров отечественного рынка факторинга ЗАО Банк «Национальная Факторинговая Компания» (НФК):

- «Факторинг-Финанс» — продукт, в рамках которого НФК предоставляет финансирование под дебиторскую задолженность в размере 90% суммы поставки на срок отсрочки платежа до 120 дней с периодом ожидания до 120 дней;

- «Факторинг-Гарант» — продукт, являющийся аналогом страхования риска неплатежа, в рамках которого в случае неоплаты покупателем поставки по истечению срока отсрочки и периода ожидания НФК выплачивает поставщику денежные средства в размере выданного поручительства (90% суммы поставки);

- «Коммерческий факторинг» — продукт, в рамках которого финансирование под уступку денежного требования имеет безвозвратный (безрегрессный) характер, т. е., получив от НФК денежные средства, поставщик продолжает их использовать после наступления даты платежа по договору поставки независимо от того, произвел ли покупатель платежей;

- «Предпоставочный факторинг» — финансирование под уступку будущих денежных требований;

- «Закупочный факторинг» — продукт, относящийся к виду реверсивного факторинга, предназначенный для ведущих компаний, лидеров на рынке покупателя в своих отраслях, в рамках которого НФК предоставляет поставщикам финансирование в размере 100% суммы подтвержденного покупателем заказа;

- «Экспортный факторинг» — набор услуг, предназначенный для обслуживания экспортных поставок⁴.

Таким образом, линейка факторинговых продуктов разнообразна, и любой постав-

⁴ URL: <http://www.factoring.ru/> — официальный сайт ЗАО Банк «Национальная Факторинговая Компания».

щик, желающий воспользоваться факторингом, имеет возможность выбрать наиболее подходящий своему бизнесу вид факторинга.

Активность факторинговой компании на рынке. Для того чтобы клиент мог судить о возможности фактора предоставлять разнообразные факторинговые продукты, фактор должен обладать определенной активностью на рынке факторинга, на что потенциальный клиент может обратить внимание при выборе финансового агента.

Оборот рынка факторинга по итогам 2011 г. составил 882 млрд руб. Лидером по данному показателю является ОАО «Промсвязьбанк» (рис. 2).

Надежность факторинговой компании.

Потенциальный клиент может принимать решение о выборе фактора, опираясь на количественные показатели деятельности той или иной факторинговой компании на рынке факторинга. Чем лучше количественные показатели конкретного финансового агента, тем более надежным он кажется для потенциального клиента.

Ключевым показателем надежности факторинговой компании является качество ее активов, т. е. объем факторингового портфеля. Согласно исследованиям Ассоциации факторинговых компаний, совокупный факторинговый портфель на 31 декабря 2011 г. составил 164,4 млрд руб.⁵

Таким образом, на основании анализа объема портфеля фактора потенциальный клиент сделает вывод о масштабе деятельности фактора, о возможности фактора финансировать крупные объемы уступаемой дебиторской задолженности.

Членство в профессиональных ассоциациях. Участие фактора в профессиональных ассоциациях и объединениях также является критерием надежности финансового агента. Оно позволяет судить

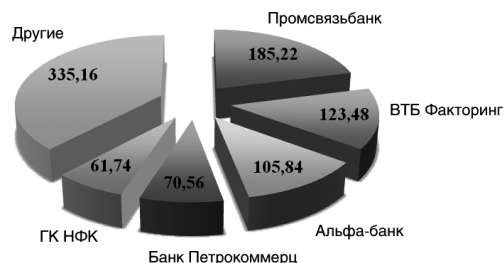


Рис. 2. Доли отдельных участников в обороте рынка по итогам 2011 г., млрд руб.

о его имидже, уровне компетенции и профессиональных знаниях. В качестве профессиональных ассоциаций можно рассматривать *InternationalFactorsGroup (IFG)* и *FactorsChainInternational (FCI)*. Среди российских профессиональных ассоциаций выделяется Ассоциация факторинговых компаний (АФК), а также региональные ассоциации — Восточно-Европейская факторинговая ассоциация (ВЕФА).

Членами *FCI* являются ОАО «Промсвязьбанк», ОАО «Газпромбанк», ЗАО Банк «НФК», ЗАО «Юникредитбанк», ООО «Росбанк Факторинг», ООО «ФакторРус». Члены *IFG* — ООО «ВТБ Факторинг», ЗАО Банк «НФК», ЗАО «Русская факторинговая компания», ОАО «Металлинвестбанк», ООО «Политекс», ООО «ФакторРус». Члены АФК — ЗАО «Национальная Факторинговая Компания», ОАО «Металлинвестбанк», ОАО «Промсвязьбанк», ООО «Росбанк Факторинг», ООО «ФакторРус», ЗАО «Юникредитбанк», ЗАО «КредитЕвропаБанк», ОАО Банк «Петрокоммерц». Членами ВЕФА являются ЗАО «НФК», ЗАО «Фактор-фирма «Энергия», казахстанский банк «Центркредит», украинский банк «БИГ Энергия».

Тип факторинговой компании. Российский рынок факторинга представлен двумя типами игроков — специализированными факторинговыми компаниями и обособленными подразделениями банков. Специализированные факторинговые компании, как правило, предоставляют наиболее качествен-

⁵ Ассоциация факторинговых компаний — Информационный обзор российского рынка факторинга по итогам 2011 г.

венное обслуживание ввиду того, что данная деятельность является их основной деятельностью. Недостаток факторинговых компаний — необходимость заимствования ресурсов, что вынуждает устанавливать лимиты на клиентов в меньших объемах и увеличивать стоимость оказываемых факторинговых услуг на расходы по приобретению ресурсов.

Банки, в свою очередь, способны устанавливать лимиты финансирования, обеспечивающие клиентам рост продаж и предлагать более выгодные тарифы, что дает определенное конкурентное преимущество банкам, развивающим факторинг. Сравнивая банк-фактор и специализированную факторинговую компанию, можно выделить некоторые различия (рис. 3).

Рассмотрим и специфический вид факторинга — реверсивный факторинг. Это финансовый продукт, разработанный специально для покупателей товаров и услуг,

желающих получить или увеличить отсрочку платежа. Он нацелен на финансирование закупок покупателя, но стороной по договору в рамках продукта все равно выступает поставщик. Факторинговая компания заключает партнерское соглашение с покупателем о его согласии направлять своих поставщиков, заключающих договор факторинга, в рамках которого фактор финансирует поставщика, на факторинговое обслуживание. В итоге покупатель получает единого кредитора в лице факторинговой компании, уменьшает затраты, связанные с ведением кредиторской задолженности, а поставщик получает весь комплекс факторинговых услуг и соответствующие выгоды.

Покупатель товаров, работ и услуг может воспользоваться реверсивным факторингом, если ему не удастся договориться с поставщиком об условиях отсрочки платежа в случае, если приобретаемый товар необходим покупателю, но он является товаром,

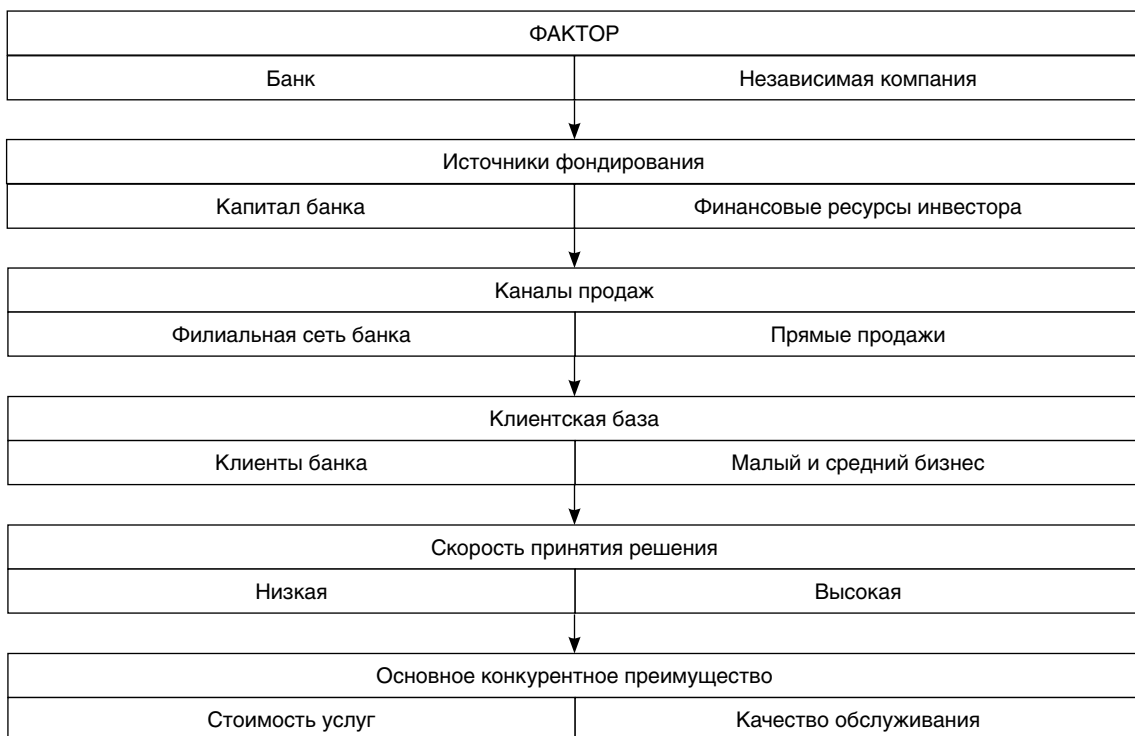


Рис. 3. Различия между фактором-банком и компанией-фактором

спрос на который превышает предложение. Также покупатель ориентируется на политику скидок, которые способен предоставить поставщик. Если компромисс между поставщиком и покупателем недостижим, покупатель может воспользоваться реверсивным факторингом.

Рынок факторинга и конкурентные преимущества его участников

Как было отмечено выше, российский рынок факторинга представлен двумя типами игроков — специализированными факторинговыми компаниями и обособленными подразделениями банков. Каждый из игроков использует определенные конкурентные стратегии.

Прежде всего, необходимо отметить, что на факторинговом рынке преобладают олигополистические настроения, когда есть несколько лидеров, направляющих рынок. По данным 2011 г., доли основных конкурентов — лидеров рынка составили:

- Промсвязьбанк — 22%;
- ВТБ Факторинг — 14%;
- Альфа-банк — 12%;
- Банк Петрокоммерц — 8%;
- ГК НФК — 7%.

На сегодняшний день в российском факторинге существуют около 40 факторов, как крупных, так и мелких, среди которых можно выделить «большую тройку» — Промсвязьбанк, Альфа-банк, ВТБ Факторинг, которые

конкурируют между собой. Рассматривая отрасли, в которых используется факторинг, «большая тройка» поделила между собой лидерство в данных отраслях (табл. 1).

Несмотря на жесткую конкуренцию в данном сегменте финансового рынка, «Промсвязьбанку» удастся удерживать лидерство на рынке факторинга на протяжении нескольких лет. Причина успеха банка, а, следовательно, его конкурентное преимущество, заключается не только в значительном факторинговом портфеле, но и в грамотной системе риск-менеджмента, и профессиональной команде.

Российский рынок факторинга развивается бурными темпами, и, как отмечено выше, оборот рынка в 2011 г. составил 882 млрд руб, а I квартал 2012 г. позволил рынку показать оборот в размере 275 млрд руб. Вход на российский рынок факторинга для новой факторинговой компании не вызывает особых затруднений, к примеру, в 2011 г. в «игру» вступили ФК «Клевер», «Прогресс-Факторинг», «Политекс», Связной Банк и др., но проблема заключается в том, что в отсутствие регулирования цен на факторинговые услуги существует жесткая ценовая конкуренция, что и является барьером входа для потенциальных факторов. К сожалению, основная конкурентная стратегия большинства факторов — это ценовой демпинг, что развивает рынок количественно, но тормозит — качественно.

В 2010 г. многие факторы, в частности, универсальные банки, направляли свою из-

Таблица 1

Лидеры в факторинговых отраслях

Отрасль	Лидер в отрасли
Оптовая торговля	ОАО «Промсвязьбанк»
Обрабатывающие производства	ОАО «Промсвязьбанк»
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	ООО «ВТБ Факторинг»
Оказание услуг	ООО «ВТБ Факторинг»
Строительство	ОАО «Альфа-банк»

быточную ликвидность в активные операции, тем самым снижая ставки по факторинговым операциям. Как известно, универсальные коммерческие банки, помимо услуг факторинга, оказывают широкий спектр банковских услуг, поэтому зачастую клиент не получает должного сервиса со стороны банка, кроме, соответственно, финансирования, т. е. конкурентное преимущество банка в факторинге, в основном, сосредоточено в количестве.

Специализированные факторинговые компании, наоборот, располагая меньшими ресурсами по сравнению с банками, сосредоточены только на факторинге, что позволяет им предоставлять клиентам полный факторинговый сервис, следовательно, конкурентное преимущество специализированной факторинговой компании заключается в качестве.

Банки являются кровеносной системой любой экономики. В данном случае они диктуют условия рынку, поэтому наметилась тенденция количественной конкуренции взамен качественной, в результате чего факторинг потерял свой истинный смысл.

Согласно Конвенции *UNIDROIT* о международном факторинге, принятой в Оттаве 28 мая 1988 г. Международным институтом унификации частного права (*International Institute for the Unification of Private Law*) с целью регулирования факторинговых контрактов и уступки денежного требования, операция считается факторингом в том случае, если она удовлетворяет не менее двум из четырех признаков:

- 1) наличие кредитования в форме предварительной оплаты долговых требований;
- 2) ведение бухгалтерского учета поставщика, прежде всего учета реализации;
- 3) инкассирование его задолженности;
- 4) страхование поставщика от кредитного риска.

В соответствии с вышеупомянутой Конвенцией юридическое лицо будет являться фактором, если оно не оказывает услуги по финансированию клиента, но оказывает

любые 2 услуги из 4 предложенных. В Великобритании, если юридическое лицо оказывает услуги по ведению бухгалтерского учета поставщика, а также, например, страхует поставщика от кредитного риска, то оно является фактором. В отечественной практике вопреки Конвенции такое юридическое лицо не будет выступать в качестве фактора, потому что оно не оказывает услуг по финансированию клиента.

Таким образом, проблема заключается в том, что крупные игроки занимаются ценовым демпингом, не обеспечивая сервис. Рост рынка факторинга базируется не на новых продуктовых решениях, технологиях, а на повышении доступности факторинга за счет ценового демпинга. Также следует добавить, что ценовая конкуренция снизила стоимость факторингового обслуживания почти до стоимости кредитного обслуживания, что также повлияло на рост оборота рынка факторинга. Но если банки и могут себе позволить такую стоимость факторинга, то специализированным факторинговым компаниям невыгодно оказывать качественные услуги по обслуживанию и финансированию долга за такое вознаграждение.

Вторая половина 2011 г. ознаменовалась повышением ставок за счет дефицита ликвидности, и факторинг постепенно движется в сторону качественной конкуренции. Рынок регрессного факторинга работает в условиях ценовой конкуренции. Высокая конкуренция в Москве и Санкт-Петербурге подталкивает к росту безрегрессного факторинга, который находится в плоскости качественной конкуренции, так как при предоставлении данного вида факторинга мало предложить выгодную стоимость клиенту, необходимо также проводить качественный риск-менеджмент (рис. 4).

Таким образом, переход конкуренции в качественное измерение и рост факторинга без регресса, где риски выше, ведут ее в регионы, в которых специализированные факторинговые компании смогут предостав-

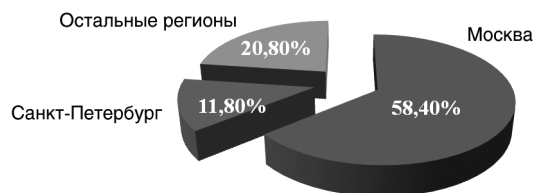


Рис. 4. Доли Москвы и Санкт-Петербурга в структуре сделок в 2011 г.

лять качественный сервис. Выигрывает тот, у кого оптимальное отношение цены к уровню приемлемого риска (рис. 5).

К сожалению, помимо высоких рисков, барьером, который тормозит развитие факторинга за пределами двух столиц, является неполное понимание сущности факторинга в регионах. К тому же российские поставщики не до конца осознают, что факторинг — комплекс финансовых услуг, а не только финансирование. Этим и пользуются крупные игроки, продавая под названием «факторинг» услугу, которая по сути ничем не отличается от краткосрочного кредитования, вследствие чего ставки по факторингу необоснованно занижены.

В условиях рыночных отношений, когда существует постоянная конкуренция между субъектами экономики, важно рассмотреть процессы слияния и поглощения конкурентов. Парадоксально, что за всю историю российского рынка факторинга известен лишь один случай слияния и поглощения — покупка компанией ВТБ в 2008 г. МФК Траст. Возможно, это связано с тем, что факторинг — перспективный финансовый инструмент, который позволяет мелким факторам развиваться и получать приемлемую для них маржу.

Таким образом, основной проблемой рынка факторинга на современном этапе его развития является снижающийся, но все-таки действующий ценовой демпинг со стороны некоторых крупных игроков. В результате возникает ситуация, когда поставщики получают факторинг по ставкам, приближенным к ставкам по кредитам, а то и дешевле, чем кредит.

Факторы используют жесткую ценовую конкуренцию, и качественное обслуживание уходит на второй план, клиентов интересует не качественное, а именно количественное

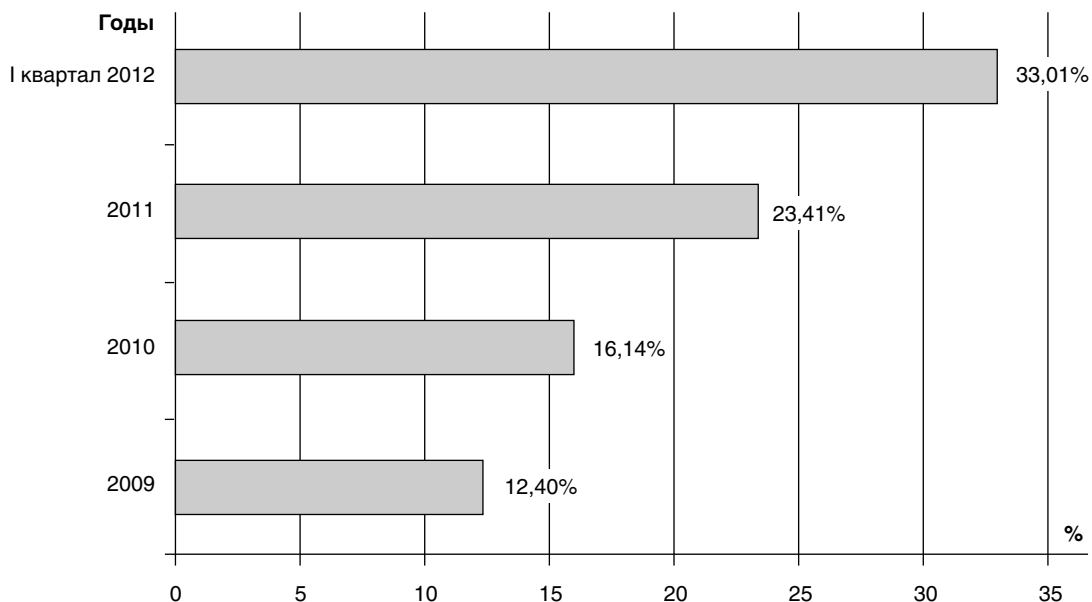


Рис. 5. Динамика факторинга без регресса

обслуживание, т. е. низкая стоимость факторингового вознаграждения.

Факторы осознают, что ценовой демпинг позволяет им завоевывать определенную долю на рынке, но главной целью любого бизнеса является максимизация прибыли, поэтому необходимо получать доходность, а не только долю на рынке.

Нынешняя ситуация с кризисом ликвидности ведет к тому, что ценовой демпинг должен постепенно исчезнуть, и по мере роста объема рынка факторинг претерпевает качественные изменения:

- жесткая ценовая конкуренция спадает;
- продуктовая линейка расширяется;
- сервис становится более качественным;
- идет региональная экспансия факторинга и рост факторинга без регресса, следовательно, повышается грамотность риск-менеджмента;
- запускается электронный факторинг (ЗАО «РФК», ОАО АКБ «Металлинвестбанк, ЗАО «НФК»).

Таким образом, если раньше в конкурентной борьбе выигрывал тот, кто мог предложить более низкие ставки, то сейчас вперед будут вырываться те, кто в борьбе за клиента делает акцент на неценовых факторах роста.

Заключение

В статье рассмотрены актуальные критерии, которые позволяют сделать разумный выбор в пользу того или иного фактора. Исследован российский рынок факторин-

га через призму конкуренции между факторами.

Итак, главная рекомендация для российского рынка — возврат на качественный уровень развития при сохранении определенной некритической доли количественной конкуренции на рынке факторинга.

Таким образом, любой потенциальный клиент, желающий воспользоваться факторингом, принимая решение о выборе факторинговой компании, должен делать основной акцент не на цене факторингового продукта, а на реальных возможностях и опыте фактора, который способен предоставить клиенту качественный комплекс факторинговых услуг.

Список литературы

1. Ассоциация факторинговых компаний — Информационный обзор российского рынка факторинга по итогам 2011 г.
2. Леднев М. В. Управление конкурентоспособностью факторинговой компании // Современная конкуренция. 2010. № 1.
3. Покаместов И. Е., Леднев М. В. Факторинг: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2011. С. 9.
4. URL: <http://www.asfact.ru> — официальный сайт Ассоциации факторинговых компаний.
5. URL: <http://www.factoring.ru> — официальный сайт ЗАО Банк «Национальная Факторинговая Компания».
6. URL: <http://www.raexpert.ru> — официальный сайт рейтингового агентства Эксперт РА.
7. URL: <http://www.unidroit.org> — UNIDROIT Convention on International Factoring (Ottawa, 28 May, 1988).

A. Avagyan, post-graduate student, Moscow state university of economics, statistics and informatics (MESI), Avagyan_90@mail.ru

I. Pokamestov, PhD, docent, Moscow state university of economics, statistics and informatics (MESI), pokamestov@mail.ru

THE COMPETITION ON THE FACTORING MARKET

This article examines the competitive side of the factoring market, reveals the criteria by which potential customers of a factoring company can make a choice in favor of a fiscal agent. The authors discuss the features of the factors behavior in this financial market.

Key words: factoring, competition, dumping.