

УДК 339.658.9

Леднев М. В., преподаватель кафедры Теории и практики конкуренции МФПА,
г. Москва, lednevs@yandex.ru

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ФАКТОРИНГОВОЙ КОМПАНИИ



Стремительный рост российского рынка факторинга в последние годы привел к усилению конкуренции между его участниками. В данной статье рассматривается специфика формирования конкурентных преимуществ факторинговых компаний, составляющих основу их конкурентоспособности. Кроме того, описываются процесс формирования конкурентоспособности факторинговой компании на стадиях разработки, продаж и продвижения факторинговых продуктов и методы управления ее конкурентоспособностью.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, управление конкурентоспособностью, оценка конкурентоспособности, факторинговая компания.

Введение

Одной из существенных особенностей развития факторинга в России, наряду с высокими темпами роста факторингового рынка, объем которого за последние четыре года вырос почти в 4 раза, а среднегодовой темп роста составил порядка 90%¹, является усиление конкуренции. Быстрое развитие рынка и высокая доходность факторинговых операций привлекают сегодня внимание к этому рынку российских и зарубежных финансовых структур. Отмена в 2009 г. лицензирования факторинговой деятельности способствует развитию факторинга в форме специализированных небанковских компаний. Все это привело к усилению конкуренции в сфере факторинга и, как следствие, к повышению

актуальности вопросов оценки и управления конкурентоспособностью факторинговых компаний. Под влиянием конкуренции факторинговые компании расширяют ассортимент предлагаемых продуктов, а многие предпринимательские структуры, представляющие иные сегменты финансового рынка (например, страховые компании, банки, коллекторские агентства и др.), начинают развивать специализированные факторинговые направления для взаимовыгодного сотрудничества с факторинговыми компаниями.

Субъекты российского факторингового предпринимательства, стремясь к поддержанию конкурентоспособности, вынуждены постоянно адаптировать свою стратегию и тактику к изменяющейся конкурентной среде. В наибольшей степени особенности конкурентного поведения субъектов факторингового предпринимательства проявляются через изменение подходов к стратегиче-

¹ По данным «Эксперт РА» за 2005–2008 гг. (<http://www.raexpert.ru>).