

הערכות: שוק הפקטורינג בישראל יגדל השנה במיליארד דולר

כיום השוק מחזיק בנתח של 1%-2% מהאשראי החוץ בנקאי בישראל • בנקים וחברות ביטוח הבינו את הפוטנציאל הרב הגלום בתחום ובקרוב ישתלבו בו כשחקנים פעילים • כניסת גופים מוסדיים לתחום תקפיץ את פעילות המימון החוץ בנקאית



צילום: דניאל פלג

חברות הפקטורינג בדרך כלל גמישות יותר בהשוואה למערכת הבנקאית, ומתאימות "חליפה אישית" לפירמה, בהתאם לצורכי האשראי שלה, לענף שבו היא פועלת ולאיכות הלקוחות שלה. בניגוד למערכת הבנקאית, הן בוחנות את העתיד של הפירמה, לא את ביצועי העבר שלה



יצילום: יח"צ ירון טייטלבוים

והיקף הביקוש לאשראי בקרב חברות נמצא בעלייה מתמדת.

על פי נתוני בנק ישראל, ביוני 2007 הגיע היקף האשראי החוץ בנקאי ל-329 מיליארד שקל, שהם כ-47% מהיקף האשראי לסקטור העסקי. כיום הפקטורינג בישראל מחזיק בנתח של 1%-2% מהאשראי החוץ בנקאי, ומומחים בתחום מעריכים שתוך שלוש עד חמש שנים יגיע שוק הפקטורינג להיקפים המקוים בליים בעולם המערבי - 10%-15% מכלל האשראי העסקי.

תזוזה של הון

לפי הערכות בשוק, ב-2007 תגדל פעילות הפקטורינג בישראל בעוד מיליארד שקל בעקבות כניסת גופים מוסדיים למשחק. הבנקים וחברות הביטוח, המחפשים באופן תמידי רווחים פיננסיים, הבינו את הפוטנציאל הרב הגלום בשוק זה וקורבו ישתלבו בשוק כשחקנים פעילים.

כניסת גופים מוסדיים לשוק הפקטורינג תקפיץ את פעילות המימון החוץ בנקאית, תחזק את השחקנים הפעילים בשוק ותגרום ליותר ויותר חברות להכיר כלי מימון זה ולהשתמש בו בהתאם לצורכיהן. הפוטנציאל העצום בתחום גרם לאחרונה לתזוזה של הון רב לכיוון הפקטורינג, ובכירים מתחום המימון, שיהיו את הפוטנציאל הרב, החלו להקים חברות פקטורינג.

אחד הראשונים שיהיה את התחום היה משה עמית, לשעבר מנהל למנכ"ל בנק הפועלים, שמונה בתחילת 2006 ליו"ר הדיקטוריון של חברת גלובל פקטורינג. את הנהלת החברה לקח על עצמו ירון טיקטון, שהיה מנהל מחלקת אשראי וניהול סיכונים בחברת לאומי קארד. בכיר אחר שהצטרף לאחרונה לתחום הוא אריה עובדיה, שמונה לפני כחודש ליו"ר הדיקטוריון של חברת פנינגסולה.

כלל פיננסים פועלת בתחום הפקטורינג כבר שנים אחדות, ועל פי פרסומים שלה ביצעה עסקאות בתחום בהיקף של מיליארד שקל. החברה נוספת שפעילה בתחום היא פסגות מימון, שהנפיקה מניות ואגרות חוב להמרה שמיועדות למימון בדרך של עסקאות פקטורינג. גם חברת הביטוח הפניקס הקימה פעילות בתחום הפקטורינג, ונמצאת בתחילת דרכה בתחום.

היקפי עסקאות פקטורינג* ב-2006 לפי מדינות				
מדינה	מס' חברות פקטורינג	פקטורינג מקומי	פקטורינג בינ"ל	סה"כ פקטורינג
	צרפת	25	90,190	100,009
	גרמניה	50	52,700	72,000
	אנגליה	100	243,838	248,769
	ארה"ב	108	90,000	96,000
	אוסטרליה	25	27,503	27,573
	סין	15	12,000	14,300
	יפן	13	73,715	74,530
	ישראל	8	250	375

*במיליוני יורו

הפקטורינג רוכשות ביטוח אשראי על לקוחות הפירמה, ובכך מבטיחות לה את התקבול בגין המכירה.

בשל תנאי השוק, פירמות נאלצות למכור את המוצרים שלהן, איכותיים ככל שיהיו, בתנאי אשראי שנים בין 60 ל-120 יום, ולעתים אף יותר מכך. תהליך הייצור של המוצר עולה כסף רב וחלקו הגדול נעשה במוזמן, בעוד הכסף מהלקוחות מגיע לאחר תקופה ארוכה ומומשכת. את הפער הזה הפירמות נדרשות לממן בעצמן, ובמקרים רבים הן פונות למערכת בנקאית שדרושת עבור המימון הון עצמי חיצוני או בטחונות מצד בעלי מניות. דרישות אלה מונעות מהפירמות לצמוח ולמכור יותר.

אחת מתופעות הלוואי של תהליך זה היא הקמת מחלקות אשראי בפירמות, שתפקידן לנהל את היקף האשראי שניתן ללקוחות הפירמה. כפועל יוצא מכך מנכ"לים, סמנכ"לים ומנהלי שיווק וכספים מוצאים עצמם עסוקים רוב זמנם בענייני אשראי במקום בפעילות העיקרית של הפירמה.

שוק של טריליון דולר

הפקטורינג מתאים במיוחד לחברות ועסקים הפועלים בשוק שבו קיים פער בין מועד גביית התשלום מהלקוחות למועד הפירעון, ולענפים שבהם עלויות הייצור או השירות גבוהות, כגון ענפי היבוא. הענפים הבולטים הנעזרים בפקטורינג הם הפלסטיקה, הטקסטיל, הקוסמטיקה, ענפי המתכות והיוזר למיניהם, יבואנים בתחומים שונים, יצרני שיש ואבן ואחרים. כיום מוערך שוק הפקטורינג ב-4 מיליארד שקלים, מתוכם 3 מיליארד מושקעים בחברות יצוא והשאר בשוק המקומי. בעולם, אגב, מוערך השוק במעל טריליון יורו.

בשנת 2006 גדל פי שניים מספרן של חברות הפקטורינג בישראל וגופים פיננסיים מובילי שוק הביעו עניין בתחום. באותה שנה נרשמה גם עלייה של יותר מ-300% במימון העסקאות אצל השחקנים המובילים בתחום הפקטורינג, ועם סיום הרבעון הראשון של 2007 נראה כי העניין בתחום הולך וגובר,

רות, ומשחרר אותה מדאגות מימון המכירות וגביית החובות מהלקוחות.

בלי בטחונות

איך זה עובד בפועל? הפירמה מוכרת מוצר או שירות ללקוח, ולאחר שהחשבון ללקוח יצא, חברת הפקטורינג נותנת לפירמה עד 85% מסכום המוצר או השירות שנמכרו. חברת הפקטורינג רוכשת את החשבונית מהלקוח, וכך הפירמה אינה נדרשת להעמיד הון או בטחונות חיצוניים עבור המימון. הפירמה ממשכה למכור ללקוח שלה בתנאי האשראי הרגילים בשוק, בעוד היא מקבלת במוזמן 85% מעלות המוצר או השירות שנמכר מחברת הפקטורינג. את ה-15% הנותרים תקבל הפירמה מחברת הפקטורינג כאשר האח"רונה תקבל את מלוא התשלום מהלקוח. פעילות הפקטורינג כוללת גם ביטוח אשראי: חברות

כניסת גופים מוסדיים לשוק הפקטורינג תקפיץ את פעילות המימון החוץ בנקאית, תחזק את השחקנים הפעילים בשוק ותגרום ליותר ויותר חברות להכיר כלי מימון זה ולהשתמש בו בהתאם לצורכיהן

בישראל צופים כי בשנת 2007 יגדל שוק הפקטורינג בעוד מיליארד שקל בעקבות כניסת גופים מוסדיים למשחק. הבנקים וחברות הביטוח, המחפשים באופן תמידי רווחים פיננסיים, הבינו את הפוטנציאל הרב הגלום בשוק זה ובקרב ישתלבו בשוק כשחקנים פעילים

בשנת 2006 גדל פי שניים מספרן של חברות הפקטורינג בישראל וגופים פיננסיים מובילי שוק הביעו עניין בתחום. עם סיום הרבעון הראשון של 2007 נראה כי העניין בתחום הולך וגובר, והיקף הביקוש לאשראי בקרב חברות נמצא בעלייה מתמדת

מאת איתן כהן

בשבוע שעבר פורסם כי תשלובת כרטיסי האשראי הגדולה בישראל, ישראלכרט, מתעתדת להיכנס לפעילות בתחום הפקטורינג. ישראלכרט, מקבוצת בנק פועלים, חתמה על הסכם עקרונות לרכישת השליטה (51%) בחברת גלובל פקטורינג, מהמובילות והחלוצות בתחום הפקטורינג בארץ. אתמול פורסם כי קבוצת COFACE הבין-לאומית, המחזיקה בחברת המידע העסקי שיווקי BDI, מתכוונת להעמיק את פעילותה בישראל ולהקים חברת פקטורינג מתחרה. והתחרות בשוק הפקטורינג בישראל מתחילה לתפוס תאוצה.

או מהו בעצם תחום הפקטורינג? הפקטורינג הוא פתרון בנקאי מוכר בארץ ובעולם הניתן על ידי חברה חוץ בנקאית, מתאים לחברות עתירות מימון בתהליך הייצור ומבוסס על שלושה מרכיבים: מימון, ביטוח אשראי חייבים וגבייה.

חברת הפקטורינג רוכשת את החובות הפתוחים של העסק ומעניקה לו מקדמה במוזמן על חשבון תשלום עתידי שישלם החייב, תוך הבטיחת התמורה (ביטוח אשראי) והתחייבותה של חברת הפקטורינג לגבות את החוב הפתוח. העסק מחויב בתשלום עמלה וריבית בגין השימוש בכסף שניתן כמקדמה.

לפקטורינג כמה יתרונות: חברות הפקטורינג בדרך כלל גמישות הרבה יותר בהשוואה למערכת הבנקאית, ומתאימות "חליפה אישית" לפירמה, בהתאם לצורכי האשראי שלה, לענף שבו היא פועלת ולאיכות הלקוחות שלה.

חברות הפקטורינג, בניגוד למערכת הבנקאית, בוחנות את העתיד של הפירמה (מכירות, איכות המוצר והלקוחות הרוכשים את המוצר) ולא את ביצועי העבר שלה. הפקטורינג מאפיין שר לפירמה להפנות את משאביה ואת התשומות הניהוליות שלה לשיפור המוצר ולהגברת המכירה.