

Лизинг автотранспорта: динамика рынка

В. П. ДОБРОВОЛЬСКИЙ, директор по развитию бизнеса Государственной транспортной лизинговой компании



Современный российский рынок лизинга автотранспорта отличается достаточно быстрыми темпами развития, высокой конкуренцией и появлением новых продуктов, которые активно продвигают лизинговые компании.

Популярность, которую приобрел лизинг автомобилей в настоящее время, объясняется целым рядом его преимуществ.

В частности, этот способ приобретения транспортных средств дает возможность распределения оплаты по времени. Важным стимулирующим фактором становится здесь и то, что лизинг позволяет экономить на налоге на прибыль и налоге на имущество. Кроме того, для получения автомобиля в лизинг в большинстве случаев не требуется дополнительного залога и обеспечения (так как предмет лизинга на протяжении всего срока лизинга находится в собственности лизингодателя). В отличие от банка лизинговая компания более лояльно подходит и к финансовым показателям деятельности заемщика. Таким образом, лизинг автотранспорта для корпоративных клиентов чаще всего оказывается выгоднее, чем кредит на приобретение автомобилей.

Помимо основной услуги — передачи автомобиля в лизинг — лизингодатели предлагают своим клиентам ряд дополнительных услуг (например, услуги, связанные с выкупом автомобиля в конце срока лизинга, прохождением техосмотра и замены резины, ведением учета по приобретаемым транспортным средствам).

Для поставщиков и производителей автотранспорта лизинг является важным каналом сбыта. С помощью лизинга поставщик может существенно расширить свою клиентскую базу за счет предприятий, которые не имеют возможности выделять значительные финансовые ресурсы на покупку автотранспорта. Лизингодатели, в свою очередь, стараются установить партнерские отношения с крупнейшими производителями автомобильной техники, чтобы увеличить количество продаж техники.

Что касается самих лизинговых компаний, то для них лизинг автотранспорта является одним из наиболее привле-

кательных направлений бизнеса. Автомобиль, с точки зрения лизингодателя, очень качественное и ликвидное обеспечение. Право собственности на переданный в лизинг автомобиль вместе с авансом, полученным от лизингополучателя, практически полностью страхуют лизинговую компанию от возможных неплатежей. Вторичный рынок автомобилей высоко развит, что, в случае неплатежей лизингополучателя, позволяет лизингодателю возместить свои убытки путем продажи подержанного автомобиля. Следовательно, у лизинговой компании нет необходимости в углубленной оценке надежности лизингополучателей или в дополнительном обеспечении. Это позволяет лизингодателям привлекать широкий круг клиентов и быстро их обслуживать. В настоящее время лизинговые компании готовы рассмотреть практически любые заявки на приобретение автотранспорта: будь то представительский автомобиль для руководителя или «рабочая лошадка» для менеджера или курьера, большегрузный грузовой автомобиль или небольшая газель, автомобиль отечественный или импортный, новый или бывший в эксплуатации, автобус или спецтранспорт и т. д.

При этом нельзя не отметить, что в некоторых сегментах работа для большинства лизинговых компаний является довольно рискованной: таковы коммунальное и дорожное хозяйства, а также пассажирский транспорт.

Дорожно-эксплуатационные и коммунальные предприятия в большинстве своем являются предприятиями малого, иногда среднего бизнеса с неустойчивым финансовым положением и высокой зависимостью от государственных и муниципальных контрактов и государственных дотаций. Помимо этого значительная их часть — предприятия с государственным участием. Эти факторы являются определяющими для коммерческих лизинговых компаний, которые предпочитают

минимизировать собственные риски и отказываются от работы с такого рода клиентами. Для частных компаний основным приоритетом является получение быстрой прибыли с наименьшими рисками. Именно поэтому доля лизинга, несмотря на его востребованность, в этом сегменте очень низка. На сегодняшний день услуги для предприятий этого вида предлагает фактически один игрок на рынке — Государственная транспортная лизинговая компания.

Транспортные пассажирские предприятия, не являющиеся крупными перевозчиками, также сталкиваются с постоянной проблемой недофинансирования и могут нести значительные риски для большинства лизинговых компаний.

Лидеры рынка

По объему лизинговых сделок с автотранспортом в числе лидеров рейтинга выделяются несколько основных групп компаний.

Прежде всего это универсальные лизинговые компании, наиболее крупные из которых являются государственными: «Сбербанк-лизинг», «ВТБ-лизинг», «ВЭБ-Лизинг», ГТЛК. Государственный лизинг чрезвычайно востребован для решения проблемы обновления технического парка. Например, лизинг техники через ГТЛК обеспечил 50% плановой потребности в технике дорожно-эксплуатационных предприятий федерального значения.

Кроме того, среди лидеров рынка лизинга автотранспорта выделяются коммерческие компании, которые активно работают в основном в рознице сегмента легкового автотранспорта, а также лизинговые компании, созданные при производителях транспортных средств (кэптивны лизинговые компании), хотя в последнее время их доля на рынке лизинга автотранспорта заметно снижается.

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», рынок лизинга в 2010 г. стремительно развивался. Прирост новых сделок за год продемонстрировал предкризисную динамику, сопоставимую с ситуацией в 2007 г.: сумма контрактов выросла в 2,3 раза по сравнению с 2009 г. Объем нового бизнеса в 2010 г.

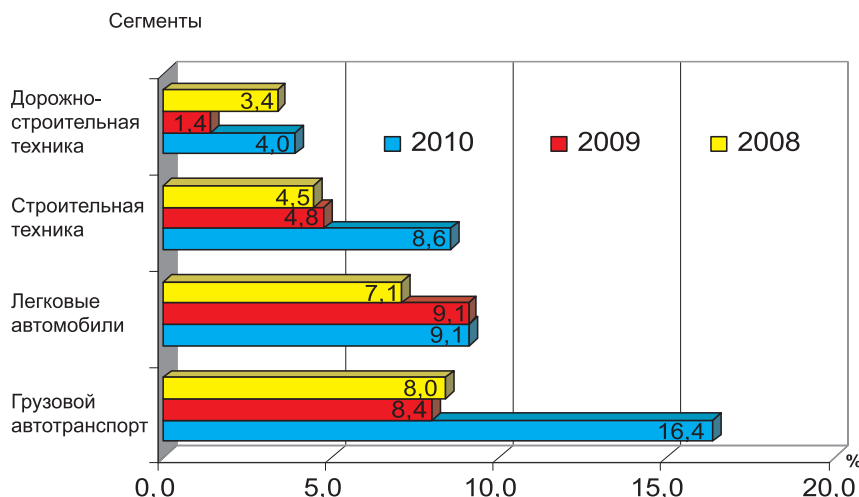


Рис. 1. Динамика сегментов рынка лизинга автомобильного транспорта. Источник: «Эксперт РА»

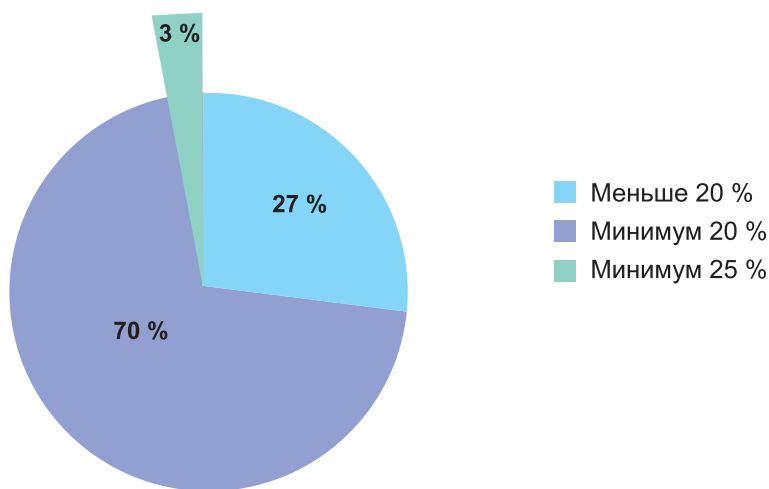


Рис. 2. Минимальный аванс, запрашиваемый лизинговыми компаниями в сфере лизинга автотранспорта. Источник: исследование компании «Новые маркетинговые решения»

составил 725 млрд руб., совокупный лизинговый портфель на 1 января 2011 г. увеличился до 1180 млрд руб.

Сегментом-лидером по объему заключенных сделок в 2010 г. осталась железнодорожная техника (39,1%). Второе место принадлежит авиатехнике, доля которой за год сократилась с 15,3 до 10,5%. Доля сегментов грузового и легкового автотранспорта составила 8,4 и 7,1% соответственно. Что касается лизинга автомобильного транспорта, то здесь объемы сделок за 2010 г. тоже выросли, но еще далеки от докризисных показателей 2008 г. (рис. 1).

По данным Российской ассоциации лизинговых компаний (<http://www.rosleasing.ru>), объем лизинга автотранспорта за 2010 г. достиг 82,58 млрд руб. Число контрактов росло чуть более медленными темпами. Всего было заключено 36,8 тыс. сделок. За счет увеличения доли бизнеса, приходящегося на более дорогие грузовой транспорт и автобусы, средняя стоимость сделки выросла до

2,24 млн руб. В целом заметно увеличение доли грузовых автомобилей в совокупном бизнесе: в истекшем году на него пришлось 46,7% от общего числа операций, тогда как годом ранее его доля незначительно превышала отметку в 30%.

Несмотря на принятые изменения в налоговом законодательстве, отменившие ускоренную амортизацию для 1–3-й групп, лизинг легковых автомобилей увеличился вдвое, сумма сделок возросла до 35,03 млрд руб. Сумма контрактов на покупку пассажирского автотранспорта также двукратно выросла и достигла 5,03 млрд руб.

Сегменты лизинга спецавтотранспорта и тягачей не демонстрировали какой-либо резкой динамики. Значительно сократился объем сделок с прицепами и полуприцепами.

В целом, благодаря преимуществам автотранспорта как объекта лизинга, этот сегмент рынка характеризуется наиболее высокой конкуренцией. Впрочем, следует заметить, что каждый

вид лизинга автотранспорта обладает своей спецификой, поэтому лизинговые компании часто концентрируются на наиболее приоритетном для себя направлении. Например, Государственная транспортная лизинговая компания является лидером в сегменте лизинга техники для строительства, ремонта и содержания дорог.

Направления конкуренции

Высокая конкуренция в сегменте лизинга автотранспорта приводит к тому, что уровень ставок по финансированию, предлагаемому лизинговыми компаниями, находится практически на одинаковом уровне. Конкурентная борьба смещается в другие сферы.

Одним из самых важных параметров, влияющих на выбор клиентом той или иной лизинговой компании, является размер аванса. Наиболее распространенный размер аванса, который лизинговые компании готовы предложить клиенту по автолизингу, — 20%. На таких условиях работает 21 из 30 опрошенных лизинговых компаний. В 8 компаниях готовы предложить аванс меньше 20%, что обусловлено их стабильным финансовым состоянием. Есть отдельные компании, которые могут предложить совсем низкий размер аванса. Например, в Государственной транспортной лизинговой компании существуют программы с безавансовым приобретением дорожной техники отечественного производства.

Что касается срока лизинга, то он колеблется в среднем от 2 до 5 лет. По итогам опроса 30 лизинговых компаний, лизингодателей, готовых предоставлять автомобили в лизинг на срок до 5 лет, оказалось большинство (12 компаний из 30). При этом представители многих компаний особо акцентировали внимание на своем финансовом состоянии, которое позволяет решать многие вопросы в пользу клиента. Семь компаний сообщили о готовности давать автотранспорт в лизинг на срок до 4 лет, 3-летний автолизинг предлагают клиенту 10 компаний — участников опроса. Это стандартный срок, по поводу которого не требуется особых комментариев (*bus.3*).

Еще одно направление конкурентной борьбы в автолизинге — это движение в регионы. Лидеры рейтинга по автолизингу обладают наиболее обширными филиальными сетями. Присутствие компании в регионе увеличивает скорость заключения сделки, а рост количества сделок способствует снижению их стоимости для лизингополучателя.

Наконец, нельзя не отметить такую сферу конкурентной борьбы между

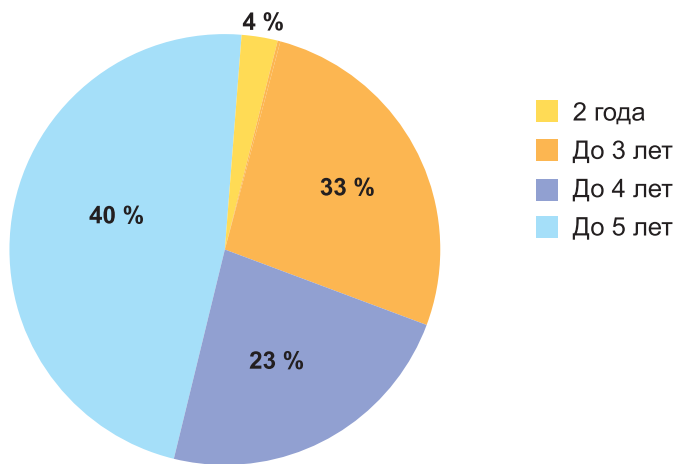


Рис. 3. Максимальный срок лизинга автотранспорта. Источник: исследование компании «Новые маркетинговые решения»

операторами автолизинга, как развитие новых лизинговых продуктов. Остановимся на ней более подробно.

Оперативный лизинг

Суть оперативного лизинга состоит в том, что оборудование или транспорт передается лизингополучателю на срок, который существенно меньше срока амортизации оборудования. По мнению лизингодателей, наиболее привлекательным для клиентов в этом лизинговом продукте является возможность регулярно обновлять фонды, не заботясь о продаже устаревшего транспорта на вторичном рынке. В перспективе важное преимущество операционного лизинга состоит в том, что он способствует формированию обширного и ликвидного вторичного рынка оборудования и транспорта. Это повышает эффективность финансового лизинга, поскольку в случае изъятия техники у неплатежеспособного лизингополучателя лизингодателю легче продать эту технику на вторичном рынке или передать ее в операционный лизинг и таким образом покрыть убытки.

Лизинг с полным набором услуг

Обычно оперативный лизинг сочетается с другим продуктом — лизингом с полным набором услуг (full-service leasing). Впрочем, этот вид лизинга может быть связан также с финансовым лизингом. Данный вид лизинговой сделки популярен в развитых странах, однако сейчас он уже предлагается и многими российскими операторами автолизинга.

Лизинг с полным набором услуг предполагает, что лизинговая компания помимо своей основной функции — приобретения транспорта и передачи его лизингополучателю — берет на себя еще ряд задач:

- уплату всех налогов;

- страхование и техническое обслуживание автомобиля;
- подбор автомобиля исходя из производственных задач покупателя, планирование структуры и порядка обновления автопарка клиента;
- постановку (снятие) транспортных средств на учет в органах ГИБДД и проведение государственного технического осмотра;
- прохождение технического обслуживания согласно программам производителей;
- ремонт транспортных средств и др.

Лизинг для индивидуальных предпринимателей

По данным исследования компании «Новые маркетинговые решения», в области лизинга автотранспорта сложилась ситуация, довольно благоприятная для индивидуальных предпринимателей: 78 % лизинговых компаний готовы финансировать их лизинг. Однако при этом лизинговые брокеры отмечают, что в некоторых компаниях формально рассматривают обращения индивидуальных предпринимателей, но почти никогда не финансируют, требуя дополнительные поручительства от более крупных участников рынка.

Несмотря на то, что финансировать индивидуальных предпринимателей для приобретения оборудования готовы далеко не все лизинговые компании, у тех все равно остается возможность получить автомобиль в лизинг. Как показал опрос, только 7 из 30 компаний не рассматривают ИП как клиентов в принципе.

Высока доля малого и среднего бизнеса, в том числе и индивидуальных предпринимателей, среди лизингополучателей ГТЛК: 83 % дорожных предприятий, клиентов компании по специальным программам лизинга относятся к сфере малого бизнеса.

Экспресс-лизинг

Особый интерес в сфере автолизинга представляют экспресс-продукты. Как правило, это возможность взять автомобиль в лизинг по ускоренным срокам с минимальным набором документов. По итогам опроса, 12 из 30 лизинговых компаний однозначно отвергают вероятность предоставления услуги экспресс-лизинга для новых клиентов. В таких компаниях подчеркивают, что все новые клиенты проходят стандартную процедуру рассмотрения, и максимум, на что готов пойти лизингодатель, — это ознакомление клиента с предварительным решением после просмотра отчетности.

Проанализировав программы экспресс-лизинга, предлагаемые различными лизинговыми компаниями, можно выделить следующие общие черты этих продуктов:

- срок рассмотрения — 3–4 дня;
- минимальный пакет документов, которые не требуют нотариального заверения;
- упрощенный финансовый анализ клиента.

Лизинг БОФС

и лизинг для физических лиц

Близок по своей сути к экспресс-лизингу такой продукт, как лизинг «без оценки финансового состояния» (БОФС). В большинстве случаев это название является скорее рекламным, т.е. финансовое состояние потенциального клиента все-таки оценивается, только по меньшему пакету документов. При этом в сегменте автолизинга есть несколько компаний, которые действительно уделяют внимание прежде всего ликвидности имущества и готовы финансировать любых заемщиков, даже физических лиц. Такие услуги предлагают компании «Свое дело», «Элемент Лизинг», «Столичный лизинг».

Подобный вид финансирования считается довольно рискованным для лизингодателей, так как наибольшей угрозой является риск неплатежа, риск нарушения платежной дисциплины лизингополучателем. Также большие риски несут поставщики техники, поскольку обычно при совершении лизинговых сделок подразумевается, что часть стоимости транспортного средства лизингополучатель оплачивает самостоятельно из собственных средств, путем выплаты лизингодателю согласованного ранее аванса.

Под лизингом для физических лиц в российском законодательстве подразумевается аренда с правом последующе-



го выкупа. Однако по своей сути данная сделка весьма близка к тому, что понимается под лизингом в мировой практике. В России лизинг для физических лиц не распространен, так как налоговые льготы доступны только юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, т. е. в данном случае с экономической точки зрения лизинг уже не является выгодным вариантом финансирования собственного бизнеса и теряет свои главные конкурентные преимущества относительно банковского кредитования.

Этот продукт интересен прежде всего предпринимателям, работающим без образования юридического лица. Общеизвестно, что компании малого бизнеса, особенно в регионах, часто вообще не ведут отчетности и не платят налоги. Поэтому для таких предприятий не очень интересны налоговые преимущества финансового лизинга. Более того, финансовый лизинг может быть для них даже обременительным вследствие необходимости учета предмета лизинга и лизинговых платежей.

Как и при финансовом лизинге, лизинг для физических лиц обеспечивает более высокую надежность сделки с точки зрения инвестора, поскольку предмет остается в его собственности до окончания срока сделки. Это обуславливает менее строгие требования к кредитоспособности клиентов и к обеспечению сделки.

Несмотря на непрозрачность предприятий малого бизнеса, именно они, по мнению большинства лизингодателей, являются наиболее добросовестными заемщиками. Это объясняется тем, что часто для малого бизнеса предмет лизинга,

(например грузовой автомобиль) является основным источником дохода. Поэтому заемщик готов во многом ограничить свои расходы ради погашения очередного лизингового платежа.

Мотивационный лизинг

Мотивационный лизинг — это разновидность лизинга автотранспорта, которая пока слабо освоена на российском рынке, но весьма перспективна. Суть ее в том, что предприятие берет автомобиль в лизинг для личных нужд своих сотрудников и зачитывает лизинговые платежи в счет зарплаты этих сотрудников. Такая процедура позволяет получить как традиционную при лизинге экономию на налоге на прибыль и на НДС, так и экономию на зарплатных налогах сотрудников. Последнее особенно актуально с учетом последнего повышения ЕСН до 34%. По оценкам экспертов, суммарная экономия на налогах может составить до 35% от цены автомобиля, поэтому сотрудникам, получающим белую зарплату и желающим приобрести автомобиль, мы бы порекомендовали договариваться со своими работодателями об организации данной процедуры.

Критерии выбора

На сегодняшний день рынок лизинга автотранспорта характеризуется развитостью и высоким уровнем конкуренции. Следовательно, при выборе лизинговой компании необходимо сравнить несколько показателей различных участников рынка:

- величину среднегодового удорожания и процентных ставок;
- стоимость лизингового имущества (предмета лизинга);

- выкупную стоимость (если есть обязательство выкупа);
- срок договора;
- наличие услуг страхования, их стоимость, условия и наименования страховых контрагентов;
- наличие услуг по регистрации транспортного средства, прохождению его технического обеспечения, снятия с учета;
- наличие дополнительных услуг, включенных в договор, и их объем;
- наличие и размер авансового платежа, график самих платежей (равные платежи или лизинговые платежи, размер которых меняется).

Не менее важен и выбор самой лизинговой компании: она должна иметь устойчивые позиции на рынке, иметь положительную репутацию и быть надежной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грузовые и пассажирские перевозки в 2010 г. Исследование рынка. Маркетинговое агентство Discovery Research Group, 2011.
2. Состояние и тенденции российского рынка лизинга в 2010 г. Российская ассоциация лизинговых компаний, 2011.
3. Российский рынок лизинга в 2010 году. Рейтинговое агентство «Эксперт РА», 2011.
4. Кашкин В. В., Цыпкина М. С. Лизинг автотранспорта в 2007 году: новые тенденции и продукты // Энциклопедия: «Экспертиза рынка лизинга». — М., 2008.
5. Маркетинг и региональное развитие лизинговой компании. Практическое пособие. — М.: БДЦ «Пресс», 2009.
6. Кашкин В. В. Что произошло на рынке лизинга за последний год? // Финансовый директор. — 2011. — № 4.