

УДК 339.97, 338.48, 336.648, 65.011, 65.017

ЛИЗИНГ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ И СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ АВТОМОБИЛЕЙ НА РЫНКЕ*

Ю.В. Бочков, В.Е. Бочков, Д.Л. Щеголев



**Бочков
Валерий
Евгеньевич**

Кандидат технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, менеджмент качества и инвестиций» Института дистанционного образования МГИУ, директор Высшей школы бизнес-образования и лизинга МГИУ. Область научных интересов: современный инвестиционный инструментарий и инновационные образовательные технологии для обеспечения качества деятельности по развитию реального сектора экономики и формирования основ экономики знаний. Автор более 300 научных трудов, в том числе 4 монографий, а также 15 учебников и учебных пособий.



**Бочков
Юрий
Валерьевич**

Магистрант программы МВА Университета Лойола Маримоунт, США, Калифорния, Лос-Анджелес. Специализируется в области инвестиционной деятельности, инвестиционных фондов и менеджмента инвестиционных рисков. Автор более 10 научных статей.



**Щеголев
Даниил
Львович**

Аспирант кафедры «Экономика, менеджмент качества и инвестиций» Института дистанционного образования МГИУ. Специализируется в области лизинга на рынке автотранспортных средств.

Введение

Современные процессы глобализации экономики сопровождаются развитием новых финансовых инструментов, которые обеспечивают финансирование инвестиций в развитие производственных мощностей отрасли и часто используются как способ продвижения продукции на новых рынках. Российский рынок лизинговых услуг является одним из таких достаточ-

*Статья является продолжением публикации материалов аналитического исследования проблемы инвестирования в автомобилестроение с использованием лизингового инструментария, а также использования его для продвижения автомобилей на развивающихся рынках, см. «Машиностроение и образование». 2007. № 3.

но новых финансовых инструментов. Российский лизинг довольно быстро интегрировался в мировую финансовую систему благодаря деятельности ведущих российских лизинговых компаний, которые удачно адаптировали к условиям российской экономики опыт стран с развитыми лизинговыми отношениями. Приводимые примеры из практики автомобильной промышленности и рынков автомобилей, на которых ведущим финансовым инструментом обеспечения инвестиций в развитие отрасли и продвижения продукции становится лизинг, наглядно иллюстрируют современные тенденции.

Инвестиционная лизинговая деятельность в российской экономике

Существует целый ряд преимуществ, которые делают лизинг привлекательным для всех участников сделки.

1. Инвестирование в форме имущества в отличие от денежного кредита снижает риск невозвратности средств, так как за лизингодателем сохраняется право собственности на переданное имущество, которое, в отличие от денег, выступает в качестве залога.

2. Лизинг до ввода оборудования в эксплуатацию не требует немедленного начала платежей, что позволяет без значительных единовременных финансовых вложений обновлять производственные фонды, приобретая дорогостоящее имущество.

3. Предприятию проще получить имущество по лизингу, чем кредит на его приобретение, так как лизинговое имущество частично выступает в качестве залога.

4. Лизинговое соглашение более гибко, чем ссуда, так как предоставляет возможность обеим сторонам выработать удобную схему выплат. По взаимной договоренности сторон лизинговые платежи могут осуществляться после получения выручки от реализации товаров, произведенных на взятом в лизинг оборудовании. Ставки платежей могут быть фиксированными и плавающими.

5. Лизинговое имущество не числится у

лизингополучателя на его балансе, что не увеличивает его активы и освобождает от уплаты налога на это имущество.

6. Лизинговые платежи относятся на себестоимость продукции лизингополучателя и соответственно снижают налогооблагаемую прибыль.

7. Наличие амортизационных и налоговых льгот для лизингодателя, которыми он может "поделиться" с лизингополучателем путем уменьшения размера лизинговых платежей.

8. Производитель имущества получает дополнительные возможности сбыта своей продукции.

Однако следует отметить ряд недостатков, присущих лизингу. В частности, на лизингодателя ложатся риски морального старения имущества и неполучения лизинговых платежей, а для лизингополучателя при определенных значениях ставки рефинансирования стоимость лизинговой сделки может оказаться несколько больше, чем цена покупки оборудования за счет собственных средств или с использованием банковского кредита.

Несмотря на вышесказанное, преимуществ у лизинга все же намного больше, чем недостатков, а исторический опыт развития лизинга во многих странах подтверждает его важную роль в обновлении производства, расширении сбыта продукции и активизации инвестиционной деятельности [1]. Особенно привлекательным лизинг становится с введением налоговых и амортизационных льгот.

Основные причины, которые сдерживают развитие инвестиционной деятельности с использованием лизинговых отношений, следующие.

- Финансовая слабость лизинговых компаний, которые во многом зависят от банков-учредителей. Последние очень часто используют лизинговые компании как одну из форм кредитования предприятий. Это сказывается на проведении лизинговой компанией самостоятельной стратегии развития и большой зависимости от своих учредителей. При ухудшении

финансового положения банка лизинговую компанию сразу же начинает лихорадить.

- Высокая стоимость кредитных ресурсов.
- Жесткие требования по обеспечению лизинговой сделки, когда помимо залога предмета лизинга требуется дополнительное ликвидное обеспечение и/или поручительство третьих лиц. В связи с чем одно из важных преимуществ лизинга, при котором объект лизинга выступает в качестве обеспечения сделки, не реализуется, что практически исключает из числа потребителей лизинговых услуг малый бизнес.
- Отсутствие вторичного рынка объектов лизинга.
- Не вполне благоприятные условия налогового, таможенного и валютного законодательства.
- Недостаточная квалификация и компетентность специалистов.

Несмотря на это, лизинговая деятельность является перспективным видом бизнеса, особенно в автомобилестроении и на рынке автомобилей, что связано со следующими обстоятельствами.

1. Мировой опыт показывает, что на долю лизинга в новых инвестициях в оборудование приходится 15–20%, а в некоторых странах, как США, Великобритания, Ирландия – более 30% [1].

2. Лизинг является одним из основных источников активизации инвестиционной деятельности, что так важно для российской экономики.

3. Разработан и утвержден ряд законодательных и нормативных актов, регулирующих лизинговую деятельность, по мере возможности создаются благоприятные условия для его развития. Принят Федеральный закон № 164-ФЗ от 29.10.1998 г. "О финансовой аренде (лизинге)" и гл. 25 Налогового Кодекса РФ.

4. Переориентация банков с рынка ценных бумаг на инвестиции в производство, в ходе которой лизинг является более привлекательным финансовым механизмом, чем кредит, так как используется исключительно для покупки основных средств, выступающих в качестве обеспечения сделки.

5. Существование значительного потенци-

ального спроса на лизинговые услуги, связанного с потребностью предприятий в обновлении основных фондов и возможностью осуществить их без ощутимых первоначальных затрат.

6. Автомобили, по мнению практиков лизингового бизнеса, представляют собой идеальные объекты для развития этого вида бизнеса в национальной системе хозяйствования по характеристикам ликвидности, динамики спроса со стороны потребителей и развитости системы страхового обеспечения сделок.

Российский лизинговый бизнес динамично развивается, накапливает опыт и готовится внести свой вклад в активизацию инвестиционной деятельности в национальной экономике.

Благополучными для российского лизинга были 1996, 1997 и начало 1998 г. Российские и зарубежные банки, крупные производители машин, оборудования и производители автомобилей всерьез обратили свое внимание на известный во всем мире высокоэффективный финансовый инструмент инвестирования – лизинг. Этот период отличался образованием большого количества лизинговых компаний, организацией (по инициативе ряда крупнейших российских вузов при поддержке Минобробразования России) и началом работы Высшей школы бизнес-образования и лизинга ГОУ МГИУ. Стали появляться даже лизинговые холдинги. Годовой объем стоимости заключенных лизинговых договоров достиг 1 млрд долл. Еще большие суммы фигурировали в лизинговых проектах, находившихся на стадии разработки. По результатам первой половины 1998 г. в ряде ведущих лизинговых компаний были превышены объемы предоставляемых ими услуг за предыдущий год в целом, т. е. наблюдался почти двукратный рост рынка лизинговых услуг.

Для отечественных лизингодателей открылся доступ к относительно недорогим кредитным ресурсам, к товарным кредитам. На российском рынке стали применяться различные виды лизинга – финансовый, оперативный, возвратный, компенсационный, раздельный. Появились разнообразные схемы финансирования и предоставления гарантий участникам

лизинговых операций. Со стабильной периодичностью стали проводиться конференции, посвященные развитию российского лизинга, возникли ассоциации лизинговых компаний и конфедерация «СНГЛизинг». Резко возросло количество публикаций, лизинг стал модной темой для дипломных и диссертационных исследований.

Количество компаний, получивших лицензии на право осуществления лизинговой деятельности, превысило 700. Правда, далеко не все из них успели стать весомыми лизингодателями. Однако намерение заняться лизинговым бизнесом они обозначили.

Но начавшийся в 1998 г. финансовый кризис не мог не повлиять на лизинговый бизнес. Часть действующих лизинговых компаний замерла в ожидании прояснения ситуации. Многие крупные зарубежные и российские банки и товаропроизводители, которые решили создать лизинговые компании, взяли тайм-аут.

Несмотря на ряд трудностей в настоящее время отмечается значительная активизация лизинговых компаний. Новейшая история российского лизинга, как одного из наиболее прогрессивных способов обновления основных фондов предприятий, началась с января 2002 г. В первую очередь это связано с относительной стабилизацией российской экономики, началом роста промышленного производства и изменениями в законодательных актах, регулирующих лизинговую деятельность на территории Российской Федерации.

В настоящее время в России лизинг получил максимально возможные льготы для своего развития в связи с тем, что:

1) вступившая в силу Часть 2 НК РФ подтверждает возможность ускоренной амортизации лизингового имущества, лишая предприятия возможности относить инвестиционные затраты на себестоимость своей продукции, оставляя данную возможность только за плательщиками по лизинговым договорам;

2) принят Федеральный закон № 10-ФЗ от 29 января 2002 г. «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон “О лизинге”»;

поправки к закону носят конструктивный характер и обеспечивают значительную либерализацию закона;

3) отменен запрет на совмещение обязательств по договору лизинга, что дает новый толчок для развития финансового лизинга в нашей стране, тем самым все схемы функционирования финансового лизинга имеют право законного существования; теперь субъекты лизинговой сделки вправе выбрать наиболее привлекательную для них схему работы.

В 2005 и 2006 гг. лизинговый рынок продемонстрировал начало впечатляющих и, можно сказать, даже неожиданных темпов роста. Как правило, чем больше становится объем рынка, тем меньший прирост наблюдается в процентном выражении. Практика же приводит к выводу, что ежегодные темпы прироста рынка лизинга (более 50%) в течение послекризисных лет были лишь разминкой и что настоящий рост только начинается. Проведенное в январе-марте 2006 г. очередное обследование 135 лизинговых компаний [2] позволило определить объемы нового лизингового бизнеса (стоимость заключенных в течение года договоров лизинга, по которым началось финансирование) в целом по стране и по регионам Российской Федерации. Этот показатель в 2004 г. составлял 6,75 млрд долл.; прирост по сравнению с предыдущим 2003 г. составил более 85%. Темпы роста в 2005 г. сократились, но, тем не менее, объемы лизингового бизнеса в стране превысили 8,5 млрд долл. Оценка 2005 г. строилась на основе данных по 135 лизингодателям, которые работали на российском рынке лизинговых услуг и объемы нового бизнеса которых составили 7,375 млрд долл. Кроме того, учитывалась информация Госкомстата России об объемах международных лизинговых сделок по 2005 г. в размере 143 млн долл. При проведении оценки эксперты исходили из того, что это минимальная сумма при операциях международного импортного лизинга в Россию.

По прогнозам экспертов в 2006 г. должна была начаться новая фаза развития и роста рынка лизинговых услуг, что и произошло. Тем-

пы прироста объемов профинансированных средств в 2005 г. впервые превысили темпы прироста объемов полученных лизинговых платежей. Более того, рост по абсолютному значению составил в 160%: 3,9 млрд долл. в 2006 г. по сравнению с 2,4 млрд в 2005 г. В 2006 г. темпы прироста лизинговых платежей и профинансированных средств увеличились по сравнению с 2005 г. почти вдвое (прирост – 78% и 90% соответственно).

Очевидно, что на 2007 г. придется максимум новых сделок за всю историю российского рынка лизинга. Первый этап наращивания портфеля, начавшийся после дефолта на фоне роста экономики и увеличения инвестиций в основной капитал, закончился. Сделки, заключенные в 1999–2001 гг., за редким исключением завершены, и началась новая волна лизинговых сделок, отдача от которых будет возрастать. Поэтому темпы прироста в ближайшие годы могут поставить новые рекорды. В 2006 г. рынок лизинга вошел в фазу бурного роста: прирост объема нового бизнеса составил 83%. Высокие темпы развития и большой потенциал роста – это и новые возможности, и новые вызовы, среди которых усиление конкуренции и снижение лизинговой маржи. Лизинговый

рынок в 2006 г. побил все рекорды: рост основных показателей оказался самым большим за последние 5 лет. Объем нового бизнеса составил 14,7 млрд долл. (8 млрд в 2005 г.), а суммарный портфель лизинговых компаний – 19,5 млрд долл. Доля лизинга в ВВП достигла 1,5% (в 2005 г. – 0,99%). В объеме средств, инвестированных в основной капитал, лизинг занял 8,7% (в 2005 г. – 5,7%). Лизинговые платежи, полученные лизингодателями в 2006 г.*, превысили 5 млрд долл. (рис. 1).

Рост рынка в значительной степени был обусловлен избытком ликвидности у банков и необходимостью размещения ими своих свободных средств. А это означает, что увеличилось кредитование инвестиционных проектов, в том числе и лизинговых сделок, которые являются довольно надежным вариантом финансирования инвестиций. Кроме того, существенно улучшилась осведомленность потенциальных клиентов о лизинге. Множество предприятий по достоинству оценили преимущества лизинга как удобного и выгодного финансового инструмента, и количество обращений в лизинговые компании росло в геометрической прогрессии. По заявлениям представителей лизингодателей, они "говорят с клиентами на одном языке", что позволяет обеим сторонам достигать своих целей – клиентам переоснащать производственные мощности и развивать бизнес, а лизинговым компаниям – реализовывать крупные инвестиционные проекты, расширять предоставляемый ими комплекс услуг. Рынок вступает в новую фазу развития, когда правовое поле относительно стабильно, технологии сделок отработаны, накопилась арбитражная практика, выросло поколение специалистов в области применения лизинга в хозяйственной практике. На смену первопроходцам лизингового бизнеса приходят российские и международные компании. Лизинг все более прочно

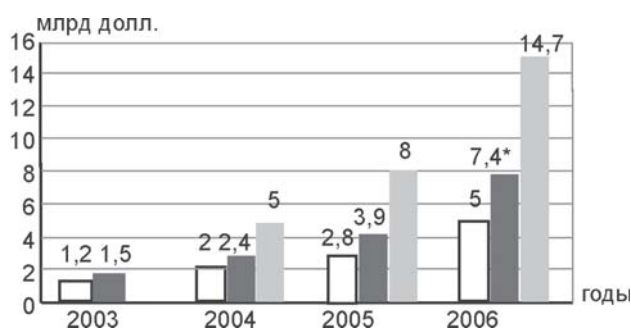


Рис. 1. Основные показатели развития инвестиций на основе лизинговых услуг [3]:

- – объем полученных лизинговых платежей;
- – объем профинансированных средств;
- – объем нового бизнеса

* В исследовании 2006 г. приняли участие 109 лизинговых компаний, оборот которых, по экспертным оценкам, составляет около 75% рынка. Ранжирование компаний было построено на основании принятого в международной практике показателя объема нового бизнеса, который, по мнению специалистов, наиболее точно отражает положение лизинговой компании на рынке. Объем нового бизнеса – это объем сделок, по которым наиболее раннее из двух событий: (1) закупка оборудования для передачи в лизинг по договору лизинга, (2) получение аванса лизингополучателя (если аванс ненулевой) наступило не ранее первого дня исследуемого периода и не позднее его последнего дня (Эксперт-Ра. Рейтинговое агентство. [Электронный ресурс]. <http://www.raexpert.ru>)

занимает подобающее ему место в качестве одного из главных финансовых механизмов обновления основных фондов в экономике.

Уже сейчас лизинг в России стал основным каналом приобретения ряда важнейших видов основных средств, таких как сельскохозяйственная техника, средства продуктивного племенного животноводческого производства, станки и технологическое оборудование; авиация, железнодорожный и автомобильный транспорт.

Ключевой характеристикой деятельности российских лизинговых компаний является информация о видах объектов, передаваемых ими в лизинг (рис. 2, 3). Анализ данных о долях лизинговых сделок с различными видами объектов лизинга на российском рынке в 2004 г. характеризует устойчивую тенденцию (рис. 2) и позволяет констатировать основную закономерность – высокий уровень ликвидности объектов лизинга. Основная доля нового бизнеса в 2006 г. пришлась на лизинг железнодорожного тягового и подвижного состава, а также на лизинг грузового и легкового автотранс-

порта. Указанные сегменты почти удвоили свою долю на рынке по сравнению с 2005 г. и в совокупности составили более 50% рынка (рис. 3.).

Подобное соотношение объемов сделок с различными объектами лизинга характерно для многих стран с развитым рынком лизингового бизнеса. В 2006 г. лидирующим сегментом рынка оставался лизинг транспортных средств, который имеет существенный потенциал роста. Так, по оценкам специалистов [3], сегмент лизинга железнодорожного транспорта имеет потенциал двукратного роста к 2010 г. в абсолютном выражении. А по прогнозам специалистов компаний «ASM-холдинг» и «Ренессанс-капитал», потенциал роста лизинговых сделок с автотранспортом связан в основном с ростом доли рынка автомобилей зарубежных марок [4–7]. На российском рынке количество автомобилей зарубежных марок, собранных на территории России, также как и экспорт новых иномарок, будет в среднесрочной перспективе увеличиваться (см. статью в предыдущем номере), и доли этих групп на автомобильном рынке к 2014 г. достигнут уровня 30 и 40%, со-

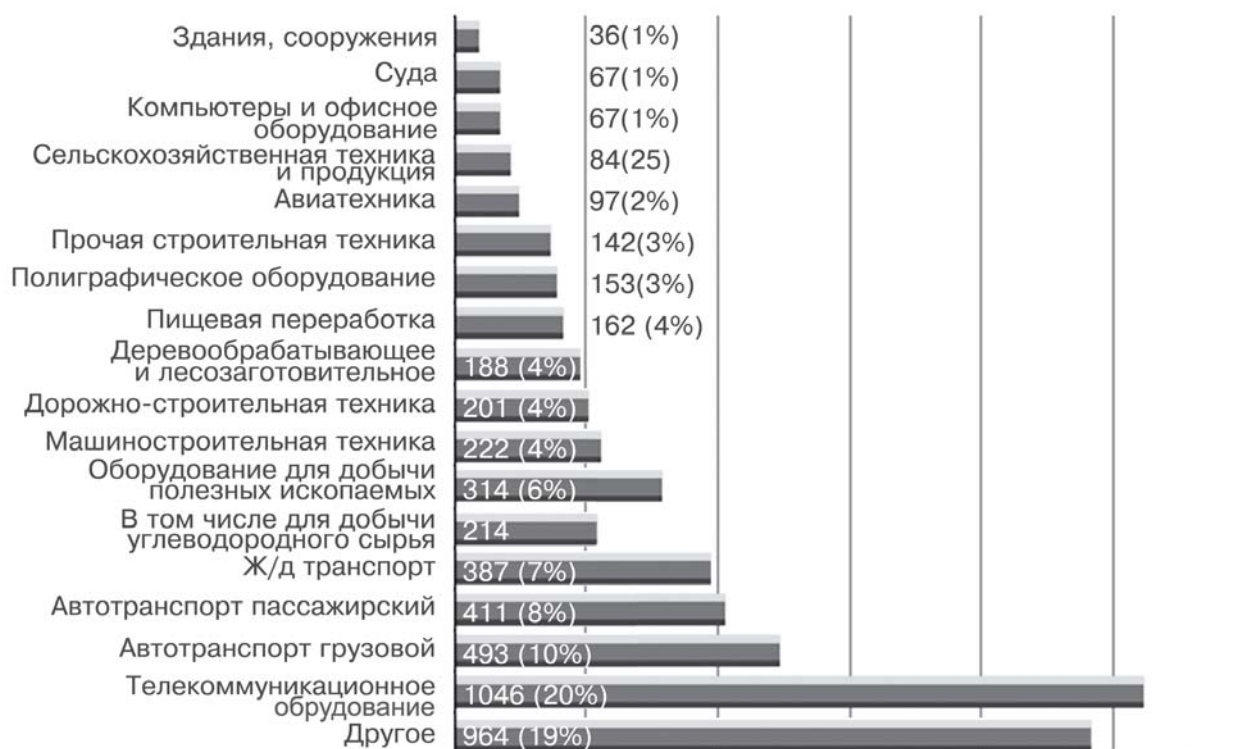


Рис. 2. Относительные доли сделок (в объемах финансирования) с основными видами объектов на российском рынке лизинговых услуг по итогам 2004 г. [3]



Рис 3. Виды оборудования, составившие более 2% в объеме нового бизнеса в 2006 г. [3]

ответственно, при неуклонном сокращении доли отечественных автомобилей до 27% [8, 9]. По другим прогнозам, доля российских производителей легковых автомобилей отечественных марок уже к 2010 г. сократится до 23% [10]. Поэтому дальнейшее игнорирование предприятиями отечественной автомобильной промышленности возможности использования в практике хозяйственной деятельности наиболее эффективных инвестиционных финансовых инструментов обновления и развития производственных мощностей и проверенных зарубежной и отечественной практикой маркетинговых подходов к продвижению продукции на рынках, каковым является лизинг, равнодушие руководителей предприятий автомобилестроительной отрасли и отраслевых изданий к проблемам подготовки кадров* для активного использования этого инструментария с целью

обеспечения развития активных позиций отечественных автомобилестроителей на рынке, чревато катастрофической потерей и без того слабых позиций на рынке.

Лизинг на российском автомобильном рынке**

Развитие лизинговых операций по автотранспорту в 2004–2007 гг. связано с активным участием лизинговых компаний в крупных совместных проектах с органами исполнительной власти регионов Российской Федерации, в рамках которых осуществляется замена и расширение парка автотранспорта, обслуживающего пассажирские перевозки. Ситуация в этом сегменте рынка остается благоприятной для лизинговых компаний, так как парк пассажирского автотранспорта во многих регионах сильно изношен, и региональные власти готовы ак-

*За десять лет ведения активной научно-образовательной деятельности Высшей школы лизинга (Высшей школы бизнес-образования и лизинга) ГОУ МГИУ среди пяти выпусков подготовленных специалистов в области экономики и менеджмента инвестиционных лизинговых процессов не было ни одного выпускника, направленного для целевой подготовки от предприятий отечественного автомобилестроения или от структур, занимающихся продажами отечественных автомобилей.

**При подготовке этого раздела использованы материалы реферата [12] и выполненного дипломного проекта [13].

тивно содействовать процессу его обновления, поскольку заинтересованы в более высоком качестве предоставляемых населению транспортных услуг.

Грузовой и пассажирский автотранспорт, начиная с 2002 г., остается наиболее популярным объектом лизинга: около 90% из 110 компаний – участников исследования имеют сделки с этими объектами [3].

В наиболее развитых сегментах российского рынка лизинга таких объектов, как автотранспорт, начиная с 2004 г., лизинг занимает положение ведущего канала продвижения продукции автомобильной промышленности. Так, по итогам 2004 г. рост лизинговых сделок по легковым и малотоннажным автомобилям составил 2–14%, а по грузовикам – 86% [11].

Результаты рейтинга лизинговых компаний за 2005 г., составленного агентством «Эксперт РА» на основе комплексной оценки, приведены в табл. 1 для первых пятнадцати наиболее активных российских компаний. Комплексная оценка лизинговых компаний, основана на пяти показателях: объеме текущих сделок, объеме

полученных лизинговых платежей, объеме лизинговых платежей к получению, уровне достаточности собственного капитала, который рассчитывался как отношение собственного капитала компании к валюте баланса, и объеме профинансированных средств.

Характерной тенденцией развития лизингового рынка является создание крупными производителями автотранспорта дочерних лизинговых компаний. Так, например, осенью 2005 г. создана лизинговая компания "КамАЗ-Лизинг", в которой 51% акций принадлежит "КамАЗу", а 49% – компании "Центр-капитал". Объем нового бизнеса на сегменте лизинга автотранспортных средств составил в 2006 г. около 95 млрд руб. (3,5 млрд долл.), прирост показателя за год в абсолютном выражении – примерно 1,7 млрд долл. (более 50%). Наиболее активные лизинговые компании на сегменте рынка автотранспорта по итогам 2006 г. приведены в табл. 2.

Российские организации охотно приобретают автотранспорт в лизинг, так как помимо финансирования, лизинговые компании предоставляют и дополнительные услуги. А для привлечения и удержания клиентов уже недостаточно предлагать только денежные средства, которые можно получить в банках. Важно предоставить клиенту готовое решение его проблем с использованием механизмов лизинга. Достаточно сильным мотивирующим фактором

Таблица 1

Результаты присвоения рейтинга высших классов лизинговым компаниям на основе комплексной оценки их деятельности за 2005 г. по материалам компании ИА «INFOLine» [3]

Место в рейтинге	Название лизинговой компании
1	РТК-ЛИЗИНГ
2	Русско-германская лизинговая компания
3	Росагролизинг
4	Авангард-Лизинг
5	Объединенная лизинговая компания "ЦЕНТРКАПИТАЛ"
6	Лизинговая компания УРАЛСИБ
7	Альфа-Лизинг
8	Глобус-Лизинг
9	ММБ-Лизинг
10	ЕВРОПЛАН
11	Ассоциация Лизинговых Компаний "Промсвязьлизинг"
12	РайффайзенЛизинг
13	КамАЗ-Лизинг
14	Интерлизинг
15	Балтийский лизинг

Таблица 2

Наиболее активные лизинговые компании на сегменте рынка автотранспорта [3]

Место	Название компании	Объем нового бизнеса, млрд руб.
1	ВТБ-Лизинг	7,617
2	Европлан	6,126
3	ЛК "КамАЗ"	5,779
4	ЛК «Каркаде-лизинг»	4,577
5	Элемент Лизинг	4,255
6	УРАЛСИБ	3,728
7	Скания лизинг	3,682
8	ЛК «РК. Лизинг»	2,334
9	Интерлизинг	2,025
10	Глобус-Лизинг	2,015

роста стало и предоставление персоналу корпоративного транспорта в пользование. Ведущие игроки рынка активно внедряют «скоринг», который позволяет обеспечивать быстрое обслуживание крупных клиентов. Вряд ли найдется сегодня автосалон, в котором не было бы предложения о лизинговой схеме продажи автомобилей, что лучше любых цифр говорит о возросшей популярности автолизинга. Исключением из общего правила являются автосалоны, реализующие отечественные автомобили. Сегодня лизинг транспортных средств является одним из наиболее востребованных видов лизинговых сделок, подавляющее большинство которых на российском рынке осуществляется с автомобилями зарубежных марок.

Среди различных объектов лизинговых сделок на рынке самые высокие темпы роста в 2006 г. наряду с лизингом железнодорожного подвижного состава, сельскохозяйственной техники и оборудования, а также дорожно-строительной техники продемонстрировали сегменты лизинга легкового и грузового автотранспорта.

Некоторое замедление темпов роста в 2006 г. в области лизинга грузового автотранспорта по сравнению предыдущим периодом связано с тем, что основные действующие автотранспортные предприятия, которые хотели обновить свой парк, это уже сделали. Кроме того, в области лизинга грузового транспорта с недавних пор существенно возросла конкуренция по ценовым предложениям. Негативное влияние на лизинг грузовиков оказывает увеличение таможенных пошлин, что также не способствует росту этого сектора. Участники проведенного экспертного исследования [3] оценивают уровень спроса на грузовой и пассажирский автотранспорт как наиболее высокий – 2,60 и 2,40 балла по трехбалльной шкале, соответственно (см. табл. 3 и 4).

Более высоко оценивается только спрос на оборудование для добычи углеводородного сырья (2,8 балла).

Экспертная оценка уровня конкуренции по видам передаваемых в лизинг объектов (оце-

Таблица 3

Уровень спроса на различные виды объектов лизинга

Место	Вид объектов лизинга	Уровень спроса
1	Оборудование для добычи углеводородного сырья	2,80
2	Автотранспорт грузовой	2,60
3	Автотранспорт пассажирский	2,40
4	Дорожно-строительная техника	2,24
5	Железнодорожный транспорт	2,09
6	Прочая строительная техника	2,03
7	Сельскохозяйственная техника и продукция	1,93
8	Деревообрабатывающее и лесозаготовительное оборудование	1,90
9	Телекоммуникационное оборудование	1,86
10	Пищевая переработка	1,85
11	Машиностроительная техника	1,80
12	Полиграфическое оборудование	1,76
13	Компьютеры и офисное оборудование	1,74
14	Оборудование для добычи полезных ископаемых (кроме углеводородного сырья)	1,70
15	Здания, сооружения	1,52
16	Авиатехника	1,27
17	Суда	1,00

Примечание: оценка по трехбалльной шкале

нивалась также по трехбалльной шкале) в среднем выше, чем оценки уровня спроса, а полученные оценочные результаты по этим двум параметрам тесно коррелируют между собой. По уровню конкуренции лидируют те же виды объектов лизинга, что и по уровню спроса, причем в той же последовательности (см. табл. 4). Уровень конкуренции на рынке лизинговых услуг с грузовым и пассажирским автотранспор-

том оценивается экспертами как наиболее высокий: 2,60 и 2,40 по трехбальной шкале.

Учитывая прогнозы развития отечественного рынка автомобилей (см. статью в предыдущем номере журнала), есть основания утверждать, что наблюдаемая тенденция с ростом конкуренции в ближайшей перспективе будет сохраняться.

Таким образом, лизинг автотранспорта, включая легковой, грузовой и пассажирский,

Таблица 4

Уровень конкуренции на рынке лизинговых услуг при реализации лизинговых сделок с различными видами объектов

Место	Вид объектов лизинга	Уровень конкуренции
1	Автотранспорт грузовой	2,60
2	Автотранспорт пассажирский	2,40
3	Дорожно-строительная техника	2,33
4	Железнодорожный транспорт	2,30
5	Прочая строительная техника	2,21
6	Оборудование для добычи углеводородного сырья	2,16
7	Машиностроительная техника	2,05
8	Пищевая переработка	2,00
9	Деревообрабатывающее и лесозаготовительное оборудование	1,90
10	Полиграфическое оборудование	1,88
11	Сельскохозяйственная техника и продукция	1,87
12	Компьютеры и офисное оборудование	1,80
13	Телекоммуникационное оборудование	1,79
14	Оборудование для добычи полезных ископаемых (кроме углеводородного сырья)	1,70
15	Авиатехника	1,68
16	Здания, сооружения	1,60
17	Суда	1,50

Примечание: оценка по трехбальной шкале

является наиболее активным и развитым сегментом рынка лизинговых услуг.

В условиях становления рынка лизинговых услуг изменяются характеристики заключаемых лизинговых сделок, проекты становятся более сложными по структуре, удлиняются сроки их реализации.

По свидетельству представителей многих лизинговых компаний, 2006 г. стал годом начала снижения маржи по лизинговым сделкам. Конкуренция между лизинговыми компаниями в течение года усиливалась, поэтому наблюдалась тенденция к снижению авансовых платежей, а также к уменьшению лизинговых ставок по заключаемым контрактам.

Для развития успеха лизинговой компании не последними по значимости являются применяемые способы привлечения клиентов (см. рис. 4 и 5).

Надо отметить, что, по мнению многих руководителей лизинговых компаний, в частности "Авангард Лизинг", при выборе лизингодателя цена не является главным критерием для предприятий.

Речь идет, прежде всего, о требованиях к сложности структурирования сделки, к логистике

Число лизингополучателей



Рис. 4. Основные каналы привлечения лизингополучателей по объемам лизинговых сделок [3]

Число лизингополучателей



Рис. 5. Основные каналы привлечения лизингополучателей по количеству лизинговых сделок [3]

бизнес-процессов лизингодателя и предоставлении им дополнительных услуг. По мнению специалистов из Универсального Лизингового Холдинга (<http://www.ulh.ru>), в последние годы требования к лизинговой сделке со стороны клиентов существенно изменились. Если раньше это были требования только в отношении предоставления финансирования, то сейчас клиенты лизинговых компаний стали более опытными. Они ожидают от лизинговой компании качественной организации сделки – прежде всего в плане довольно глубокого понимания специфики эксплуатации транспорта и обслуживания техники и технологического оборудования, передаваемого в лизинг. Среди каналов привлечения клиентов лизинговых компаний доля повторно обратившихся клиентов преобладает как в количественном, так и в качественном отношении. Например, лизинговая компания "КамАЗ-Лизинг" заключает много повторных сделок с ранее обращавшимися клиентами, и доля таких сделок постоянно растет. Разработанная и используемая в таких компаниях внутрикорпоративная информационная система позволяет присваивать и отслеживать рейтинг платежеспособности каждого лизингополучателя. С помощью этой информационной базы данных компания улучшает качество лизингового портфеля, расширяя объемы лизингового бизнеса с компаниями, продемонстрировавшими лучшую платежную дисциплину. Кроме того, важнейшим каналом привлечения клиентов является поставщик оборудования. Хотя по имеющимся данным доля поставщиков уступает другим каналам привлечения клиентов, на практике большинство клиентов, которые сейчас относятся к разряду "повторно обратившихся" первоначально пришли по рекомендации поставщика оборудования.

Основные стимулы развития рынка лизинговых услуг, в том числе в сфере автомобильного транспорта, и, одновременно, основные препятствия этому развитию парадоксальным образом сконцентрировались в одной – области законодательства и нормативного регулирования. Не секрет, что именно эффективное

законодательство по лизингу в течение последних лет остается основным стимулом развития этого рынка. Прежде всего это нормы Гражданского, Налогового и Таможенного кодексов, а также закон «О финансовой аренде (лизинге)». Помимо ясного правового поля, развитие лизинга обусловлено и налоговыми льготами – правом ускоренной амортизации объекта лизинга, позволяющим экономить на налоге на прибыль и на налоге на имущество, а также рассрочкой платежей таможенных пошлин.

Однако эффективность законодательства часто заметно снижается из-за огрехов российской правоприменительной практики. На уровне законодательства и политики правительства лизинг давно уже признан в качестве самостоятельной отрасли, имеющей особое значение для развития экономики всей страны. Но на уровне отдельных ведомств и регионов часто сохраняется стремление уравнивать лизинг с любыми другими видами хозяйственной деятельности, не принимая во внимание его инвестиционный характер.

Предстоящий приход зарубежных гигантов лизингового бизнеса на российский рынок в связи со вступлением России в ВТО – это не только встряска для лидеров лизингового рынка. На самом деле приход иностранных компаний ознаменует начало принципиально нового этапа развития российского рынка лизинга. Дело в том, что до сих пор лизинговые компании действовали преимущественно «под банками». Привлекая ресурсы банков, они обслуживали отдельные сегменты рынка, по ряду причин труднодоступные для самих банков. Предоставляя кредит, банки часто оценивают не лизинговую компанию как заемщика, а конечного лизингополучателя. Это ставит лизинговые компании в незавидное положение агентов при банках, которые не в состоянии вести самостоятельную активную политику на рынке лизинговых услуг. Однако в течение последних лет постепенно формировалась новая парадигма лизингового бизнеса. Объем бизнеса ведущих лизинговых компаний уже достиг таких размеров, что это позволяет им выйти из подчи-

ненного положения по отношению к банкам и конкурировать с ними на равных.

Важнейшее значение для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности лизинговой компании на современном рынке имеет размер собственного капитала, поскольку именно он является ориентиром для инвесторов. По этому показателю многие лизинговые компании уже не уступают банкам. Другие важные показатели такие, как объем портфеля, региональная сеть, диверсификация источников финансирования у ряда ведущих лизингодателей тоже уже не хуже, чем у банков.

Приход иностранных лизинговых компаний на российский рынок с вступлением России в ВТО закрепил эту тенденцию. С одной стороны, потому, что эти компании – сами крупные игроки, способные на равных условиях конкурировать с банками, с другой, – потому, что их приход стимулирует дальнейшее укрепление российских лизинговых компаний. Высокая надежность лизинговых сделок, независимость компаний от банков, значительная конкуренция, экономия на масштабе у крупных лизингодателей приведут к тому, что условия лизинга в среднем будут значительно выгоднее условий предоставления кредитов. В качестве примера подобного рода может служить европейская лизинговая компания «Каркаде», которая начала работать в России с 1996 г. Она имеет 100% иностранный капитал, который на сегодняшний день равен 159, 287 млн рублей. Территориальное расположение отделений подобрано таким образом, чтобы наиболее полно охватить потенциальных клиентов: пять отделений в Москве, два офиса в Санкт-Петербурге, отделения в Калининграде, Нижнем Новгороде, Самаре, Воронеже, Екатеринбурге, Перми, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Волгограде, Саратове, Тюмени, Челябинске, Тольятти, Казане и Уфе. В 2006 г. открылось 8 новых отделений: в Набережных Челнах, Красноярске, Новосибирске, Омске, Иркутске, Ставрополе, Ижевске, Оренбурге.

Доля лизинга автотранспорта в портфеле компании составляет 92 % от общего числа

заключенных договоров. За 2004 г. заключено 2908 договоров, за 2005 г. 3598 договоров. Деятельность этой компании на российском рынке автотранспортных средств отличается проводимой активной политикой, направленной на индивидуальную работу с клиентами. Кроме того, начиная с 2004 г., компания работает с импортерами и производителями автомобилей по созданию совместных предложений для потенциальных клиентов. Результатом этого стал вывод на рынок таких совместных лизинговых продуктов как «Лизинг 0%» (сумма всех лизинговых платежей равняется стоимости автомобиля в салоне) или «Лизинг с низким процентом». На данный момент эти программы работают при продаже 19 автомобильных марок: BMW, Audi, Volkswagen, Renault, Saab, Opel, Cadillac, Chevrolet, Volvo, Land Rover, Chevrolet-Niva/Viva, Hummer, Jaguar, Mini, Ford, Nissan, Hyundai, Kia, Skoda. Помимо приведенных выше предложений, клиенты могут воспользоваться рядом лизинговых продуктов, отличающихся высокой эффективностью и выгодно зарекомендовавшими себя на рынке: «Эконом-Лизинг» – лизинг с минимальным удорожанием, «Стандарт-Лизинг» – возможность купить автомобиль стоимостью от 5000 долл. США, «Экспресс-Лизинг» – быстрое принятие решения о финансировании (24 часа), «Б.О.Ф.С.-Лизинг» – лизинг без оценки финансового состояния клиента, «Партнер-Лизинг» – выгодные условия для повторно обратившихся клиентов. Все отделения этой компании работают по единому стандарту как в Москве, так и в регионах.

Заключение

Сегодня можно говорить о том, что продолжают активно развиваться все сегменты рынка лизинга автомобильного транспорта. При этом наблюдаются не только количественные, но и качественные изменения содержания лизинговых услуг. Эксперты в области развития лизингового бизнеса ожидают в ближайшей перспективе укрупнение лизинговых компаний, действующих на российском рынке, в том числе за счет слияний и поглощений.

Отечественные производители автомобилей пока еще в достаточной степени не освоили такие способы инвестирования, как лизинг даже на уровне его использования в качестве инструмента продвижения автомобилей на рынках, не говоря о его применении для обновления своих основных фондов. К сожалению, они пока не проявляют интереса к этой проблеме, в том числе не видят необходимости подготовки специалистов, хотя зарубежные конкуренты активно и успешно применяют эти механизмы уже на протяжении десятилетий.

Так как в ближайшей перспективе конкурентная борьба на рынках автомобилей будет только усиливаться, то стратегии развития отечественного производства автомобилей и его выживаемость будут тесно взаимосвязаны как с его успехами в обеспечении качества выпускаемой продукции (в том числе на основе развития сотрудничества с зарубежными партнерами), так и с практическим освоением современных способов инвестирования в развитие отрасли и продвижения продукции на рынке, одним из которых является лизинг.

Список литературы

1. Бочков В.Е., Демин Ю.Н., Кацыв Д.П., Лещенко М.И. Международная практика лизинга: Учеб. пособ. по специализации 061145 «Управление лизинговым процессом» для студентов заочной формы обучения, осваивающих программу с использованием дистанционных образовательных технологий / Под ред. М.И. Лещенко – М.: МГИУ, 2002. – 341 с.
2. Московский рынок лизинга автотранспортной техники. Маркетинговое исследование. / http://www.oborudunion.ru/ishop_main.php?act2=details&goods_id=16434&idprazd=6328&idprazd=4.
3. Материалы ЗАО Рейтинговое агентство «Эксперт Ра»: http://creditguru.ru/?cat_id=8&text_id=36; <http://www.raexpert.ru>.
4. Bissinger M., Wang Y., Kordyukova T. Dream Machines: Emerging Markets Beckon The World's Carmakers. (По материалам агентства «Standard & Poor's» и компании «The McGraw Hill Companies, Inc.»). <http://www2.standardandpoors.com/servlet/Satellite?pagename=sp%2FPage%2FSiteSearchResultsPg&l=EN&r=1&b=10&search=site&vqt=carmakers>.
5. Газман В. Рынок лизинговых услуг России–2005 // Лизинг-ревю. 2006. № 28(№3 от 21.06.06): http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_2_ald_388024.html.
6. Автомобильные продажи в 2005 году. // Российский информационный бюллетень Автомобильной промышленности (Санкт-Петербург). http://www.buyusa.gov/russia/en/overview_nw._html.
7. Лизинг // Электронный сборник аналитических материалов. 2006. Июнь–Август.
8. David Wyss. For Carmakers, No Easy Drive To Growth. Reprinted from Ratings Direct. <http://www.ratingsdirect.com>. (По материалам агентства «Standard & Poor's»). <http://www.standardandpoors.com>.
9. Examine issues confronting the global auto manufacturing industry / Teleconference. Standard & Poor's. March 14, 2006, 11:00 a.m. U.S. Eastern Time (16:00 PM GMT). <http://www.standardandpoors.com>.
10. Технологии лизинга и инвестиции // Вестник российской ассоциации лизинговых компаний. 2006. Сентябрь
11. <http://www.atlantm.ru> / Сайт лизинговой компании «Атлант – М Лизинг».
12. Щеголев Д.Л. Лизинг транспортных средств: Реферат аспиранта (на правах рукописи) / Научн. рук. проф. В.Е. Бочков. – М.: МГИУ, 2006. – 29 с.
13. Обрящиков Д.М. Разработка бизнес-плана развития лизинговых услуг на рынке автомобилей в ЦАО г. Москвы: Дипломный проект по специальности «Менеджмент организации» / Научн. рук. Проф. В.Е.Бочков (на правах рукописи). – М.: МГИУ, 2007. – 98 с.