

ЛИЗИНГ

Самосвалы притормаживают

— инфраструктура —

В первую очередь это объясняется состоянием инфраструктуры в стране: уровень ее износа велик, многого не хватает и в ближайшие годы предстоит построить еще больше. Это и дороги, и мосты, и многочисленные трубопроводы. Во-вторых, нужно реконструировать или возвести многие объекты транспортной инфраструктуры: морские порты, вокзалы, аэропорты. Предстоит построить огромное количество объектов к чемпионату мира по футболу 2018 года, одновременно с этим не должны снижаться и темпы строительства жилья, промышленных зданий и сооружений, социально-культурных объектов. В-третьих, приняты и осуществляются масштабные программы по развитию Сибири и Дальнего Востока, реализуется целый ряд целевых программ по развитию ряда отраслей и регионов России. Все это, конечно же, будет способствовать значительному росту спроса на все возможные виды дорожно-строительной техники, который, в том числе, может быть удовлетворен и за счет лизинга», — подытоживает господин Баранов.

По словам генерального директора ЗАО «Зест» Олега Ануфриева, серьезного повышения спроса на лизинг дорожно-строительной техники ожидать не приходится в связи с сокращением количества подерживаемых городским правительством инвестпроектов, однако все так же требуют ремонта многие дороги, теплотрассы, техника нужна промышленному и жилому строительству. «Иначе говоря, возможен небольшой рост — примерно на 10 процентов», — оценивает Олег Ануфриев.

По словам господина Ануфриева, лизингополучатели в этом секторе — это в основном строительные компании разной направленности. «Если говорить об опыте



Лизингодатели отмечают охлаждение рынка, но все же надеются на десятипроцентный рост по итогам года

нашей компании, то мы, как правило, приобретаем дорожно-строительную технику для компании „Мострострой № 6“ — одного из лидеров рынка промышленного строительства», — рассказывает он.

В рамках сотрудничества по лизингу ГК «Зест» приобретает самую разную технику: крупногабаритные автокраны (Liebherr, «Галичанин», «Челябинец»), экскаваторы

(Caterpillar, «Эксмаш», Doosan), автобетононасосы (Hyundai), «КамАЗы» и «МАЗы».

Генеральный директор ООО «Лентранслизинг» Дмитрий Виноградов говорит, что рынок дорожной техники традиционно интересен лизинговым компаниям в связи с достаточно высокой срочной ликвидностью предмета лизинга. «В настоящее время на рынке Северо-Запада образовался избыток техники, которую компании приобретали в предыдущие годы как для обеспечения потребностей инфраструктурных проектов, так и для использования в строитель-

стве. Техники куплено было много, но ряд проектов заморозили, в связи с этим рынок аренды такой техники стал рынком покупателя — заказчики диктуют ставки аренды строительной техники, что приводит к их удорожанию на достаточно низком уровне. Соответственно, упал и традиционно высокий спрос на лизинг в этой области», — констатирует господин Виноградов.

Как ранее говорил „Ъ“ заместитель генерального директора ОАО «ВЭБ-лизинг» Алексей Сичинава, строительная техника, в том числе дорожно-строительная, являет-

ся одним из наиболее капиталоемких сегментов отечественного лизингового рынка и рассматривается многими участниками отраслевого сообщества как один из основных драйверов роста лизингового портфеля наряду с авиационным и автомобильным сегментами.

«По итогам первых шести месяцев 2013 года объем новых сделок по данному виду активов составил около 41,6 млрд рублей, незначительно уменьшившись по отношению к аналогичному периоду прошлого года. В целом доля строительной и дорожно-строительной техники в портфеле российских лизинговых компаний к началу июля 2013 года составила примерно 5 процентов. На конец 2012 года доля спецтехники в портфеле российских лизинговых компаний составляла более 8 процентов. Если говорить о динамике развития рынка спецтехники, то в прошлом году сегмент строительной техники несколько просел, а сегмент дорожно-строительной техники оказался в плюсе», — поясняет господин Сичинава.

По словам Дениса Богдановича, директора управления ЗАО «Сбербанк Лизинг», данный рынок несколько снизил свою активность по сравнению с прошлым годом, но начиная с октября на нем отмечается некое оживление.

«Если летом рынок снижался, то с октября заметен некоторый рост. По нашим оценкам, ведущие игроки рынка лизинга планируют закрыть год на уровне предыдущего. Особенностью этого сегмента является то, что в связи с меньшей ликвидностью техники здесь используются более высокие авансы. При этом многие компании дорожной отрасли рассчитывают на сезонные графики, что обусловлено спецификой их работы. В целом в лизинг реализуется примерно от трети до половины дорожной техники», — рассказывает господин Богданович.

Ульяна Терещенко

«Физики» предпочитают кредиты

Доля приобретенных в лизинг легковых автомобилей от общего объема автомобилей, взятых с использованием заемных средств, колеблется, по разным оценкам, от двух до пяти процентов. Аналитики говорят о большом потенциале этого рынка, но подтверждают, что услуга в первую очередь интересна юрлицам.

— автомобили —

По данным инвестиционного холдинга «Финам», по итогам первого полугодия 2013 года по России в целом рост рынка лизинга (по совокупному портфелю активов) составил всего 18%.

Антон Сороко, аналитик ИХ «Финам», говорит, что по итогам 2013 года он ожидает объема сделок по новым контрактам, которые заключили лизингодатели, на уровне 1,35–1,5 трлн рублей. «Лизинг легковых автомобилей в РФ выглядит очень перспективно, в Европе его доля составляет 25–30 процентов от объема продаж, а в России — около 2 процентов. Таким

образом, в этом сегменте чувствуется хороший потенциал для наращивания присутствия лизинговых компаний», — говорит он.

Андрей Шенк, аналитик «Инвесткафе», говорит, что около 30% автомобилей покупается с использованием заемных средств, однако более точно оценить рынок сложнее, так как многие покупают автомобиль, но кредит берут на потребительские расходы.

Не более 3% легковых автомобилей сдается в лизинг, следовательно, это около 75 тыс. легковых автомобилей в год, лизинг на автомобильном рынке не так востребован, как автокредит или потребительский

кредит, поэтому между банками и лизингодателями нет сильной конкуренции в этой области.

Романа Романовский, ведущий аналитик отдела рейтингов кредитных институтов «Эксперт РА», говорит, что, по его оценке, доля проданных в лизинг легковых автомобилей среди всех реализованных в первом полугодии 2013 года авто составляет 3–5%.

Дмитрий Маркин, руководитель группы по работе с автокредитом «Альянс-Лизинг», утверждает, что доля легковых и коммерческих автомобилей, приобретаемых в кредит или лизинг, в регионах выше, чем в Москве и Петербурге. В регионах она достигает 20%.

«Активность пользования финансовыми инструментами в регионах очень неоднородна. Доли автомобилей, приобретенных в лизинг и кредит, составляли, соответственно, 40/60 в Москве и Петербурге и 30/70 — в регионах. Для банков основной инструмент стимулирования — ставка кредитования. Лизинговые компании, кроме финансового регулирования, предлагают облегчение пакета запрашиваемых документов и упрощение организационных условий заключения договоров», — говорит он.

По словам заместителя генерального директора ОАО «ВЭБ-лизинг» Алексея Сичинава, о востребованности инструмента лизинга для малых и средних предприятий говорят финансовые показатели деятельности компании в этом сегменте рынка.

«Так, если в 2011 году сумма заключенных компаний „ВЭБ-лизинг“ договоров составила 15,6 млрд рублей, то по итогам 2012 года она превысила 34 млрд рублей, а за шесть месяцев 2013 года достигла 19,5 млрд рублей. В 2012 году ОАО „ВЭБ-лизинг“ заключило свыше 18 тыс. договоров лизинга с более чем 10 тыс. представителями малого и среднего предпринимательства, и это притом, что работать в этом сегменте компания начала только в 2010 году. В настоящий момент основным предметом лизинга является автотранспорт: ежегодно рынок автолизинга увеличивается в количественном выражении в 1,5–2 раза. В целом по итогам 2012 года объем новых лизинговых сделок с представителями МСП в России превысил 344 млрд рублей. Цифра эта весьма внушительна, если принять во внимание тот факт, что лизинг стал активно развиваться

в России чуть более десяти лет назад», — говорит он.

Герман Тремасов, начальник управления автолизинга «Москва» ООО «РЕСО-Лизинг», говорит, что на сегодняшнем этапе развития корпоративного финансирования в стране (кредит, лизинг, факторинг) каждый игрок занял нишу, удобную именно ему.

«Банки с удовольствием работают с физическими лицами и небольшими компаниями, для которых лизинг невозможен или неинтересен по целому ряду причин. Также многие банки в своем активе имеют лизинговые отделы, либо подконтрольные банку лизинговые компании. Они создаются для комплексного обслуживания клиентов банка, чтобы можно было предложить им не только корпоративное кредитное финансирование, но и лизинг для приобретения основных средств», — рассказывает он.

По его словам, розничные лизинговые компании в числе потенциальных своих клиентов хотят видеть представителей малого и среднего бизнеса с различными правовыми и организационными формами, а также ИП на различных системах налогообложения.

«Получается, что каждый участник, будь то банк или лизинговая компания, имеет постоянные потоки клиентов, которые почти не пересекаются друг с другом. Хотя иногда пересечения возникают, в основном по крупным компаниям, изъявившим желание приобрести большой объем техники или оборудования для своей деятельности. В таких случаях представителю лизинговой компании необходимо профессионально донести до клиента все налоговые преимущества лизинговой схемы, которые позволят склонить чашу весов в ее пользу», — рассказывает господин Тремасов.

Автокредит и автолизинг и по смыслу, и по рискам являются разными продуктами, обращают внимание участники рынка.

Господин Романовский отмечает, что автолизинг зачастую предлагается с большим набором сервисных функций. «К примеру, предлагается регистрация автомобиля в ГИБДД или регулярное техническое обслуживание. И если банки, как правило, могут использовать только «ценовое давление», то лизинговые компании имеют возможность привлечь клиента дополнительными нефинансовыми бонусами. Выгода клиента будет зависеть от ряда параметров: срока лизинга или кредита, типа автомобиля и его характеристик, финансового положения клиента. Исходя из всех этих параметров будут различаться предложения по кредиту и лизингу для данного клиента, после чего он сможет определить наиболее приемлемый вариант приобретения автомоби-

ля. Как правило, для большинства клиентов короткие сроки одобрения сделки имеют более высокую ценность, чем небольшие различия в цене. Таким образом, лизингополучатель ориентируется на тот продукт, который позволит ему быстрее приобрести автомобиль и начать получать прибыль», — констатирует господин Романовский.

По словам господина Маркина, для юрлиц использование лизинга позволяет возратить НДС и отнести на себестоимость лизинговые платежи. «Это, безусловно, выгодно отличает лизинг от кредита. Кроме того, лизингополучатель экономит организационные ресурсы, так как лизинговая компания берет на себя отношения с налоговыми и регистрирующими органами по договорам лизинга. Вообще условия и требования к лизингополучателю упрощаются. „Альянс-Лизинг“ предлагает финансирование автотранспорта по трем документам — заявке, анкете и паспорту», — рассказывает он.

Генеральный директор ЗАО «Зест» Олег Ануфриев говорит, что лизингополучатель может зарегистрировать автомобиль на автохозяйство лизинговой компании — в таком случае отсутствует необходимость заводить собственное автохозяйство. «Также лизинговая компания может построить более гибкий график платежей в сравнении с требованиями банков по кредитным договорам, а сама процедура оформления лизинговой сделки занимает меньшее количество времени и документов, а требования к заемщику не такие жесткие, как при оформлении банковского кредита», — рассказывает господин Ануфриев.

Дмитрий Виноградов, генеральный директор ООО «Лентранслизинг», констатирует, что и кредитный, и лизинговый механизмы приобретения автомобилей пользуются популярностью, но на практике это не ведет к конкуренции между банками и лизингодателями, так как в кредит автомобили приобретают физические лица, и чаще это рядовые сотрудники компаний, а в лизинг автомобили приобретаются на компанию — либо для корпоративного использования, либо представительские автомобили для руководителей и собственников бизнеса.

По словам господина Романовского, зачастую условия приобретения автомобилей в лизинг достаточно близки во многих компаниях. Сегмент лизинга легковых авто — наиболее конкурентный на рынке, что заставляет лизингодателей следить за ценовыми и прочими условиями конкурентов и подстраивать, улучшать собственные условия, исходя из ситуации на рынке. «Например, сегодня существуют такие предложения от лизингодателей, как предоставление автомобиля клиенту на основании анализа двух документов с принятием решения за пару дней. Аналогичные предложения в отношении других типов

имущества найти крайне трудно. Также в этом сегменте наиболее низкий уровень требуемого аванса — всего 5–10 процентов, тогда как по оборудованию аванс зачастую составляет 25–30 процентов. Сроки сделок автолизинга в основном составляют около года-двух, хотя лизингодатели готовы предложить финансирование и до пяти лет. Стоит отметить и условие удорожания по сделкам автолизинга. Сегодня некоторые компании-лизингодатели заключают соглашения с автопроизводителями и предлагают приобрести автомобиль с нулевым удорожанием, фактически в рассрочку. Такая ситуация также нехарактерна для других сегментов лизингового рынка», — рассказывает Роман Романовский.

Ставка на рабочих лошадок

Эксперты говорят, что чаще всего в лизинг приобретается коммерческая техника, поскольку инструмент лизинга больше нацелен на предметы, используемые в коммерческой деятельности (чаще всего это легкий коммерческий транспорт и грузовые автомобили). Как правило, приобретаемые легковые пассажирские автомобили — это техника, используемая в представительских целях для топ-менеджеров и реже в качестве корпоративных поощрительных программ для сотрудников. Все остальные автомобили используются для профильной деятельности предприятия. Сами бренды автомобилей при этом могут быть любыми — как российскими, так и зарубежными.

По данным господина Маркина, для представительских целей в лизинг чаще всего приобретаются автомобили Mercedes, BMW, Audi, а в качестве корпоративного и коммерческого транспорта используются автомобили Ford, Volkswagen, Renault, Peugeot, Hyundai, Iveco.

Господин Ануфриев говорит, что в его компании в 2013 году были востребованы марки таких автомобилей, как Toyota и Skoda, если говорить о предшествующих двух-трех годах — марки Nissan и Renault.

По словам Германа Тремасова, на сегодняшнем этапе высокой популярностью пользуются автомобили представительского сегмента: Mercedes-Benz, BMW, Audi, Lexus, Toyota, Porsche, Jaguar, Volkswagen. «Покупка такого автомобиля влияет на имиджевую составляющую компаний — лизингополучателей. Не меньшей популярностью пользуются коммерческие автомобили и недорогие автомобили, выполняющие роль „рабочих лошадок“ в компаниях наших клиентов. Не имеет смысла перечислять бренды, так как практически каждый производитель автомобилей (отечественный и зарубежный) в своей линейке имеет модель, зачастую и не одну, которая охотно покупается посредством лизинга», — говорит он.

Игорь Герасимов

Балтийский ЛИЗИНГ

ВМЕСТЕ ДОСТИГАЯ БОЛЬШЕГО

ЛИЗИНГ

АВТОТРАНСПОРТА, СПЕЦТЕХНИКИ, ОБОРУДОВАНИЯ И НЕДВИЖИМОСТИ

Головной офис:
г. Санкт-Петербург,
ул. 10-я Красноармейская, д. 22,
(812) 325-90-80

Мы работаем
по всей России!

www.baltlease.ru
ООО «Балтийский лизинг»

ДО в Санкт-Петербурге:
пр. Энгельса, д. 33,
БЦ «Светлановский», оф. 416
(812) 325-90-81
пл. Карла Фаберже, д. 8,
БЦ «Русские Самоцветы», оф. 721
(812) 325-90-83



реклама