

МАШИННОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

ЛИЗИНГ АВТОТРАНСПОРТА — ОДНО ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСОВОЙ АРЕНДЫ В РОССИИ. ЭТО НЕУДИВИТЕЛЬНО: ДАЖЕ НЕБОГАТЫМ КОМПАНИЯМ ЛИЗИНГ ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРО СОЗДАТЬ АВТОМОБИЛЬНЫЙ ПАРК И ПРИ ЭТОМ СЭКОНОМИТЬ НА НАЛОГАХ. ОДНАКО ЛЮБОЙ БЫСТРЫЙ РОСТ ТАИТ В СЕБЕ ПОТЕНЦИАЛЬНУЮ УГРОЗУ. НА ФОНЕ НАРАСТАЮЩЕГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА ПОТРЕБЛЕНИЕ АВТОТЕХНИКИ НЕИЗБЕЖНО СОКРАТИТСЯ, И ТОГДА ЛИЗИНГОВЫЕ КОМПАНИИ ОСТАНУТСЯ С НИКОМУ НЕ НУЖНЫМИ, НО УЖЕ ИЗРЯДНО ПОПОЛЬЗОВАННЫМИ АВОПАРКАМИ.

ТАТЬЯНА КОМАРОВА

АВТО ВЫРЫВАЕТСЯ ВПЕРЕД Рынок лизинга автотранспортных средств в России растет стремительными темпами. По данным журнала «Лизинг Ревю», с 2002 по 2007 год объемы лизинга автотранспортных средств увеличились почти в 20 раз, а за 2008 год объем рынка превысил \$3,35 млрд. По итогам 2007 года, по данным «Эксперт РА», этот сектор занимает более 20% общего объема сделок на рынке финансовой аренды. «Расчеты показали, что средний годовой прирост автолизинга за рассматриваемый период составил 81,7% и опередил лизинговый рынок страны в целом, показавший рост 69,9%», — рассказывает Сергей Могильницкий, директор департамента инвестиционного финансирования Промсвязьбанка.

Участники рынка надеются, что сложившаяся тенденция в ближайшие несколько лет не изменится. Этому способствует много факторов — растущий спрос на автотранспорт, хорошая ликвидность предмета лизинга, наиболее развитый в России вторичный рынок. «Несмотря на негативные экономические факторы, наши прогнозы относительно потенциала лизинга, в частности, в автомобильном секторе самые оптимистичные», — говорит генеральный директор компании «Трансфин-М» Эдуард Керещман.

Но существуют и факторы, которые осложняют рост сегмента лизинга автотранспорта. Это низкая прозрачность малого и среднего бизнеса и, как следствие, возрастающее год от года количество мошеннических операций на рынке автолизинга, а также низкая защищенность лизингодателя в этой ситуации. Вызывают опасение участников рынка снижение темпа роста российской экономики и развитие конкурирующих рынков, таких как прокат и аренда автомобиля, а также снижение доходности лизингодателей из-за высокой конкуренции на рынке. Очевидно, что недавний обвал на фондовом и финансовом рынках вызовет цепную реакцию и в сегменте малого и среднего бизнеса: лишённые доступа к кредитным средствам, компании если не обанкротятся, то сократят объем деятельности. А значит, начнется возврат в лизинговые компании ставших ненужными автомобилями.

ОТ ФИНАНСОВОГО ДО ВОЗВРАТНОГО

С точки зрения клиентов, у лизинга есть несомненные преимущества перед кредитом автотранспорта. «Лизинг дает возможность получить целый ряд налоговых преимуществ. Это ускоренная амортизация, уменьшение налогооблагаемой базы по налогу

на прибыль, перераспределение налога на имущество. Поэтому этот инструмент интересен предприятиям, имеющим общую систему налогообложения и желающим развивать свои основные фонды», — отмечает Сергей Могильницкий.

Существует два основных вида лизинга автотранспортных средств. «Когда говорят о видах лизинга, имеют в виду финансовый и оперативный. Финансовый лизинг — это схема финансирования, предполагающая, что в течение срока договора лизинга автомобиль переходит в собственность лизингополучателя. Оперативный лизинг, наоборот, исключает обязанность лизингополучателя по выкупу автомобиля», — объясняет Егор Журавлев, начальник отдела автомобильного лизинга «Райффайзен-Лизинг».

Юридически в России операционного лизинга нет — в федеральном законе о лизинге (ФЗ №164) такое понятие отсутствует. Но несмотря на это, оперативный лизинг в форме аренды в России все же есть, поскольку удобен. «Во-первых, из расчета платежей исключается существенная часть — стоимость имущества. К примеру, процентов 30–40 от платежей покрывается за счет продажи автомобиля третьему лицу. Во-вторых, отсутствие необходимости выкупа автотранспорта имеет очень большое значение с точки зрения стандартов МСФО, что очень важно для иностранных и публичных российских компаний. Оперативный лизинг отображается по МСФО не в капитальных расходах, а в текущих расходах, что улучшает показатели бюджета. Кроме того, оперативный лизинг более удобен для менеджмента иностранных компаний: представительства не обязаны согласовывать эту инвестицию со своими штаб-квартирами», — рассказывает господин Журавлев.

Определение вида лизинга происходит на этапе планирования, когда клиент составляет график использования оборудования. Если в работе лизингополучателя техника будет использоваться постоянно, то выгоднее выбрать финансовый лизинг, если транспорт будет эксплуатироваться редко, то проще взять его в аренду с использованием операционного лизинга.

Сейчас многие лизинговые компании вводят услугу trade-in — это разновидность оперативного лизинга, при которой оборудование по окончании договора лизинга реализуется лизинговой компанией, а полученные средства, за вычетом остаточной стоимости, используются в качестве аванса при следующей лизинговой сделке. То есть лизингополучатель получает возможность довольно часто обновлять свой автопарк.

Существует и еще одна разновидность лизинга — полнооперационный, который подразумевает предоставление лизингодателем полного комплекса услуг по содержанию автопарка. Клиент перекладывает на лизинговую компанию все риски, связанные с автопарком и его эксплуатацией. Фактически это аутсорсинг транспортного звена. Компаний, предоставляющих полнооперационный лизинг, на рынке пока немного, но это направление очень перспективно. Еще один вид лизинга — возвратный. В этом случае лизинговая компания входит в сделку на этапе, когда лизингополучатель уже сам приобрел имущество и пользуется им.

КОНКУРЕНТЫ И КЛИЕНТЫ Конкуренция между лизингодателями жесткая, что, конечно, на руку клиентам: требования к ним постоянно смягчаются, а условия улучшаются.

Сейчас основное требование к компании, которая хочет получить автомобиль в лизинг, — это чтобы срок существования фирмы составлял как минимум год-полтора, в противном случае требуется оформление поручительства. Большинство лизинговых компаний работает только с теми компаниями, которые находятся на стандартном налогообложении и могут предоставить стандартную отчетность. Поэтому, например, они не работают с индивидуальными предпринимателями: лизингодатель не имеет возможности проанализировать отчетность такого клиента. Кроме того, у каждой лизинговой компании есть свои требования по минимальному обороту компании. В первую очередь, конечно, лизингодатель учитывает платежеспособность клиента, финансовые показатели его деятельности. В зависимости от этого производится расчет платежей и предлагаются условия — в каждом случае индивидуальные.

В процессе формирования корпоративного автопарка с помощью лизинга можно выделить несколько основных этапов — это подача заявки и подготовка коммерческого предложения, сбор документов и оценка состояния заемщика, анализ документов и вынос сделки на кредитный комитет. Следующий этап — подготовка договора после принятия комитетом решения. Потом финансирование (первоначальный платеж, перечисление денег поставщику), акт приема-передачи в автосалоне. Последний этап — администрирование или мониторинг задолженности.

Как правило, весь процесс занимает от недели (в лучшем случае) до месяца. В силу высокой ликвидности автотранспорта в большинстве случаев дополнительного обеспечения сделки и залога со стороны лизингополучателя не требуется, поэтому срок заключения договора может составлять всего несколько дней. Продолжительность процесса получения автомобилей зависит от того, насколько оперативно продавец (дилер) выполнит свои обязательства по договору поставки — к сожалению, иногда полу-

чение автотранспортных средств является самым длительным этапом в формировании автопарка. Как правило, на момент получения автотранспорта оплаты по договору купли-продажи уже прошли, то есть лизинговая компания свои обязательства перед клиентом выполнила.

Зато корпоративные клиенты при формировании своего автопарка всегда могут рассчитывать на скидки у поставщиков (дилера или автопроизводителя), с которыми у лизингодателей обычно налажены хорошие отношения. А лизинговая компания, в свою очередь, готова составить максимально комфортный для клиента график лизинговых платежей. Например, некоторые лизинговые компании могут предложить своим клиентам возрастающие лизинговые платежи — такой график актуален при достижении определенных финансовых показателей и росте бизнеса. Правда, таких компаний пока немного.

НЕСТАНДАРТНЫЕ ПОЖЕЛАНИЯ Наиболее популярно у крупных компаний приобретение новых импортных автомобилей (Mercedes Benz, Volvo и т. д.). Для формирования парка развозных машин, как правило, приобретаются бюджетные автомобили: Ford Focus, Toyota Corolla, автомобили корейских марок. Транспорт для доставки продукции служат легкие коммерческие автомобили марок Ford, Hyundai, «Газель», ВИС, Citroen, Renault, Peugeot.

Иногда компания, приобретая транспорт, хочет его модернизировать, приспособив под свои нужды. Договор лизинга это позволяет, но изменения необходимо фиксировать на стадии подписания документов. «Если требуется дополнительное оснащение или переоборудование транспортного средства, необходимо в договоре четко определить права и обязанности сторон в отношении изменений и процедуры внесения изменений. В договоре лизинга обязательно нужно зафиксировать, что все изменения должны происходить с письменного согласия лизингодателя, определить источник финансирования и регистрации изменений, последствия изменений, то есть чья собственность автомобиля будут являться, если изменения приводят к изменению типа транспортного средства», — подчеркивает господин Могильницкий.

Определенную выгоду приносят переданные в лизинг автомобили и самому лизингодателю — здесь речь идет прежде всего о рекламе на автомобилях. Чтобы избежать проблем, связанных с налогообложением (в том числе ограничения затрат на рекламу), лизинговые компании крайне редко наносят на переданные в лизинг автомобили информацию рекламного характера. Наиболее часто (руководствуясь положением закона о лизинге, требующего, чтобы предмет лизинга легко идентифицировался) наносится информация о собственнике, то есть наименование компании, ее реквизиты, телефон и проч. С юридической точки зрения это не рекламная информация, а с практической — как минимум имиджевая реклама. ■

С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КЛИЕНТОВ, У ЛИЗИНГА ЕСТЬ НЕСОМНЕННЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕРЕД КРЕДИТОМ АВТОТРАНСПОРТА. ЭТО УСКОРЕННАЯ АМОТИЗАЦИЯ, УМЕНЬШЕНИЕ НАЛОГООБЛАГАЕМОЙ БАЗЫ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ, ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



Вектор Лизинг
вектор успеха

(495) 783-33-60