ЛИЗИНГ

Кто всегда не прав

сервис

На рынке лизинга развернулась борьба за клиента. В этом отношении российский рынок становится похожим на западный, где в лизинге сервисные составляющие не менее значимы, чем непосредственно арендный и финансовый механизмы лизинга.

В 2012 году лизинговые компании проявляют все больше внимания к совершенствованию своего продукта и продуктовой линейки. До кризиса 2008–2009 годов лизинг был в основном просто финансовой услугой, в полном соответствии с тем, как она описана в ГК РФ и законе «О лизинге», и без каких-либо излишеств.

В условиях кризиса спрос упал в разы, а последовавший с 2010 года рост рынка лизинга носил в основном восстановительный характер. Снижение инвестиционной активности в экономике (которое возобновилось в этом году на фоне европейской нестабильности) совпало по времени с насыщением наиболее «лакомых» для лизингодателей сегментов рынка — автолизинга, лизинга спецтехники, железнодорожного подвижного состава, авиализинга. Закономерным образом в этих сегментах обострилась борьба за клиента, и результатом этого стало заметное совершенствование лизинговых продуктов.

В отличие от банков, лизингодатели не≈ограничены требованиями ЦБ РФ и поэтому могут достаточно смело интегрировать в лизинговые продукты услуги сервисного, а не чисто финансового характера. В некоторых случаях эта грань вообще размывается, как, например, при оперативном лизинге, который регулируется уже законодательством не о лизинге, а об обычной аренде. И лизинговые компании уже довольно широко используют предоставленные законом возможности. По итогам трех кварталов 2012 года можно выделить несколько новых трендов развития продуктового предложения у лизинговых компаний.

Продукты с клиентским сервисом

Прежде всего можно говорить о распространении дополнительных услуг в рамках договора лизинга. В области автолизинга массовый характер приобретает дополнительный сервис, когда лизингодатель берет на себя полный или частичный аутсорсинг управления автопарком (прохождение ТО, сезонная замена резины, организация ремонта, предоставление подменного автомобиля и т. д.). Лизинговые компании добавляют к этим услугам различные вариации — например, «Европлан» предлагает клиентам топливную программу, по которой лизингополучатели становятся владельцами универсальных топливных карт для заправки транспорта по безналичному расчету на АЗС.

Некоторые компании принимают меры, направленные на повышение удобства для клиента при оформлении лизинга. Так, «ВЭБ-лизинг» предлагает выезд менеджера по лизингу в офис к клиенту и помощь в сборе документов и формировании заявки, а также принятие решения о финансировании приобретения пассажирского транспорта и спецтехники онлайн.

Все больше появляется продуктов с быстрыми сроками рассмотрения заявок, развивается лизинг «без оценки финансового состояния заемщика». В целом тут можно отметить такую тенденцию: акцент в управлении рисками переносится на ликвидность залога и возможность быстрого изъятия вместо скрупулезной оценки платежеспособности заемщика. Сейчас такие продукты предлагают уже практически все лидеры в автолизинге: «Европлан», «Каркаде», «Элемент Лизинг», «ФБ Лизинг», «Уралсиб» и другие, а также специализированные компании, такие, как «Свое дело». Разумеется, такой лизинг обычно дороже обычного.

Усиление клиентского сервиса коснулось не только автолизинга. Компания «Сименс Финанс» предложила программу «Мастерлизинг» — по сути, это лизинговый аналог кредитной линии. В ее рамках устанавливается и одобряется определенный лимит на клиента, который выбирается не сразу, а по мере необходимости. Минимальный размер лимита финансирования составляет 10 млн руб. в год, но при этом у клиента нет обязательств по полному освоению лимита. По данным агентства «Новые маркетинговые решения», в среднем 60% новых договоров лизинга заключаются лизинговыми компаниями повторно, с уже действующими клиентами. При этом сумма лизингового финансирования, запрашиваемая постоянными клиентами, обычно растет из года в год, иногда даже в несколько раз. Поэтому выделение постоянно действующей линии финансирования является, безусловно, удобным решением.

Еще один новый тренд — усиление продуктовой линейки за счет присоединения банковских продуктов. Компании «Европлан» и «Каркаде» объявили об интеграции банковских продуктов в свою продуктовую линейку. Для этих целей «Европлан» стал владельцем ЗАО «Восточный ипотечный банк», а компания «Каркаде» приобрела ОАО «КубаньБанк». Впрочем, названия банков не имеют существенного значения, поскольку после приобретения стратегия их развития явно будет отличаться от прежней.

Такое расширение продуктовой линейки, безусловно, повышает удобство для клиента, поскольку позволяет ему получать финансовые услуги в «одном окне». Для лизинговых компаний это обеспечивает дополнительный источник дохода.

Кроме того, такая стратегия позволяет лизинговым компаниям в перспективе снизить зависимость от одного продукта — собственно лизинга. Хотя рынок лизинга растет значительно быстрее банковского кредитования, но и падает он в условиях кризиса гораздо сильнее. В 2009 году объем новых лизинговых сделок сократился в три раза к предыдущему году, а объем кредитов, выданных банками малому и среднему бизнесу, не только не сократился, но и продолжал умеренно расти. В основном это произошло благодаря тому, что спад спроса на инвестиционные кредиты был замещен ростом спроса на оборотное кредитование. В этом смысле присоединение банковских продуктов существенно повысит антикризисную устойчивость самих лизинговых компаний.

Интеграция государственных субсидий в лизинговый продукт

Как инструмент модернизации производственных фондов лизинг пользуется многосторонней поддержкой государства. Прежде всего это отражается в льготах по налогу на прибыль и налогу на имущество. Однако существуют и другие меры поддержки лизинга.

Наиболее обширная и при этом сумбурная деятельность по поддержке лизинга была проявлена на региональном уровне. По данным исследований компании «Новые маркетинговые решения», программы поддержки лизинга на законодательном уровне заявлены более чем в 40 российских регионах. Программы поддержки в каждом регионе разрабатывались, очевидно, без оглядки на другие регионы, поэтому из всех программ трудно найти хотя бы одну похожую на другую. Хотя такие программы принимались с начала 2000-х, до последнего времени почти все они не действовали на практике. Некоторые программы были просто не обеспечены бюджетными средствами, по другим не были приняты конкретные регламенты их реализации, третьи программы свелись к финансированию единственной региональной лизинговой компании с государственным участием. В некоторых регионах субсидирование выделялось отдельно взятым предприятиям в совершенно непрозрачном и закрытом режиме.

В связи с этим любые попытки интегрировать эти программы в рыночный лизинговый продукт до последнего времени оставались бесплодными. Однако в 2012 году ситуация начала меняться. В наиболее сильных регионах программы субсидирования лизинга наконец начали работать в открытом и прозрачном режиме. В настоящее время об их практическом воплощении стало известно в Москве, Тюмени, Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Об интеграции региональных субсидий в условия своих продуктов заявили «ВЭБ-лизинг», «Европлан», «Каркаде», «ЮТэйр Лизинг» и другие. В основном эти программы распространяются на предприятия малого и среднего бизнеса в соответствующих регионах.

Еще одно новое направление государственного субсидирования регламентируется постановлением правительства №1212, которое утверждает правила предоставления субсидий из федерального бюджета на возмещение российским авиакомпаниям части затрат на уплату лизинговых платежей за воздушные суда для региональных и местных воздушных перевозок. Новизна состоит в том, что теперь субсидирование распространяется на любые виды региональных и местных самолетов, в том числе иностранного производства (программа была принята как реакция на череду авиакатастроф в 2011 году с целью форсировать обновление авиапарка). Действовавшая до сих пор программа субсидирования распространялась только на лизинг воздушных судов отечественного производства, а поскольку производство таких судов в последние годы исчислялось единицами, то и программа субсидирования осваивалась лишь в незначительной части.

Программа принята как нельзя более своевременно. Если в сегменте региональной авиации работает несколько крупнейших лизингодателей («ВЭБ-лизинг», «ВТБ Лизинг», Государственная транспортная лизинговая компания и др.) и лизинговое финансирование в принципе доступно, то в сегменте малой авиации (самолеты вместимостью до 20 мест) дело обстоит гораздо труднее. Это обусловлено более слабым финансовым состоянием местных авиакомпаний. Региональными самолетами оперируют более крупные и, соответственно, более кредитоспособные авиакомпании, поэтому они и в большей мере интересны для лизингодателей.

По сути, единственным игроком, готовым и способным работать на сегодняшний день в сегменте малой авиации, является Государственная транспортная лизинговая компания (ГТЛК). Это обусловлено тем, что деятельность ГТЛК как государственной компании направлена на модернизацию транспортной отрасли. В 2012 году ГТЛК уже передала в лизинг 11 региональных и местных воздушных судов с применением механизма субсидирования.

Василий Кашкин,
управляющий партнер агентства «Новые маркетинговые решения»

Грузовые будни

коммерческий транспорт

В 2011 году и первом полугодии 2012 года грузооборот и производство необходимой для перевозок техники стабильно росли. Основным фактором, обеспечившим этот рост, стало увеличение объемов промышленного производства.

Согласно данным Росстата, грузооборот транспорта только с января 2010 года по январь 2012 года вырос почти на 9% — с 393 до 428 тонно-километров. По данным АСМ-Холдинга, объем выпуска грузовиков в России за январь—июнь 2012 года увеличился на 5%: с конвейера сошло почти 97 тыс. штук. Ряд предприятий значительно нарастил объемы производства: КамАЗ прибавил почти 17%, ПСП «ВИС-Авто» — 30,9%, «Бецема» — 29%. Неплохо себя чувствуют и производители иностранных марок. Так, «Вольво-Восток» прибавил почти 45%, ФУЗО «КамАЗ Тракс Рус» и ОСП «ФУЗО „КамАЗ Тракс Рус“» выросли в 1,6 раза, «БАУ Мотор Корпорейшен» — в 2 раза, «Мерседес-Бенц Тракс Восток» — в 2,7 раза.

Российские продажи грузовиков в январе—июле 2012 года увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 18,2%, до 203 тыс. единиц. Это более высокий темп роста, чем у рынка легковых автомобилей. Неплохо себя чувствуют все сегменты рынка. Отгрузки отечественных автомобилей увеличились на 9,5%, до 93,84 тыс. единиц. Однако рыночная доля этого сегмента медленно, но верно сокращается: 50% в прошлом году против 46% в нынешнем. Продажи «российских иномарок» увеличиваются третий месяц подряд (с 10,81 тыс. до 14,55 тыс. грузовиков), а их рыночная доля составляет уже более 7%. Импорт новых грузовиков вырос на 24%, до 82 тыс. машин. Теперь новые иностранные машины занимают более 40% рынка, подержанные — около 6%, причем продажи последних выросли почти в полтора раза. А это вряд ли можно назвать позитивной тенденцией.

Несмотря на рост производства грузового транспорта и объемов грузоперевозок, вопрос о необходимости серьезного обновления имеющегося в России автопарка все еще стоит достаточно остро. 64% грузовых автомобилей имеют возраст более десяти лет и около 60% соответствуют экологическому классу «Евро-0». Но нормативно запрещать их нельзя. В странах с рыночной экономикой, к которым относится и Россия, прямого административного запрета на использование старых грузовых автотранспортных средств не существует. Для стимулирования их обновления используются исключительно методы экономического и технического характера, делающие невыгодным эксплуатацию устаревшего транспорта. Сейчас это направление должно получить максимальное развитие.

Наиболее эффективным механизмом обновления грузового автопарка был и остается лизинг. По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», в прошлом году лизинг автотранспорта показал некоторое изменение объемов. В частности, лизинг грузового транспорта, опередив авиализинг, стал вторым по объему сегментом, несмотря на то что его доля за год снизилась с 9,9% до 8,3%. По итогам прошлого года лизингодатели заключили новых сделок на сумму 1,3 трлн рублей — на 79% больше, чем в 2010 году (прирост рынка в 2010 году составил 130%).

Однако аналитики не верят, что такой рост будет продолжаться долго. Повышение ставок по кредитам в условиях, когда банковское финансирование занимает 60–75% в источниках фондирования лизинговых компаний, существенно бьет по марже лизингодателей и доступности их услуг, что может привести к очередной «чистке» среди игроков лизингового рынка. В такой ситуации наиболее эффективные программы могут предлагать только крупные лизинговые компании при государственных банках или государственные лизинговые компании с собственным капиталом. При этом огромное значение имеют не только объемы сделок, но и способность компаний играть на быстрорастущих рынках, а также наличие диверсифицированного программного портфеля для клиентов (наличие льготных программ, долгосрочных договоров, возможности понижения ставок). Именно поэтому лидерами рынка остаются «ВЭБ-лизинг», «ВТБ Лизинг», «Сбербанк Лизинг», Государственная транспортная лизинговая компания (ГТЛК).

Нестабильность мировой экономики, ожидание новой волны кризиса делает больших и устойчивых государственных лизингодателей особенно привлекательными. Так, если в 2011 году ГТЛК заключила договоры лизинга грузовой техники на 1 млрд рублей, то только за первые восемь месяцев текущего года — уже на 2,3 млрд рублей. В своем развитии ГТЛК делает ставку на диверсифицированный портфель, поэтому для компании важны все сегменты лизинга, в которых она работает. И это не только дорожное хозяйство, с которого начиналась активная реализация программ государственного лизинга. Грузовая техника — это один из наиболее востребованных сегментов. Все успешные компании сейчас показывают в нем рост.

Тем не менее для бизнеса важна не только стабильность, но и максимально выгодные условия финансирования. Здесь также в привилегированном положении оказываются крупные игроки, имеющие доступ к «дешевым» деньгам, малодоступным небольшим игрокам. Есть еще один важный критерий. Большинство лизинговых компаний проводит оценку поставщиков, но их подходы сильно разнятся. Самое распространенное условие для отечественных лизингодателей — сможет ли компания поставить оборудование, не использует ли она мошеннические схемы. Если поставщик — фирма-однодневка, она просто исчезнет с полученными деньгами. Второе условие оценки — не завышена ли стоимость оборудования, это также интересует всех. Тем не менее есть еще одно важное направление работы, которым многие незаслуженно пренебрегают,— сможет ли поставщик обеспечить сервисное обслуживание закупаемой техники. Здесь также заметное преимущество у топ-5. Только у крупных компаний хватает ресурсов полноценно работать по всем направлениям. Государственная транспортная лизинговая компания уделяет этому вопросу максимальное внимание. ГТЛК работает только напрямую с производителями техники или с официальными дилерами, которые сертифицированы и в соответствии с дилерским соглашением обязаны проводить ремонтные работы. На мой взгляд, всем лизинговым компаниям независимо от их размера необходимо обращать внимание на наличие сервисной сети и хороший опыт поставок. Но, увы, не всем это по силам.

Основные изменения на российском рынке грузового транспорта будут связаны с участием страны во Всемирной торговой организации, это должно заметно повлиять и на структуру рынка лизинга. Таможенные ставки на самосвалы для бездорожья уже снижены с 25% до 5%, на новые дизельные грузовики полной массой до 5 тонн — с 25% до 10%, полной массой от 5 до 20 тонн — с 25% до 15% , полной массой свыше 20 тонн — с 25% до 10%, на бывшие в эксплуатации грузовики ставки снизились с 25–30% до 15%. А в 2015–2017 годах ставки на большинство позиций новых и подержанных автомобилей снизятся еще на 5%.

Владимир Добровольский

«Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» («Лизинг»). Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. | **Дмитрий Сергеев** — генеральный директор «Коммерсантъ-Холдинг» | **Павел Филенков** — генеральный директор ИД «Коммерсантъ» | **Азер Мурсалиев** — шеф-редактор ИД «Коммерсантъ» **Эдвард Опп** — директор фотослужбы | **Валерия Любимова** — директор по рекламе. **Рекламная служба:** Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353 | **Алексей Харнас** — руководитель службы «Издательский синдикат» | **Ольга Соломатина** — выпускающий редактор | **Ольга Боровягина** — редактор | **Сергей Цомык** — главный художник | **Виктор Куликов** — фоторедактор **Екатерина Бородулина** — корректор | **Адрес редакции:** 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Тел. (499) 943-9724/9774/9198