

«МЫ ДАВНО РАБОТАЕМ ТАК, БУДТО ЗАВТРА НАСТУПИТ КРИЗИС»

Потери экономики от пандемии оказались ниже ожидаемых, что позволяет лизинговым компаниям не менять свои стратегии из-за кризиса, а главным конкурентным преимуществом на рынке остается цифровизация, актуальность которой только выросла из-за двухмесячного карантина. Об этих и других тенденциях на мировом и отечественном рынке лизинга рассказал в интервью «Деньгам» генеральный директор компании «Райффайзен-Лизинг» **Виталий Милованов**.



Как лизинговый сектор пережил период жестких ограничений из-за пандемии?

— Глобально говорить о последствиях пандемии еще рано, они могут еще проявить себя в будущем. Пока мы видим только разницу между объемами лизингового финансирования в первом и втором квартале 2020 года: например, в апреле количество договоров у лизинговых компаний в России снизилось по сравнению с мартом на 63%. Здесь сыграли роль несколько факторов — это и переход на удаленный формат работы, и запрет на работу автодилеров в крупнейших регионах, да и сами клиенты пересмотрели свои инвестпрограммы в сторону уменьшения.

Для нашей компании первый квартал был рекордным: мы показали годовой прирост финансирования на уровне 54%. Второй квартал еще не закончился, но мы полагаем, что его объемы окажутся на треть меньше, чем в первом квартале. Весь апрель мы, и другие лизинговые компании были в основном заняты вопросами реструктуризации действующих договоров с клиентами, но к середине мая уже активно переключились на рассмотрение новых сделок. В июне этот тренд усилился, но говорить о возвращении к докризисным показателям, думаю, пока еще рано, в том числе и потому, что не исключена и вторая волна кризиса.

Тем не менее основания для оптимизма есть, поскольку в основных сегментах экономики, где сосредоточено наибольшее количество лизингового имущества, спад оказался гораздо ниже ожидаемого. Например, в транспортной отрасли — всего около 8%, в строительстве — лишь 2,2%, а сельское хозяйство даже приросло. Причем следует понимать, что эти цифры — «средняя температура по больнице». В том же транспорте, например, очень сильно упали пассажирские перевозки, но при этом некоторые крупные железнодорожные операторы контейнерных перевозок показали рост за счет того, что оттянули часть рынка на себя. Выиграли операторы курьерской доставки, продуктовый ритейл.

— Каков был объем заявок на реструктуризацию лизинговых договоров и какова доля обращений клиентов из отраслей, официально признанных правительством пострадавшими от пандемии?

— Размер запросов на реструктуризацию составил около 15% от нашего текущего портфеля. При рассмотрении этих заявок мы не делили клиентов на пострадавшие и непострадавшие отрасли, ведь в начале пандемии ситуация у всех была разная. Мы смотрели на каждый бизнес индивидуально и старались оценить, насколько введенные ограничения реально повредили работе компании и где мы можем в этой ситуации помочь. Здесь, как мне кажется, нам удалось пройти по острию ножа и соблюсти необходимый паритет между поддержкой лизингополучателей и соблюдением интересов нашей компании.

— И сколько заявок в итоге было одобрено?

— Мы одобрили больше 70% запросов на реструктуризацию, но, что интересно, некоторые клиенты в итоге не воспользовались предоставленными смягчениями графика платежей. Судя по всему, они увидели, что ущерб от пандемии оказался не столь сильным, как ожидалось, и они решили не переносить платежи на будущий период.

— Пересматривалась ли в связи с кризисом стратегия вашей компании или группы «Райффайзенбанк» в России в целом?

— Нет, ни наша, ни глобальная стратегия группы из-за кризиса не корректировалась. Я бы сказал, что стратегия «Райффайзен-Лизинг» как раз в том и заключается, чтобы быть готовым к любой турбулентности. Фактически мы уже много лет живем и работаем так, как будто завтра наступит кризис. В части лизинга мы ви-

дим два главных драйвера роста бизнеса — это адекватный и прозрачный риск-подход, основанный в том числе на отличиях кредитного и лизингового продукта, а также скорость и простота оформления лизинговой сделки. Буквально неделю назад у нас прошла онлайн-встреча с руководителями всех лизинговых компаний международной группы «Райффайзен», где мы сформулировали лозунг «It's time to do leasing», понимая под этим то, что в условиях нестабильности лизинг — это более предпочтительный продукт по сравнению с инвестиционным кредитом. Скорость и простота определяются способностью компании правильно выстроить собственные бизнес-процессы, уровнем автоматизации и готовностью к постоянным инновациям.

— Кстати, а как зарубежные компании переживают пандемию? Какой их опыт нам тоже будет полезен?

— Влияние пандемии везде очень похоже. Например, падение продаж автомобилей в европейских странах во втором квартале достигает все тех же 50–70%, похожий спад в других отраслях экономики. Но структура рынка автолизинга в Европе и США несколько другая: там популярен лизинг для физических лиц, который у нас, в России, сдерживается прежде всего за счет особенностей в налоговом законодательстве, и также там высока доля операционного лизинга.

Например, в США популярен лизинг автомобилей для физических лиц: можно купить машину в трехлетнюю аренду, а по окончании этого срока лизингодатель просто меняет автомобиль на новый. В результате клиент все время ездит на новом автомобиле и платит фиксированный платеж. В условиях, когда в стране стоимость финансирования около