

НЕДОРОЩЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

В 2006 ГОДУ РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛИЗИНГА ВЫРОС ВДВОЕ. МНОГИМ ЭКСПЕРТАМ ЭТО ДАЕТ ПОВОД ВЕСТИ ДИСКУССИИ О РАСТУЩЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В СРАВНЕНИИ С БАНКАМИ. ОДНАКО ВЕДУЩИЕ ИГРОКИ ЛИЗИНГОВОГО РЫНКА УВЕРЕНЫ, ЧТО О РЕАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ ГОВОРИТЬ ЕЩЕ РАНО. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ И БАНКОВ ПОКА СКЛАДЫВАЮТСЯ КАК ВЗАИМОВЫГОДНЫЙ СИМБИОЗ. ОЛЬГА ХВОСТУНОВА

В России подавляющее большинство лизинговых компаний создавалось при непосредственном участии банковских структур. Лизинг был новой финансовой услугой, при помощи которой банки пытались расширить свой кредитный портфель. Как правило, дочерние лизинговые подразделения призваны были обслуживать корпоративных клиентов банков и не слишком заботились о привлечении дополнительного финансирования. По мере развития ряда отраслей российской промышленности и, как следствие, лизингового бизнеса и банки, и лизинговые компании стали переосмысливать открывающиеся перед ними новые возможности.

ПАРТНЕРЫ ПО КРОВИ По сравнению с независимыми компаниями банковские лизинговые компании априори оказались в более выгодных условиях для старта. Имея в распоряжении ресурсную и клиентскую базу банка, дочерние лизинговые компании могли спокойно отстраивать и регулировать свой бизнес на начальных этапах развития. В дальнейшем большинство из них сохранили комфортный для ведения бизнеса статус-кво.

«Российский рынок лизинга развивается с 1998 года таким образом, что подавляющее большинство лизинговых компаний учреждены и финансируются из конкретных банков, — говорит директор по развитию бизнеса компании Europlan Александр Михайлов. — Количество истинно независимых бизнесов, не аффилированных с банками, чрезвычайно мало». Причина тому, по мнению господина Михайлова, кроется в том, что построить лизинго-

вый бизнес как самостоятельное предприятие с привлечением ресурсов из несвязанных рыночных источников чрезвычайно сложно. Собственники в этом случае должны стремиться к увеличению стоимости и постоянной капитализации именно этого бизнеса.

Представители банковских лизинговых компаний считают, что доступ к ресурсам банковской структуры — большой плюс. Управляющий директор «Райффайзен-Лизинга» Галина Костылева называет ряд преимуществ банковской лизинговой компании перед независимой. По ее словам, это присутствие в ключевых европейских странах, с которыми сотрудничает группа «Райффайзен», единая продуктовая линейка для всех клиентов, которая включает и лизинговые услуги, наличие региональной сети банка для привлечения и обслуживания клиентов в российских регионах и финансирование лизинговых сделок из банковских кредитов.

В то же время банковские лизинговые компании, нацеленные на развитие собственного бизнеса, могут выходить из-под контроля материнских структур. Как рассказал ВГ Михаил Таов, генеральный директор ООО «Ренессанс-Лизинг», у лизинговых компаний, созданных банками, всегда существует две возможности. Первая — замкнуться на обслуживании интересов материнской структуры. Так были образованы нерыночные компании, явившие собой лишь дополнительную финансовую услугу в портфеле банка. Банк строго регламентирует их работу и жестко ограничивает бюджет. В результате основная задача таких лизинговых компаний состоит не столько в получении прибыли,



ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА КОМПАНИИ EUROPLAN АЛЕКСАНДР МИХАЙЛОВ: «КОЛИЧЕСТВО ИСТИННО НЕЗАВИСИМЫХ БИЗНЕСОВ, НЕ АФФИЛИРОВАННЫХ С БАНКАМИ, ЧРЕЗВЫЧАЙНО МАЛО»

сколько в надлежащем обслуживании клиентов банка. Второй путь — выйти из-под опеки головной структуры. Многие компании, ориентированные на рыночный путь развития, старались отмежеваться от материнских банков, сдерживавших их амбиции. «Те, кто добился успехов в конкурентной борьбе, стали дополнительными центрами прибыли для своих акционеров. Естественно, что банки, чьи дочерние компании добились успеха на рынке, от этого только выиграли», — говорит Михаил Таов.

Мысль о партнерстве и даже взаимной зависимости лизинговых компаний и банков поддерживают и другие игроки лизингового рынка. Так, финансовый директор «Центр-Капитала» Елена Адамова указывает на то, что, даже обретя формальную самостоятельность, большинство лизинговых компаний, нуждающихся в значительном объеме кредитных ресурсов, так или иначе остаются крепко привязанными к банку. «Схема сотрудничества банков и лизинговых компаний зависит от размера лизинговой компании и взаимосвязи с конкретным банком. Так, например, некоторые лизинговые компании, даже крупные, по своей экономической сущности являются вспомогательными структурными подразделениями банков. Созданные для расширения спектра услуг, предлагаемых банком своим клиентам, независимые лизинговые компании являются для банков крупными клиентами и заемщиками, использующими весь спектр банковских услуг», — считает госпожа Адамова. Кроме того, она указывает на то, что заинтересованность банков в лизинговых компаниях как в своих клиентах будет только повышаться: «Лизинговые компании — это, во-первых, крупные клиенты и заемщики. И, во-вторых, лизинговая компания, как правило, приходит в банк со своими клиентами, которые в будущем могут стать клиентами банка».

Таким образом, сегодня под управлением банков работает большинство лизинговых компаний. Однако на рынке все же начинает прослеживаться тенденция к активиза-

ции работы кэптивных лизинговых компаний, работающих при производителях (например, автомобильного транспорта). «Такие компании напрямую не связаны с банками, хотя иногда финансируются в них. Они борются за долю рынка лизинга именно своей марки, для продвижения которой они и создавались автоконцернами», — объясняет Александр Михайлов.

ФИНАНСОВЫЕ СХЕМЫ Вследствие доминирования банковских лизинговых компаний на рынке в подавляющем большинстве случаев они финансируются за счет именно банковских кредитов. Однако нынешние темпы развития лизингового рынка (порядка 100% по итогам 2006 года) действительно позволяют лизинговым компаниям задуматься о переходе на новые способы финансирования бизнеса.

Некоторые игроки рынка начинают говорить об облигационных займах и иностранных инвестициях. В частности, облигационные займы считают перспективной возможностью привлечения средств в компании «НОМОС-лизинг Северо-Запад». Заместитель коммерческого директора компании Геннадий Коваленко говорит о том, что если у компании набран большой лизинговый портфель, идут длинные сделки, то выпуск облигаций может принести ощутимую пользу. Той же точки зрения придерживается и Елена Адамова: «Банковские кредиты являются основным источником финансирования деятельности лизинговых компаний в настоящее время. Но в будущем, учитывая, что основная масса лизинговых компаний станет использовать все рыночные инструменты для привлечения финансирования, доля банковского кредитования в портфеле лизинговых компаний будет сокращаться. Хотя, если учесть динамику роста рынка лизинга и его ведущих игроков, абсолютные цифры кредитов будут возрастать».

Впрочем, некоторые эксперты считают, что время облигаций на российском рынке еще не пришло. Михаил Таов подчеркивает, что для большинства российских лизинговых компаний банковский кредит является пока единственным доступным способом финансирования своей деятельности, а размещение обязательств на фондовом рынке для большинства российских лизинговых компаний сегодня либо неэффективно, либо технически неосуществимо. Поскольку по-настоящему эффективными могут быть размещения на сумму свыше нескольких сотен миллионов долларов, займы таких размеров сегодня могут позволить себе единицы. «Для размещения своих обязательств на фондовом рынке необходимо соблюдение определенных критериев, соответствовать которым могут лишь крупнейшие российские лизинговые компании. Сама процедура выпуска и размещения ценных бумаг достаточно сложная и дорогостоящая», — поясняет Михаил Таов. Однако он добавляет, что высокие темпы развития рынка лизинговых услуг и рост объемов бизнеса лизинговых компаний могут привести к трансформации на рынке: «Изменению этой ситуации будут способствовать активная интеграция российской экономики в мировой рынок».

БАНКИ И ЛИЗИНГОВЫЕ КОМПАНИИ ЗАЧАСТУЮ НЕ ТОЛЬКО КОНКУРЕНТЫ, НО И ВЗАИМОЗАВИСИМЫЕ ПАРТНЕРЫ



КОНКУРЕНТЫ

ЛИЗИНГ АВТОТРАНСПОРТА



В М Е С Т Е В Б И З Н Е С Е



www.extroleasing.ru

Телефоны:
в Москве (495) 642 642 0
в Санкт-Петербурге (812) 334 3311

Реклама ООО «Экстролизинг»