

ОБРАТНАЯ СТОРОНА РОСТА

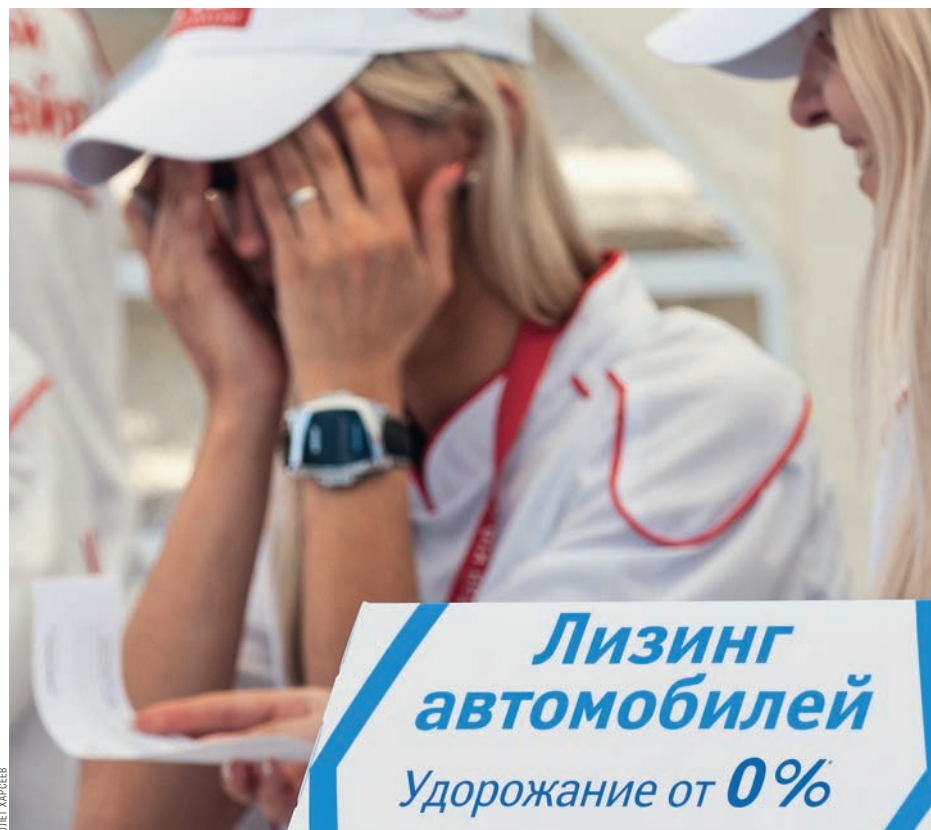
ЛИЗИНГ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ПОСТЕПЕННО ВОЗВРАЩАЕТСЯ К ДОКРИЗИСНЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ, ОДНАКО В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОГО СПРОСА ДАЛЕКО НЕ ВСЕ ДИЛЕРЫ СКЛОННЫ СОТРУДНИЧАТЬ С ЛИЗИНГОВЫМИ КОМПАНИЯМИ. В РЕЗУЛЬТАТЕ ОБЪЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЛИЗИНГОВЫМ СХЕМАМ ДОСТАТОЧНО НЕВЕЛИК, А БЫВШИЕ В УПОТРЕБЛЕНИИ АВТОМОБИЛИ ВЫДАЮТСЯ В ЛИЗИНГ НА БОЛЕЕ СТРОГИХ УСЛОВИЯХ.

АЛЕКСЕЙ ЛОССАН

СЕМЬ РАЗ ОТМЕРЬ Все несколько последовавших после финансового кризиса лет российский рынок автолизинга последовательно восстанавливался. Как говорит главный экономист УК «Финам Менеджмент» Александр Осин, рост лизингового рынка только за первое полугодие достиг примерно 15%. При этом на долю автомобильного лизинга приходится ориентировочно 20% от общего объема рынка. Более того, ставки по договорам лизинга уже вернулись к докризисным: по автолизингу они составляют от 13% годовых. «В среднем по рынку страховка составляла от 0,3% в год для оборудования, 1,5–2% для техники и до 7,5% для легковых автомобилей, для подержанных автомобилей она выше», — перечисляет особенности посткризисного рынка Александр Осин. В целом, по его словам, отрасль автолизинга работает исходя из ориентировочной чистой рентабельности в 15–20%.

По словам заместителя коммерческого директора ГК «Балтийский лизинг» Андрея Бугрова, теперь редко встретишь клиента, который берет имущество в лизинг «с запасом». По словам начальника управления автолизинга «Москва» Евгения Кулакова, лизингополучатели после кризиса также стали более разборчивы и в выборе лизингового партнера. В период кризиса у многих из них встал вопрос о том, с кем сотрудничать, так как более половины лизинговых компаний прекратили или приостановили свою деятельность, что принесло массу дискомфорта лизингополучателям. Более того, лизингополучатели стали внимательнее и аккуратнее относиться к валюте финансирования. На данный момент более 95% договоров в автолизинге заключается в рублях, чтобы снизить валютные риски. Особенно стали осторожны те, кто уже как-то пострадал в кризис. По словам Евгения Кулакова, лизингополучатели, допускавшие просрочки, также стали больше разбираться в нюансах лизинга, так как у некоторых из них применялись законодательно прописанные санкции со стороны лизингодателей.

НАЙТИ ДИЛЕРА Чтобы лизинговая компания была успешной на этом рынке, ей необходимо договориться с автодилером. Как говорит аналитик «Инвесткафе» Ки-



рилл Марков, некоторые лизинговые компании заключают льготные схемы приобретения автомобилей у дилеров для последующей более выгодной передачи в лизинг клиенту-лизингополучателю. Такие схемы позволяют заключать договоры финансовой аренды с минимальным или нулевым удорожанием. Причем между дилерами и лизингодателями обычно устанавливаются отношения на основе индивидуальных договоренностей. Для автодилеров привлечение партнера в области лизинга в первую

очередь означает расширение рынков сбыта. Более того, под влиянием роста конкуренции происходит взаимопроникновение бизнеса лизинговых компаний и компаний автодилеров. Как говорит Владимир Добровольский, отношения автодилера и лизинговой компании строятся, как правило, по двум основным схемам: покупатель—автодилер—лизингодатель или покупатель—лизингодатель—автодилер. Первый вариант позволяет стимулировать клиента с ограниченными финансовыми возможностями на приобретение как более дорогостоящей техники, так и большего количества машин. В свою очередь, вторая схема демонстрирует сотрудничество с лизинговой компанией как возможность дилера иметь дополнительный гарантированный канал продаж, сопровождая совместное партнерство различными рекламными акциями и предложениями. Впрочем, к такому сотрудничеству стремятся далеко не все дилеры, что отражается на выборе техники, которую клиент может приобрести по договору лизинга. «Сегодня на рынке крайне ограниченный выбор техники. Учитывая недостаточный объем произ-

ЛИЗИНГОВЫЕ КОМПАНИИ КОНКУРИРУЮТ МЕЖДУ СОБОЙ В БОРЬБЕ ЗА КЛИЕНТА НЕ В ОБЛАСТИ СТАВОК, А В ОБЛАСТИ ЛИЗИНГОВЫХ ПРОГРАММ

водства, складывается ситуация, когда нужно ждать автомобиль несколько месяцев, и это отражается и на предпочтениях лизингополучателей как в выборе марки автомобиля, так и выборе лизинговой компании. Если проанализировать итоги полугодия, то показатели скачкообразные, основной спрос отложен на конец года, когда ожидается рост продаж автотранспорта и передача его в лизинг», — говорит Андрей Бугров.

ПОДЕРЖАННЫЙ ВЫБОР В первую очередь от недостатка выбора страдают потенциальные покупатели подержанных автомобилей. «В данном случае автомобиль финансируется с повышенным авансовым платежом и консервативным сроком лизинга. Если автомобиль произведен более пяти лет назад и вызывает сомнения у риск-менеджера, может быть дополнительно проведена техническая диагностика автомобиля перед его финансированием», — говорит Евгений Кулаков. Впрочем, по словам Владимира Добровольского, «пик лизинга б/у техники пришелся на посткризисный период — конец 2009 — начало 2010 годов». «Это было вызвано большим объемом банкротств, увеличением доли изъятой техники, сокращением средств на обновление и пополнение технического парка, что привело к всплеску предложения на подержанную технику», — объясняет он. Впрочем, по его словам, основной вопрос, возникающий перед лизинговой компанией, занятой лизингом подержанной техники, связан с адекватностью оценки технического состояния машин. Для этого в штате компании обязательно должны быть специалисты, которые смогут установить правильную цену и стоимость лизинга. В итоге это приводит к тому, что рынок б/у техники не так широко развит на российском рынке: не каждая лизинговая компания может позволить себе такого рода дополнительные расходы. В результате лизингом подержанной техники занимаются иностранные игроки. По словам Андрея Бугрова, для бывшей в употреблении техники желательнее, чтобы срок изношенности не превышал трех лет. Как отмечает эксперт, в эпоху дефицита автомобилей не все дилеры «раскрывают двери» перед лизинговыми компаниями, понимая, что машин нет, поэтому и дополнительные каналы привлечения не нужны. Впрочем, участники лизингового рынка рассчитывают на то, что это временное явление и по мере развития рынка автотранспорта, появления новых моделей и увеличения объемов производств ситуация изменится. ■

ПОЧЕМУ НЕ КРЕДИТ

➤ Организациям лизинг автомобилей интересен прежде всего как возможность приобрести транспортные средства, распределив их оплату по времени. Важным стимулирующим фактором становится также возникающая при лизинге экономия на налоге на прибыль и налоге на имущество. Кроме того, в большинстве случаев не требуется дополнительного залога и обеспечения (так как предмет лизинга на протяжении всего срока лизинга находится в собственности лизингодателя). В отличие от банка, лизинговая компания также более лояльно подходит и к финансовым показателям деятельности заемщика. Таким образом, лизинг автотранспорта для корпоративных клиентов чаще всего оказывается более привлекателен, чем кредит на приобретение автомобилей. В результате компании все чаще приобретают автотранспорт в лизинг. Спрос на него стимулирует также множество услуг, которые лизингодатели предоставляют клиентам помимо основной — передачи автомобиля в лизинг. Лизинговые компании помимо финансирования готовы выкупить автомобиль в конце срока лизинга, помогают с прохождением техосмотра и заменой резины и т. д., избавляя, таким образом, предприятие-лизингополучатель от лишней головной боли.

Что касается поставщиков и производителей автотранспорта, для них лизинг является важным каналом сбыта. С помощью лизинга поставщик может ощутимо расширить свою клиентскую базу за счет предприятий, которые не имеют возможности направлять значительные финансовые ресурсы на покупку автотранспорта. Лизингодатели стараются установить партнерские отношения с крупнейшими производителями техники, чтобы увеличить количество продаж автомобилей.

Лизинг автотранспорта является одним из наиболее привлекательных направлений бизнеса и для самих лизинговых компаний. Автомобиль — качественное и ликвидное обеспечение с точки зрения лизингодателя. Право собственности на переданный в лизинг автомобиль вместе с авансом, полученным от лизингополучателя, практически полностью страхуют лизинговую компанию от возможных неплатежей. Вторичный рынок автомобилей высококоразвит, что в случае неплатежей лизингополучателя позволяет лизингодателю возместить свои убытки путем продажи подержанного автомобиля. Благодаря этому у лизинговой компании нет необходимости в углубленной оценке надежности лизингополучателей или в дополнительном обеспечении. Это позволяет лизингодателям привлекать широкий круг клиентов и быстро их обслуживать.

РЕСО ЛИЗИНГ

"АВТОПРОДУКТ №1"

Лизинг автомобилей на выгодных условиях!

Максимальная скорость оформления сделки!

www.resoleasing.com

ЛИЗИНГ АВТОТРАНСПОРТА

Центральный офис в Москве: +7 (495) 956-39-14

ВАШИ ПЛАНЫ - НАШИ ВОЗМОЖНОСТИ