

УДК 389.137

М.Ю. ШАБАНОВ,
ведущий специалист

ОАО «Лизинговая компания "КамАЗ"»

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА РЫНКА АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Автор статьи раскрывает основные направления повышения конкурентоспособности российских производителей, используя материалы, предоставленные компанией ОАО "КамАЗ".

В последние годы наряду с традиционным способом приобретения – за наличный или безналичный расчет – приобретением в кредит наибольшую популярность у хозяйствующих субъектов получило приобретение транспортных средств в лизинг. И это не случайно. С экономической точки зрения, лизинг является эффективным инструментом обновления основных фондов и расширения производства. Положительная динамика лизингового рынка обусловлена высокими темпами роста экономики в целом, снижением инфляции и ставок процента по кредитам. Так, за последние пять лет ставка рефинансирования центрального банка Российской Федерации понизилась с 23% до 10%. Все это способствовало росту количества лизинговых компаний, улучшению качества, предоставляемых ими услуг и возникновению новых лизинговых продуктов.

Наиболее перспективным сегментом на отечественном рынке лизинга является автолизинг. Ежегодные средние геометрические темпы прироста объемов финансового лизинга по стране в целом за период с 2000 по 2006 годы составили 51,5%, а по лизингу автотранспортных средств – 72,6%. Для лизингодателей лизинг автотранспортных средств является высоко прибыльным, поэтому он ежегодно удваивается. Так, в 2006 году сумма сделок достигла 4,1 млрд долларов [1]. В настоящее время рынок автолизинга в России высоко конкурентен, на нем насчитывается более 150 операторов. Тенденции

развития этого рынка аналогичны тенденциям, сложившимся в странах центральной и восточной Европы, в которых автомобильный транспорт является основным объектом лизинга. Эти тенденции проявляются в следующих процессах и явлениях.

Усиление конкуренции, которое было обусловлено выходом на рынок автолизинга глобальных игроков, таких как германско-австрийский холдинг VB-Leasing, учредивший российскую дочернюю компанию "ФБ-Лизинг", итальянский Unit-Credit – "Локат Лизинг Россия", нидерландская INK Group – "ИНГ-лизинг", латвийский Parex Bank – "Парекс-лизинг", французская BNP Paribas, которая вывела на рынок свое лизинговое подразделение – компанию Arval. В 2006 году начала свою работу на российском рынке компания МАН Финанс Сервис, дочерняя компания одного из крупнейших европейских производителей грузовиков – компании МАН.

Развитие и усиление конкуренции привело к предложению лизингодателями более выгодных финансовых условий своим клиентам, что выразилось в следующем:

- снижение ставки удорожания в лизинге (за 2006 год произошло снижение ставки удорожания на 1-2%);
- снижение первоначального авансового платежа. Авансовый платеж за 2006 год снизился на 10-15%;
- появление лизинговых предложений с размером аванса 0%, 10%. Грузовые автомоби-

ли иностранного производства предлагаются в лизинг в России с авансовым платежом 20% (RENAULT TRUCKS, VOLVO, HYUNDAI).

Смещение акцентов в конкуренции между лизинговыми компаниями. Происходит смещение центра тяжести в области соперничества между компаниями от ценовой конкуренции в область качества и скорости обслуживания. Все больше компаний переходит на автоматизированное принятие решений и оформление договоров.

Чтобы выдерживать конкуренцию в дальнейшем, лизинговые компании рассматривают возможность предоставления более широкой линейки услуг.

Хотя эксперты и утверждают, что ценовая война в лизинговой отрасли заканчивается и условия у разных лизинговых компаний по одинаковым проектам все более стандартизируются, но для большинства клиентов самым понятным ориентиром при первичном обращении в лизинговую компанию остается удорожание.

Региональная экспансия. Лизинговые компании активно создают филиалы и представительства в регионах России. Несмотря на то, что более половины компаний зарегистрировано в Москве и Санкт-Петербурге (см. табл. 1), объем сделок, приходящихся на эти регионы, составляет лишь 34% от общего объема (см. табл. 2).

Увеличение доли предприятий малого и среднего бизнеса на рынке получателей автолизинга.

В настоящее время более 60% лизинговых компаний работают с предприятиями малого

бизнеса. Более половины лизинговых компаний увеличили объем сделок с предприятиями малого бизнеса почти на 50%. Наибольший объем лизинговых сделок с этими предприятиями приходится на Центр и Поволжье. Их доля (без учета Москвы) составляет более 75% от общего объема сделок. Сравнительно слаб лизинг в сегменте малого бизнеса в Сибири, на Урале и Юге России.

Причем, по всей видимости, движение лизинговых компаний будет направлено, в первую очередь, на Юг и Урал, а затем уже в Сибирь, и именно за счет открытия филиалов, которые позволят увеличить охват территории, а значит, и потенциальных лизингополучателей.

За последний год доля сделок лизинговых компаний с малым бизнесом удвоилась: если в портфеле старых сделок она составляла лишь порядка 19% от общего числа сделок, то в портфеле новых сделок уже 38%.

При этом интенсификация работы с предприятиями малого бизнеса привела к сокращению средней суммы сделки более чем у половины компаний. Средняя сумма сделки с предприятиями малого бизнеса за год сократилась на 25% и составила порядка 1 млн рублей. Однако никакой зависимости динамики средней суммы сделки от размера компании, степени ее специализированности и опыта работы в данном сегменте не прослеживалось. Потому, что лизинговые компании работают с предприятиями малого бизнеса из различных сфер бизнеса. В целом же доля сделок на сумму от 300 тыс.

Таблица 1
Распределение лизинговых компаний по регионам, %

Регион	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.
Москва	58%	51%	42%	49%
Санкт-Петербург	11%	12%	11%	12%
Северо-Западный ФО (без С.-Петербурга)	13%	19%	4%	3%
Центральный ФО (без Москвы)			4%	4%
Южный ФО			3%	2%
Приволжский ФО			18%	15%
Уральский ФО	9%	8%	8%	5%
Сибирский ФО	4%	7%	6%	6%
Дальневосточный ФО	5%	3%	4%	4%

Таблица 2
Распределение объема текущих сделок по регионам России, %

Регион	2004 г.	2005 г.
Москва	20%	25%
Санкт-Петербург	12%	9%
Северо-Западный ФО (без С.-Петербурга)	7%	5%
Центральный ФО (без Москвы)	12%	13%
Южный ФО	7%	8%
Приволжский ФО	19%	16%
Уральский ФО	9%	7%
Сибирский ФО	8%	13%
Дальневосточный ФО	6%	4%

до 3 млн рублей составила больше половины от их общего числа. Кроме того, основная масса сделок заключается сроком от 1 года до 3 лет. Это несколько меньше, чем в среднем по рынку. При этом сделки на срок более 5 лет пока единичны.

Таким образом, автотранспортные средства являются самым популярным видом имущества, которое берут в лизинг представители малого бизнеса.

Доля удовлетворенных заявок составляет более половины (67%). При этом у 59% лизинговых компаний, осуществляющих сделки с малым бизнесом, доля удовлетворенных заявок составляет более 80%.

Активное развитие автокредитования в сегменте "малый бизнес". Как показывают результаты исследований, проведенных "Эксперт РА", совокупный объем кредитов малому бизнесу составляет порядка 5 млрд долл., а его прирост в 2005 году находился на уровне 40-50%. Причем есть основания полагать, что в 2006 году сектор кредитов малому бизнесу окажется рекордсменом по темпам прироста и отнимет у потребкредитования статус "хита года". По оценке экспертов, скорость роста сектора достигла 70-80% в 2006 году. Фаза бурного роста продолжится в течение 5-7 лет, после чего сложится более стабильная структура рынка и выделятся постоянные лидеры, а темпы прироста снизятся до 30-35%.

Хотя рынок кредитования малого бизнеса еще только начинает формироваться, значительное число банков, как московских, так и региональных, выходят на этот рынок и начинают конкурировать между собой. Региональные банки, уступая крупнейшим московским, в основном обгоняют средние московские банки. Видимо, причина этого в том, что большинство региональных банков начали работать с малым бизнесом несколько раньше, чем средние московские банки. Возможно, это связано с тем, что в Москве многим банкам выгоднее развивать потребительское кредитование, чем кредитование малого бизнеса. В большинстве же регионов ситуация кардинально иная: в силу меньшего уровня дохода граждан и бур-

ного развития малого предпринимательства именно кредитование малого бизнеса является более перспективным на данный момент.

Средняя сумма кредитов, выданных московскими банками, варьирует в диапазоне от 500 тыс. до 20 млн рублей, в то время как по региональным банкам этот интервал составляет от 900 тыс. до 7 млн рублей. Таким образом, московские банки захватывают ниши, требующие как небольших, так и, наоборот, максимально больших кредитов.

Что касается уровня процентных ставок как одного из основных элементов конкурентной политики на рынке, то он достаточно сильно варьируется от банка к банку и не зависит от того, является банк московским или региональным. Единственное, что влияет на уровень процентных ставок – это размер кредита: в большинстве случаев банки уменьшают уровень процентных ставок при увеличении размера заимствований. Отсутствие какой-либо закономерности в ставках по московским и региональным банкам обусловлено двумя основными причинами. Первая и основная – это появление конкуренции на рынке кредитования малого бизнеса. Вторая, не менее важная, – значительное расхождение в условиях по ставкам в отдельных регионах.

Одной из особенностей работы московских банков в регионах является достаточно широкий региональный охват. Вне конкуренции в этом плане сейчас Внешторгбанк 24, Сбербанк и Уралсиб, которые могут предоставлять кредиты малым предприятиям практически во всех регионах России. Однако и большинство остальных московских банков также достаточно активно осваивают несколько регионов, в то время как многие региональные банки работают преимущественно в своем регионе. Многие из них стремятся в первую очередь ориентироваться именно на свой регион и охватить филиальной сетью все центры, в которых может быть хоть сколько-нибудь значительный спрос. Уступая московским банкам в масштабе, они зачастую выигрывают в степени охвата территории своего региона. А некоторые из них предпочитают конкурировать со столичными банками не толь-

ко на своей, но и на их территории, открывая филиалы и отделения в Москве. Многие банки создают специализированные департаменты по кредитованию малого бизнеса, причем сотрудники этих департаментов работают как в центре, так и в регионах.

Укрепление сотрудничества между банками и лизинговыми компаниями. Как отмечают многие руководители лизинговых компаний, крупные банки стали проявлять большую заинтересованность в сотрудничестве с лизинговыми компаниями. Если раньше банки требовали пакет документов по каждому клиенту и самостоятельно рассматривали кредитоспособность, то сейчас они доверяют лизинговой компании и не проводят повторную процедуру оценки кредитоспособности. Это снижает сроки реализации сделки на 2-3 дня. По свидетельству специалистов, банки все реже стали ограничивать сумму финансирования со своей стороны (традиционно до 70-75%), что позволяет независимым лизинговым компаниям предлагать клиентам аванс ниже стандартных 30%.

Кроме того, специалисты отмечают, что банки увеличивают сроки лизингового кредитования до 6-8 лет.

Диверсификация источников финансирования. В настоящее время более-менее значимые региональные лизинговые компании озабочены диверсификацией источников финансирования своих сделок.

В связи с недостатком долгосрочного финансирования и ростом конкуренции лизинговые компании используют самые разные способы привлечения денег. В последнее время они стали проявлять интерес к эмиссии облигаций. Конечно, это доступно не для всех, так как эмиссия облигаций должна быть обеспечена надежной собственной финансовой базой, мощной поддержкой учредителей и перспективной клиентской базой.

Инициаторами первого выпуска секьюритизированных облигаций класса А объемом 12,57 млрд руб. и доходностью 7,85% стали ОАО "Лизинговая компания "Магистраль Финанс", ООО "Инвестиционный партнер" и ООО ФК "Объединенные инвесторы".

Специализация и развитие более тесного сотрудничества лизинговых компаний с производителями лизингового имущества. Все больше лизинговых компаний предпочитают прямые договора на обслуживание производителей. Во многом это отражается и в формировании специализированных компаний, которые специализируются на подвижном составе или энергетическом оборудовании. Так, например, сравнительно молодая лизинговая компания "БИЗНЕС АЛЬЯНС" специализируется на реализации масштабных проектов по поставке сложного технологического оборудования для крупных российских корпораций (энергетическое и горное оборудование).

Качественное изменение структуры рынка лизингового имущества. С момента становления этого рынка произошли структурные изменения видов предмета лизинговых сделок. На лидирующие позиции вышли транспортные средства (автотранспорт, железнодорожный транспорт, авиатранспорт), сельскохозяйственная, дорожная, строительная техника, и различное промышленное оборудование (см. табл. 3).

Таблица 3
Структура лизингового имущества
по данным 2005 года

Вид предмета лизинговой сделки	Доля в общем, %
Ж/д транспорт	19,68
Грузовые автомобили	12,85
Автобусы	4,82
Легковые автомобили	6,44
Авиатехника	4,48
Средства связи и телекоммуникации	4,78
С/х техника и продукция	6,1
Дорожно-строительная техника	3,14
Оборудование для добычи полезных ископаемых	2,42
Прочая строительная техника	7,18
Полиграфическое оборудование	1,4
Машиностроительная техника	3,81
Компьютеры и офисное оборудование	0,15
Дереводобывающее и лесозаготовительное оборудование	1,58
Энергетическое оборудование	5,53
Оборудование для пищевой промышленности и торговли	4,83
Здания и сооружения	0,85
Другое	9,96

Привлекательность разных видов имущества для лизинговой деятельности привела к универсализации лизинговых компаний.

Можно выделить имущественную группу, темп роста которой выше среднего по рынку лизинга в целом, то есть 26%, и со стоимостью сделок свыше 200 млн долларов. Это грузовые автомобили.

В настоящее время в России функционирует порядка 700 лизинговых компаний¹ и 60% их них, то есть 420 компаний, в той или иной мере занимаются лизингом грузовых автомобилей.

По территориальному признаку эти компании распределились следующим образом: 34% компаний действуют в европейской части России; 15% – в Урало-Сибирском регионе². При этом 80% всех сделок заключается московскими лизинговыми компаниями, а 10% – Санкт-Петербургскими. 23% лизинговых сделок, заключенных московскими компаниями, предусматривают поставки автомобилей в регионы.

Конкурентами ОАО "Лизинговой компании "КамАЗ"³ на российском рынке следует считать лизинговые компании, которые занимаются лизингом грузовых автомобилей класса КамАЗ (а/м КамАЗ, МАЗ, КрАЗ, УРАЛ, ЗИЛ, иномарок) на первичном рынке и лизинговые компании, занимающиеся лизингом автобусов.

Все лизинговые компании по типу учредителя можно подразделить на четыре группы³:

1 группа. Лизинговые компании, созданные как дочерние структуры коммерческих банков – иностранных и российских (других финансовых учреждений, страховых компаний).

2 группа. Лизинговые компании, созданные при крупных производителях и продавцах грузовой автотехники.

3 группа. Лизинговые компании, созданные государственными структурами.

4 группа. Лизинговые компании, созданные физическими лицами.

Основными конкурентами ОАО «Лизинговой компании "КамАЗ"» являются лизинговые компании 2-ой группы. В этой группе можно выделить две подгруппы:

- лизинговые компании, созданные поставщиками – Скания Лизинг, ДаймлерКрайслер Лизинг Автомобили, Volvo Finance Services, МАН Финанс Сервис, Стандарт Трак Сервисиз, Vn Lease – лизинг иномарок; ЗАО "МАЗконтракт-лизинг" – лизинг автотехники РУП "МАЗ"; группа "Лизинг холдинг": объединяет компании "Лизинг Финансы", "С.А. Лизинг", "Сиал лизинг" – лизинг автотранспортных средств, производимых на предприятиях ИПГ "Базовый элемент" (РусАвтоПром), в том числе а/м Урал, автобусов ЛиАЗ, ГолАЗ, ПАЗ;

- лизинговые компании, созданные участниками дилерских сетей производителей грузовой автотехники или через которые работают дилеры автопроизводителей: "КамАЗ Лизинг", "Альфа-Лизинг", "Иволи-лизинг", "Авангард-лизинг", "Свое дело", "МИБ-Лизинг", ЗАО ЛК "Желдорпромэкокомплект", ООО "РЕСО-Лизинг", Московская лизинговая компания, Независимая лизинговая компания, Авангард Авто-лизинг, ООО "Лизингкомплект"; "Лизинг-трейд", Самара; ГУП КК "Кубаньлизинг", Краснодар; "Глобус-лизинг", В.Новгород; ЛК "М.Т.Е.-Финанс", Стерлитамак; "Евро-лизинг", СПб – региональные лизинговые операторы.

С учетом выявленных тенденций развития рынка автолизинга ОАО «Лизинговая компания "КамАЗ"» для укрепления своих конкурентных позиций на этом рынке постоянно корректирует свою стратегию: по мере усиления конкуренции целевыми сегментами компании становятся средние и мелкие предприятия; коммерческие сделки выходят за географические границы своего региона; происходит универсализация деятельности – в портфель ком-

¹ До начала 2002 года лизинговая деятельность в России лицензировалась – к тому моменту было выдано около 2,5 тыс. лицензий. По оценке МФК, при этом доля реально работающих компаний не превышала 30%. По мнению специалистов "Рослизинга", компания может называться лизинговой, если доля таких сделок в ее обороте не менее 40%. В оценке числа чистых лизинговых компаний специалисты МФК и "Рослизинга" близки – от 500 до 700. При этом в ассоциацию входят 75 лизинговых компаний (в основном крупные).

² Исследования компаний "Гарант-Инвест" и Международной финансовой компании.

³ В основу данной классификации положен принцип "тип учредителя", поскольку именно это определяет особенности деятельности лизинговой компании.

пании стандартно включаются кроме грузового автотранспорта оборудование и даже недвижимость; диверсифицируются источники финансирования (кроме авансов и кредитов) используется выпуск ценных бумаг – "РТК Лизинг", "Глобус-лизинг", Уральский лизинговый центр и векселей.

Список литературы

1. Газман В. Автолизинг: итоги года // Коммерческий транспорт. – 2007. – № 3.
2. Отчет по текущей ситуации в экономике РФ в январе–октябре 2006 года, Минэкономика РФ. Октябрь 2006 г.
3. Трохачев А. Покупка? Кредит? Лизинг? // Грузовик пресс. – 2007. – №. 6. – С. 60-61.
4. Стратегия развития ОАО "Лизинговая компания "КамАЗ" до 2010 года.

В редакцию материал поступил 17.10.07.
