

Структура рынка лизинговых услуг в России: анализ, характеристики, основные тенденции¹⁾

Юсупова А.Т.

В статье рассматривается рынок лизинговых услуг в России как пример нового отраслевого рынка. Описывается современное состояние данного рынка, выделяются основные тенденции его развития. Показано, что рынок является, с одной стороны, высококонцентрированным, с другой стороны, на нем наблюдаются выравнивающие тенденции, зарождается конкуренция. Рассматриваются фирмы, занимающие лидирующее положение на рынке, вводятся понятия устойчивости и стабильности лидерства, исследуются источники рыночной власти. В качестве эмпирической базы исследования использованы данные мониторинга лизинговых компаний агентства «Эксперт РА».

Рынок лизинговых услуг в России: определение и границы

В настоящее время в российской экономике активно идут процессы появления и формирования новых, неразвитых или не существовавших ранее рынков. Одним из ярких примеров таких рынков может служить рынок лизинговых услуг.

В странах с рыночной экономикой лизинг хорошо развит, многие предприятия, независимо от отраслевой принадлежности, размера, финансовых характеристик, активно пользуются этим финансовым инструментом. Лизинг обладает рядом существенных преимуществ, однако его нельзя считать панацеей, универсальным средством решения финансовых проблем. Объемы лизингового финансирования в развитых странах составляют в среднем около 30% всех инвестиций в реальные активы.

Мы рассматриваем лизинг не просто как конкретный способ финансирования приобретения активов, а как систему отношений, включающую поиск и привлечение свободных финансовых ресурсов, инвестирование их в долгосрочные активы и передачу последних во временное пользование на возмездной основе.

Масштабы развития российского лизинга существенно меньше, хотя многие эксперты признают, что широкое развитие лизинговых отношений способствовало бы решению ряда серьезных проблем, связанных с обновлением основных фондов, поиском источников финансирования, модернизацией экономики.

Особенности лизинга как формы финансирования долгосрочных активов, его достоинства и недостатки для предприятий часто обсуждаются в научной и

Юсупова А.Т. – к.э.н., старший научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства СО РАН, Новосибирск, доцент Новосибирского государственного университета.

¹⁾ Статья подготовлена на основе доклада авторов на 6-ой международной научной конференции ГУ ВШЭ «Модернизация экономики и выращивание институтов» в рамках секции «Предприятия, рынки и инновации».

популярной литературе [1, 2, 6]. В данной статье сделана попытка анализа современного состояния рынка лизинговых услуг в целом.

Несмотря на то, что хозяйственные сделки, сходные по некоторым характеристикам с лизингом, использовались и в рамках советской административной экономики, действительный лизинг появился в России только в начале 1990-х гг. После кризиса 1998 г. наступил качественно новый этап. Формирование и развитие рынка лизинговых услуг как элемента и инструмента рыночной экономики по существу началось именно в этот период.

Развитие рынка лизинговых услуг сталкивается с рядом серьезных ограничений объективного и субъективного характера (недостаточная развитость фондового рынка, неготовность участников к восприятию лизинговой парадигмы и др.). Потенциал лизинга пока используется далеко не полностью. Однако рынок развивается очень динамично и демонстрирует интересные тенденции. Сейчас в России присутствуют и нерыночные формы лизингового бизнеса. Часть лизинговых фирм являлась (и является) «государственно ориентированными», их нельзя в полной мере считать субъектами рынка. Нельзя считать рыночной также деятельность лизинговых фирм, обслуживающих внутренние потребности в рамках финансово-промышленных групп и холдингов. Однако лизинг представляет собой рыночный инструмент, только в условиях рынка могут действительно реализоваться его преимущества. Соответственно мы связываем перспективы развития лизинга именно с рыночными механизмами и рассматриваем рынок лизинговых услуг как пример отраслевого рынка.

Определим границы отраслевого рынка для рынка лизинговых услуг. Конечно, отраслевой рынок – это совокупность и лизингодателей и лизингополучателей. Выбор в пользу лизинга делает лизингополучатель, принимая решение о способе приобретения и финансирования долгосрочного актива. Однако структура рынка определяется поведением лизингодателей, т.е. лизинговых фирм, действующих на российском рынке, именно они формируют этот рынок. Такая особенность наблюдается и в России, и в других странах. Таким образом, задача определения границ рынка в целях анализа его структуры сводится к очерчиванию круга хозяйствующих субъектов, выступающих в качестве лизингодателей. В условиях отсутствия государственной статистики по лизингу (это направление находится сейчас в стадии формирования) и отмены обязательного лицензирования лизинговой деятельности достаточно сложно точно оценить количество лизинговых фирм в России. Кроме того, при анализе структуры рынка важно учитывать компании, которые действительно являются субъектами этого рынка. Не все российские лизинговые фирмы могут быть отнесены к этой категории. Например, в период обязательного лицензирования лизинговой деятельности количество фирм можно было легко определить по числу выданных лицензий. Однако многие из компаний, получивших лицензию, реально не функционировали. Выше мы уже отмечали существование «нерыночных» лизинговых фирм. Некоторые из них с течением времени начинают расширять границы своей деятельности, но на начальном этапе она строго ограничена. В то же время уже сформировалось определенное множество лизинговых фирм (и полностью частных, и с участием государства), которые демонстрируют образцы «рыночного поведения», т.е. в выборе и реализации стратегии поведения руководствуются рыночными нормами. Количество таких компаний поддается оценке, они охотно размещают информацию о себе в различных справочных изданиях, предоставляют сведения для опросов,

участвуют в анкетировании. Именно эти компании определяют ситуацию на современном рынке лизинговых услуг, влияют на его структуру. Такие фирмы принято называть «рыночно ориентированными», анализ их поведения лежит в основе обсуждаемых ниже тенденций и особенностей.

По оценкам агентства «Эксперт РА», таких компаний в России сейчас около 200 [4]. Данное агентство в течение нескольких лет реализует проект мониторинга деятельности рыночно ориентированных лизинговых компаний. В мониторинге участвуют около 110 фирм (эта цифра колеблется: по некоторым показателям есть данные по большему количеству). По оценкам экспертов [4], бизнес этих компаний составляет около 70% от общего объема лизинговых сделок в России. Отметим, что это самые разные компании по размеру, территориальной принадлежности, финансовому состоянию, успешности и т.д. Именно эти компании в рамках нашего исследования и образуют рынок лизинговых услуг. Таким образом, мы ограничиваем рынок фирмами – участниками проекта мониторинга «Эксперт РА», т.е. совокупность этих фирм в нашем исследовании выступает моделью общего рынка лизинговых услуг в России. Поскольку эти фирмы контролируют большую часть рынка, их поведение может служить индикатором происходящих процессов, на его основе можно выделять характерные тенденции. Предлагаемый подход схематично отражен на рис. 1. На начальном этапе анализа мы рассматриваем единый рынок на национальном уровне.

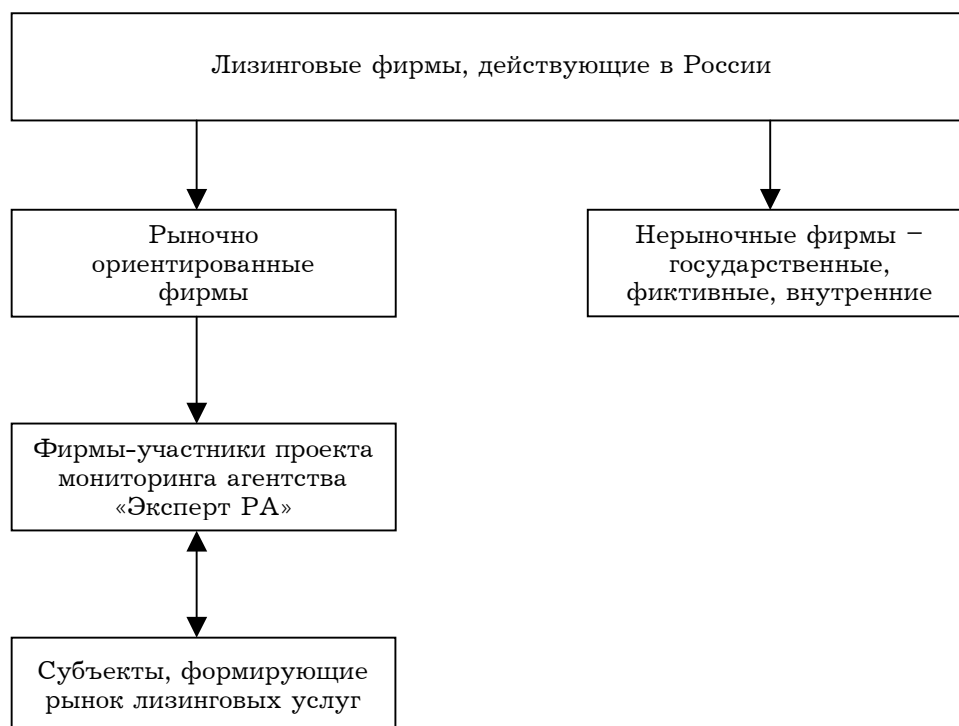


Рис. 1. Выделение рынка лизинговых услуг в России, принятое в рамках исследования

Основные тенденции развития и общая характеристика структуры российского рынка лизинговых услуг

Наша задача состоит в том, чтобы оценить и проанализировать действующую структуру рынка, используя базовые классические характеристики, принятые в теории отраслевых рынков. Подчеркнем, что согласно теории рынки, структура которых близка к конкурентной, отличаются невысоким уровнем концентрации. Чем выше уровень концентрации, тем более монополизирован рынок, тем сильнее проявляется доминирование, рыночная власть отдельных его участников, тем меньше такой рынок описывается характеристиками рынка совершенной конкуренции. Реальные рынки в переходной экономике далеко не всегда «вписываются» в классические теоретические постулаты. Частично это объясняется абстрактностью любой теории вообще, частично особенностями именно переходной экономики.

Опираясь на эмпирические данные мониторинга рейтингового агентства «Эксперт РА» [3,4,7], мы выделили ряд характеристик формирующейся структуры современного рынка лизинговых услуг в России.

К характеристикам формирующейся *структуры рынка* можно отнести следующие.

- Высокие темпы роста объемов лизинговых услуг, наблюдаемые в последние годы, особенно существенно объемы возросли в 2003 г., в 2004 г. рост продолжился. Оценивать рынок можно по разным показателям. Некоторые эксперты считают, что по количеству заключенных сделок в 2003 г. рынок вырос в 2 раза. Однако не все эти сделки доводятся до конца, поэтому, с нашей точки зрения, более адекватным индикатором динамики рынка следует считать объем профинансированных средств, т.е. тех средств, которые лизинговые компании уже привлекли и вложили в активы. По этому показателю в 2004 г. рынок вырос на 52% (в 2003 г. по отношению к 2002 г. на 49%). Рынок лизинговых услуг можно считать одним из самых динамичных, что отражает и состояние институциональной среды, и особенности его субъектов (в первую очередь лизингодателей и лизингополучателей). Важно подчеркнуть, что так позитивно оценивается только рост рынка, общий уровень развития лизинга (учитывая его полное отсутствие в начале переходного периода и очень небольшие объемы в начале текущего этапа) остается низким.

- Среди российских лизингополучателей доминируют средние и малые фирмы, крупные предприятия либо используют собственные средства, либо обращаются к банковскому кредиту. Это отражает существующую парадигму безусловного предпочтения собственности иным формам получения актива. Интересно отметить, что в других странах эта особенность не наблюдается.

- Расширяются пространственные границы рынка. При сохраняющемся доминировании столичных лизинговых компаний возрастает количество лизинговых фирм в регионах (при этом рост идет как за счет «экспансии» столичных фирм, так и за счет появления новых региональных). С нашей точки зрения, можно выделить несколько локальных рынков (например, на территории Сибири; этот рынок будет рассмотрен ниже), которые имеют свои специфические особенности.

- По оценкам многих участников рассматриваемого рынка, существенное преимущество имеют фирмы, ориентированные на производителей оборудования. Такие лизинговые фирмы узко специализированы в своей деятельности, предлагают

широкий спектр дополнительных услуг, получают возможность использовать гибкие финансовые схемы. Мы считаем, что тесная связь лизингодателя и изготовителя оборудования соответствует нашему расширительному толкованию института лизинга, отражает «продвинутый» вариант его реализации. Такая стратегия лизингодателя представляет собой форму вертикальной интеграции в лизинговом бизнесе.

- Эмпирические данные показывают, что фактически барьеры входа на рынок лизинговых услуг в настоящее время в России не значимы (хотя лизинговый бизнес и принято считать дорогостоящим), отсутствуют какие-либо стратегические барьеры. В течение 2002–2004 гг. появилось большое количество новых компаний, отмечаемый высокий рост рынка идет в основном за счет появления на нем новых участников, а не за счет развития и расширения уже действующих.

- На рынке лизинговых услуг появляется конкуренция между лизингодателями, которые конкурируют между собой по цене и качеству услуг. Если 1–2 года назад пользователи выбирали между лизингом и другими формами финансирования, то сейчас они решают, к услугам какой лизинговой компании целесообразно обратиться. Мы предполагаем, что в дальнейшем эти процессы будут усиливаться. Лизинговые фирмы по мере развития и технологизации своего бизнеса стремятся дифференцировать услуги с целью получения конкурентных преимуществ. Собственно гибкость как основная характеристика лизинга и предполагает широкую дифференциацию услуг. В идеале для одного и того же вида актива каждая лизинговая фирма может предлагать свою собственную схему.

- Интересно отметить, что российский рынок лизинговых услуг сочетает низкие барьеры входа, развивающуюся конкуренцию и пока еще высокий уровень концентрации. Остановимся подробнее на этой особенности рынка.

Концентрация фирм на рынке лизинговых услуг

Концентрация, как уже отмечалось выше, – это одна из важных характеристик любого отраслевого рынка, которая отражает, сколько фирм на нем действуют и в какой степени они однородны. Этот фактор рыночной структуры непосредственно связан с уровнем конкуренции, возможностями отдельных участников определять цену, влиять на общую ситуацию и др. Высокая концентрированность рынка отражает то, что его состояние определяется во многом поведением и положением нескольких наиболее крупных и значимых фирм. В соответствии с основами экономической теории принято считать, что чем выше уровень концентрации, тем большей рыночной властью обладают фирмы-лидеры, тем менее конкурентен такой рынок, и, наоборот, рынок совершенной конкуренции не концентрирован.

Используя данные, публикуемые агентством «Эксперт РА» [3,4], мы определили и проанализировали некоторые коэффициенты концентрации. Для расчетов использовались четыре основных показателя деятельности лизинговых фирм.

1. Объем профинансированных средств. Выше уже отмечалось, что этот показатель отражает состояние рынка, поскольку представляет собой те средства, которые лизинговые фирмы уже вложили в организацию сделок. Это некоторый индикатор финансового поведения фирм.

2. Общая стоимость законченных сделок. Этот показатель характеризует прошлый опыт работы фирмы, так как включает те сделки, которые закончены к началу рассматриваемого года. Интересно отметить, что этот показатель был ак-

туален и информативен в 2001, 2002 и 2003 гг. В 2004 г. он уже не использовался, что, с одной стороны, объясняется ограничениями базы данных, с другой – отражает уровень развития рынка.

3. Общая стоимость текущих сделок. Это индикатор поведения и состояния фирм в текущий момент времени.

4. Объем полученных платежей. Этот показатель, как и первый, характеризующий финансовое положение лизинговых фирм, отражает взаимодействие с пользователями.

Выбранные индикаторы достаточно полно характеризуют положение лизинговых фирм. Они показывают и историю развития (показатель 2), и текущее состояние (показатель 3), и финансовую стратегию лизинговых фирм (показатели 1 и 4). Эти же показатели в числе прочих учитываются агентством «Эксперт Ра» и при определении общего национального рейтинга лизинговых фирм.

Ниже на рисунках представлены некоторые результаты расчетов. Рис. 2–4 отражают кривые концентрации.

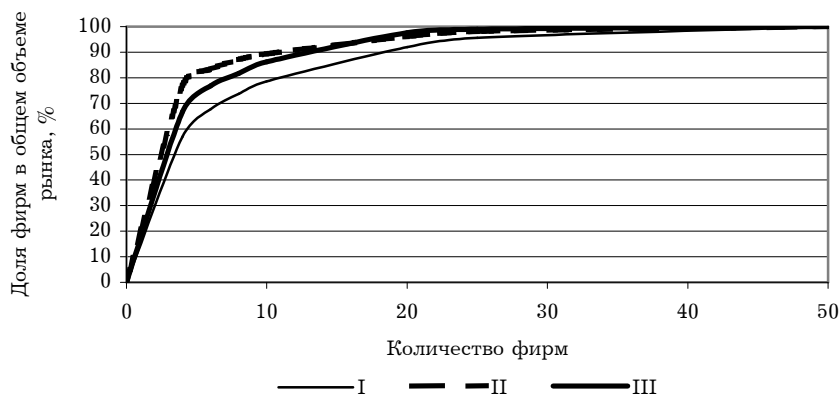


Рис. 2. Кривые концентрации за 2002 г.

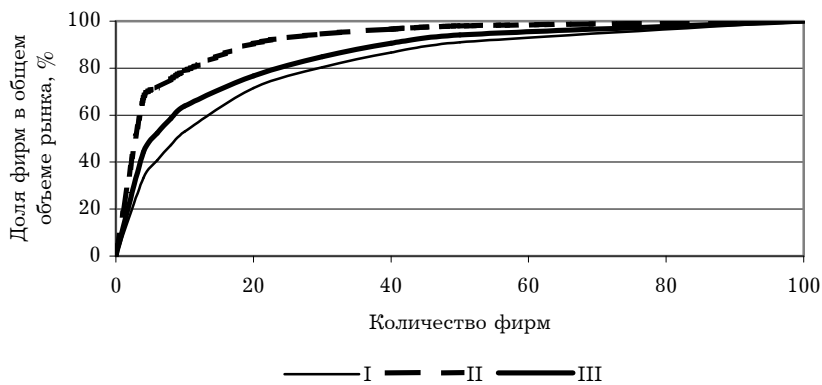


Рис. 3. Кривые концентрации за 2003 г.

Примечание к рис. 2, 3: I – объем профинансированных средств; II – сумма текущих и заключенных сделок; III – сумма законченных сделок.

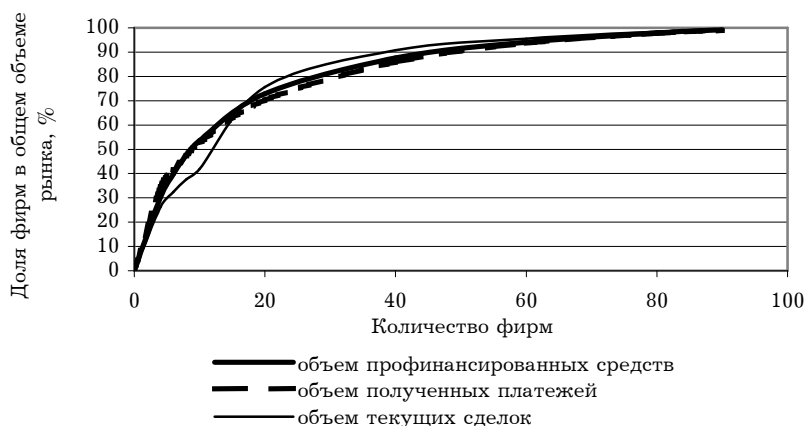


Рис. 4. Кривые концентрации за 2004 г.

Можно утверждать, что рынок лизинговых услуг является высококонцентрированным. Так, например, в 2003 г. на 20 фирм, лидирующих по показателю стоимости законченных сделок, приходилось 90,53% всех законченных на рынке сделок (при этом общее количество фирм, учтенных в расчетах, равно 100). Для текущих сделок этот показатель составлял 76,74%, а для объема профинансированных средств 71,46%. Общая высокая концентрированность рынка сохранилась и в 2004 г., но кривые стали более «сглаженными», т.е. можно предположить некоторое выравнивание положений участников. Интересно отметить, что по показателю объема профинансированных средств в 2002 и 2003 гг. рынок был менее концентрирован, чем по другим показателям, т.е. по этому критерию позиции фирм в меньшей степени отличались друг от друга. В большей степени значимость отдельных фирм определялась прошлым поведением (законченными сделками), а не финансовой стратегией. В 2004 г. это изменилось, оценки уровня концентрации, рассчитанные по разным показателям, сблизились.

Динамика стандартных коэффициентов концентрации CR_n (где $n = 4, 6, 8, 10, 20$) отражена на рис. 5–7. Они показывают, что в целом в 2003 г. уровень концентрации рынка снизился по сравнению с предыдущим годом. При построении диаграммы на рис. 5 (отражающем объемы профинансированных средств) учтены и данные за 2001 г. В 2002 г. значения коэффициентов, рассчитанных для 4, 6, 8 и 10 фирм, увеличились по сравнению с 2001 г., что может быть интерпретировано как усиление неравномерности рынка и рыночной власти лидеров, значение же показателя CR_{20} уменьшилось. Это означает, что доминирование нескольких крупнейших участников сохранилось и даже усилилось, а позиции остальных фирм стали выравниваться. Далее, в 2003 г. уровень концентрации существенно снизился для всех значений n , в 2004 г. изменения были не столь значимы.

По законченным сделкам информация представлена только для 2002 и 2003 гг., доля четырех лидеров не изменилась, для остальных — доминирование уменьшилось.

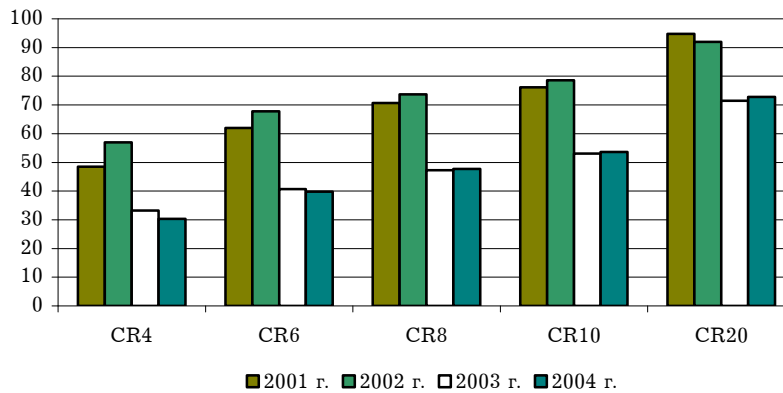


Рис. 5. Коэффициенты концентрации, рассчитанные по объему профинансированных средств

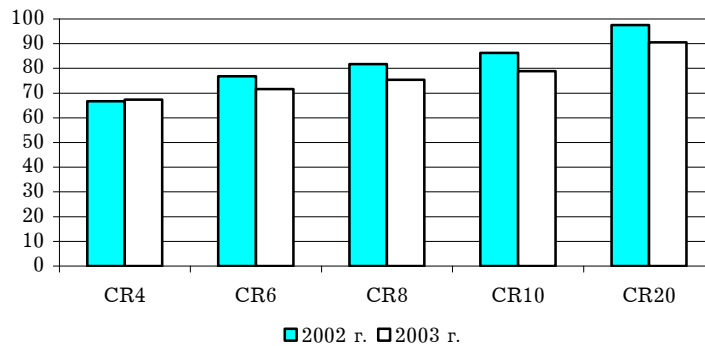


Рис. 6. Коэффициенты концентрации, рассчитанные по стоимости законченных сделок

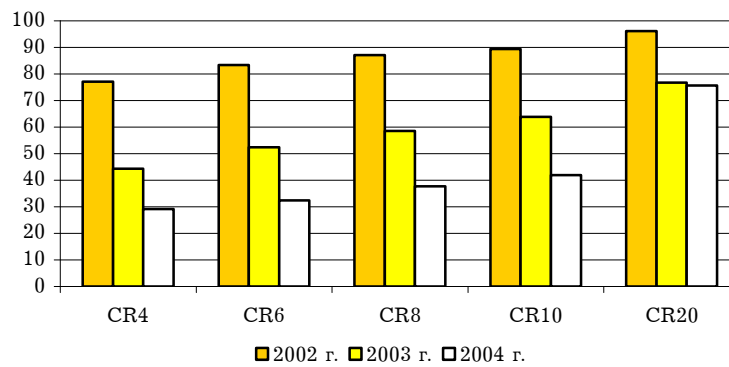


Рис. 7. Коэффициенты концентрации, рассчитанные по стоимости текущих сделок

По стоимости текущих сделок (а этот показатель отражает настоящее время и положение фирм соответственно) доля лидеров устойчиво уменьшалась в течение рассматриваемого периода.

Интересно отметить, что по мере увеличения n , что соответствует включению в анализ большего числа крупных участников рынка, разность коэффициентов 2002 и 2003 гг., рассчитанных для текущих сделок, сокращается (рис. 8). Таким образом, наблюдалась определенная стабилизация, выравнивание индикаторов текущего поведения основных игроков рынка.

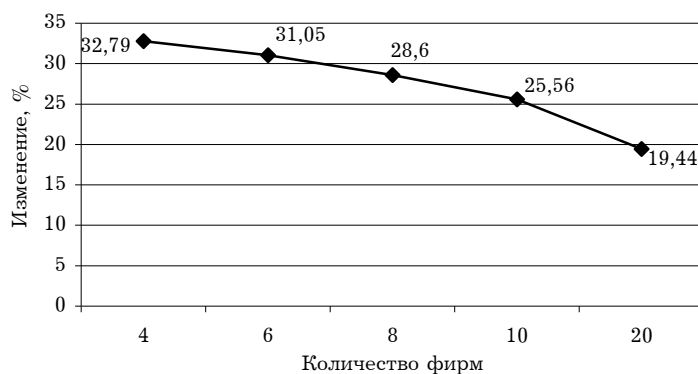


Рис. 8. Годовое уменьшение уровня концентрации, рассчитанное по стоимости текущих сделок (2003–2002 гг.)

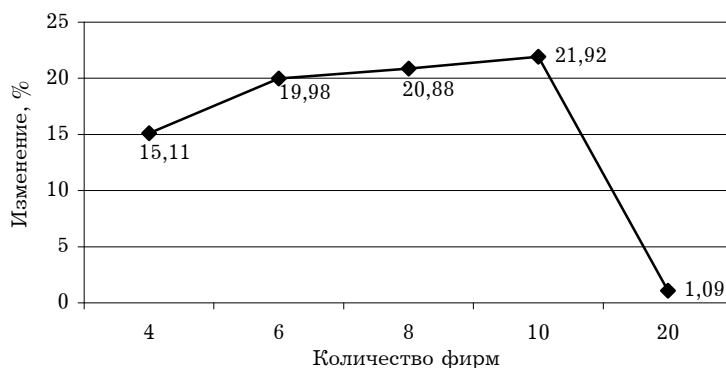


Рис. 9. Годовое уменьшение уровня концентрации, рассчитанное по стоимости текущих сделок (2003–2004 гг.)

В следующий период времени зависимость выглядела иначе. В целом по-прежнему уровень концентрации рынка уменьшился для всех значений n , но по мере включения в анализ большего числа фирм, уменьшение концентрированности рынка не становится менее значимым. Наоборот, при сравнении коэффициентов для 4, 6, 8 и 10 фирм наблюдается даже небольшое увеличение разрыва, однако для 20 лидеров значения коэффициентов различаются только на один процент.

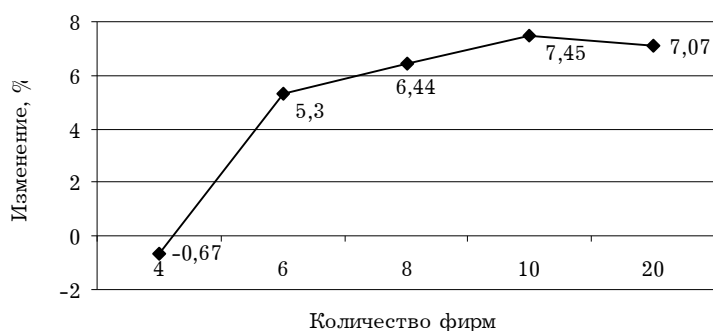


Рис. 10. Годовое уменьшение уровня концентрации, рассчитанное по показателю законченных сделок (2003–2002 гг.)

Для показателя законченных сделок характерна иная тенденция. В 2003 г. доля 4 лидеров увеличилась, доля остальных групп лидеров уменьшилась. В целом, значения изменений для этого показателя для всех n меньше, чем для показателя стоимости текущих сделок для аналогичного временного периода.

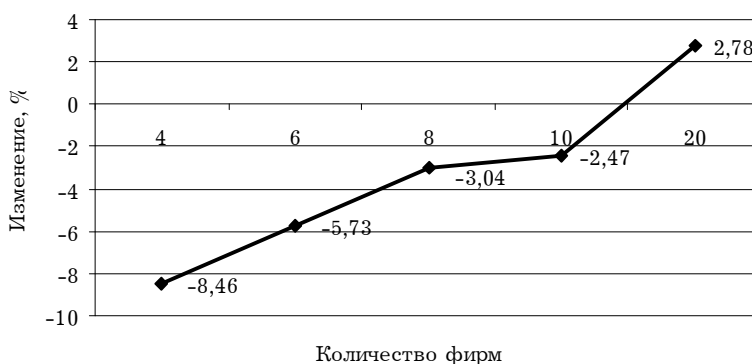


Рис. 11. Годовое уменьшение уровня концентрации, рассчитанного по объему профинансированных средств (2002–2001 гг.)

Рис. 11–13 отражают динамику показателя объема профинансированных средств. В 2002 г. доминирование 4, 6, 8 и 10 лидеров рынка усилилось. В 2003 г. концентрированность рынка уменьшилась для всех n , при этом по абсолютным величинам годовое изменение существенно больше, чем в предшествующий период. В 2004 г. колебания уровня концентрации по объему профинансированных средств были существенно меньше, для 4, 6 и 8 лидеров значения коэффициентов незначительно снизились, а для 10 и 20 крупнейших фирм незначительно увеличились.

В целом, анализируя структуру рынка лизинговых услуг, можно отметить его высокую концентрированность, наличие явно выраженных лидеров. Однако в динамике характер лидерства претерпевает изменения. Наряду с доминирующими участниками, обладающими рыночной властью, на рынке действует большое число фирм, позиции которых сближаются с позициями ведущих участников. На

рынке сочетаются низкие барьеры входа-выхода, наблюдаемая конкуренция между фирмами, т.е. черты конкурентной структуры, с одной стороны, и высокая концентрация, рыночная власть отдельных участников, т.е. характеристики монопольных структур, с другой. Это можно объяснить тем, что данный рынок бурно развивается в условиях переходной экономики. Рассмотрим далее особенности лидерства и источники рыночной власти.

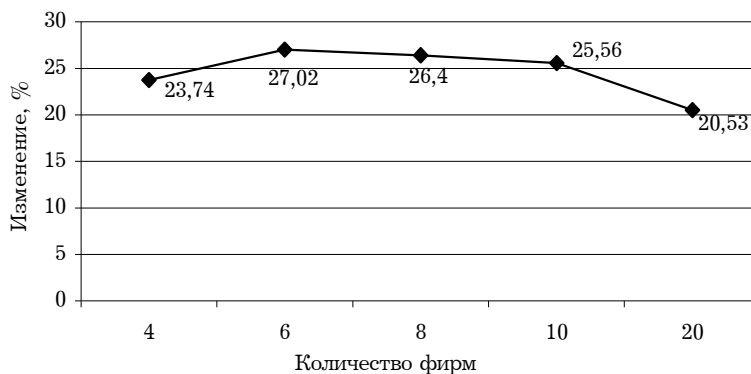


Рис. 12. Годовое уменьшение уровня концентрации, рассчитанного по объему профинансированных средств (2003–2002 гг.)

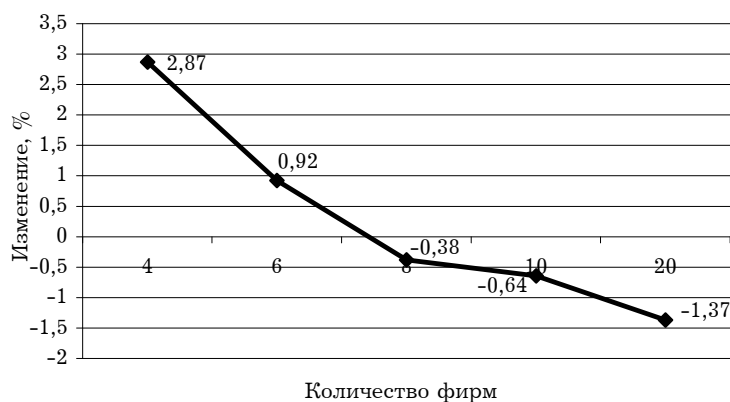


Рис. 13. Годовое уменьшение уровня концентрации, рассчитанного по объему профинансированных средств (2004–2003 гг.)

Анализ лидерства на рынке лизинговых услуг

При анализе природы лидерства использовались следующие индикаторы поведения фирм на рынке:

- объем профинансированных средств;
- стоимость текущих сделок;
- стоимость законченных сделок;
- объем полученных лизинговых платежей.

Именно на базе этих четырех показателей были оценены коэффициенты концентрации рынка, описанные выше. Данные индикаторы отражают различные аспекты поведения лизинговых фирм, с нашей точки зрения, особую роль играет первый показатель. Объем профинансированных средств отражает результативность, «жизнеспособность» заключенных сделок, он показывает возможности лизинговой фирмы привлекать свободные финансовые ресурсы, что представляется особенно важным при реализации лизинговой деятельности. Ввиду значимости этого фактора при анализе мы будем учитывать и динамику данного фактора.

Важный фактор, отражающий структуру рынка и уровень власти его участников, – различие между показателями фирм-лидеров и средним рыночным уровнем, показывающее, насколько велик «отрыв» лидеров от основной массы участников. В табл. 1 представлены эти характеристики, рассчитанные для наших показателей. Результаты указывают, по каким позициям лидерство наиболее заметно. На наш взгляд, в некоторой степени это раскрывает источники рыночной власти.

Таблица 1.

Различие между лидирующими участниками рынка и средним уровнем, %

	2002 г.		2003 г.		2004 г.
	$\Delta 1$	$\Delta 2$	$\Delta 1$	$\Delta 2$	$\Delta 1$
Объем профинансированных средств	20,35	12,41	13,88	13,88	10,58
Стоимость законченных сделок	37,89	9,22	55,85	55,85	–
Стоимость текущих сделок	47,37	16,51	17,29	17,29	9,66
Объем полученных платежей	–	–	–	–	17,74

Показатель законченных сделок в 2004 г. уже не рассчитывался. По объему полученных платежей данные есть только для 2004 г. В 2004 г. не составлялся общий национальный рейтинг.

Различие между положением фирмы, имеющей максимальное значение данного показателя, и средним рыночным уровнем этого показателя обозначено $\Delta 1$. $\Delta 2$ определяется аналогичным образом, но для фирмы, возглавляющей рейтинговый список, т.е. показывает отрыв общего национального лидера от среднего уровня. В общем случае $\Delta 2$ может быть и отрицательным, тогда фирма, имеющая наивысший интегральный рейтинг, по определенному показателю отстает от среднего уровня. Реально такая ситуация маловероятна. Все показатели взяты в относительном выражении. В нашей таблице первая строка означает, что в 2002 г. доля самой крупной по критерию профинансированных средств фирмы (это была фирма «Росагролизинг») в общей сумме профинансированных на рынке средств была на 20,35% больше среднерыночного значения. Аналогичная разница для фирмы, возглавляющей общенациональный рейтинг («РТК-лизинг»), составила 12,41%. В 2003 г. $\Delta 1$ и $\Delta 2$ имели одинаковые значения 13,88% (лидер общего рейтинга фирма «РТК-лизинг» имела самую высокую долю в объеме профинансированных средств).

Если значения $\Delta 1$ и $\Delta 2$ совпадают или близки, то фирма, возглавляющая общий рейтинг, лидирует и по выбранному критерию. Интересно отметить, что в 2002 г. $\Delta 1$ и $\Delta 2$ существенно отличались друг от друга, а в 2003 г. они практиче-

ски совпали по всем трем критериям. В определенной степени это показывает формирующуюся «однородность» лидирующего положения (это понятие будет рассмотрено подробнее ниже).

Опираясь на данные таблицы, сформулируем еще одно наблюдение. В 2002 г. отрыв лидеров от общего уровня был наиболее заметен по стоимости текущих сделок, т.е. лидирующее положение во многом определялось поведением фирм в текущем году. В следующем периоде ситуация изменилась, самыми значимыми стали различия в стоимости законченных сделок, которые отражают прошлое поведение, историю. Именно этот фактор в большей степени влиял на рыночную власть. Можно предположить, что в основном лидирующее положение было сформировано за счет поведения фирм именно в 2002 г.

В целом по показателям объема профинансированных средств и стоимости текущих сделок в течение рассматриваемого периода наблюдалось определенное «сглаживание» позиций фирм, отрыв лидера от среднего уровня устойчиво уменьшался. В 2004 г. самое большое расхождение соответствовало показателю объема полученных платежей. Таким образом, можно предположить, что лидирующее положение во многом основывается на умении отбирать потребителей и взаимодействовать с ними. Это косвенно свидетельствует о том, что пока российский рынок еще не стал в первую очередь ориентированным на пользователя, на подбор удобной и эффективной для него формы оплаты.

Несмотря на имеющее место сближение, рынок остается концентрированным и на нем есть явно выраженные фирмы-лидеры.

Мы попытались также посмотреть, насколько прочно лидерство на рынке лизинговых услуг. Для этого введем понятия «устойчивость» и «стабильность» лидирующего положения лизинговых фирм.

В соответствии с нашим определением *устойчивость* лидирующего положения фирмы на рынке означает, что она входит в несколько лидирующих групп одновременно. Таким образом, лидерство можно считать устойчивым, если оно основывается на нескольких критериях. Данное понятие трактуется нами достаточно широко. Так, мы рассматриваем множества лидеров рынка по значению выбранных индикаторов поведения (стоимость текущих сделок, объем полученных платежей и др.), множества региональных лидеров, лидеров по использованию тех или иных финансовых инструментов, лидеров по сделкам с определенными активами и др. Устойчивость определяется пересечениями рассматриваемых множеств.

Если лидерство на рынке не является устойчивым, то все группы крупнейших фирм не пересекаются между собой, если лидерство устойчиво, то группы во многом похожи по составу участников.

Было проведено сравнение списков 10 крупнейших участников рынка, составленных по трем разным критериям. Общее суммарное количество фирм во всех группах могло меняться от 10 (в случае абсолютной устойчивости и соответственно полного совпадения групп) до 30 (в случае абсолютной неустойчивости и полного несовпадения групп лидеров).

Стабильность лидирующего положения фирмы означает, что она остается в группе лидеров в течение нескольких лет. Эта характеристика отражает лидерство в долгосрочном периоде.

Опираясь на приведенные выше пояснения, можно определить, что лидерство фирмы на рынке лизинговых услуг является устойчивым и стабильным, если оно основывается на нескольких критериях и сохраняется в долгосрочном пе-

риоде. Если на рынке существуют подобные фирмы, то можно прогнозировать тенденции развития структуры такого рынка.

Анализировались данные за 2002, 2003 и 2004 гг., частично использовалась информация 2001 г. Как отмечалось, на первом шаге для каждого года было сформировано три группы крупнейших фирм. Каждая из них включала 10 лидеров рынка, определенных на основе одного из трех критериев. Некоторые фирмы могли войти во все группы, другие – только в одну из трех.

Проведенный анализ показал, что списки лидеров, сформированные на основе критериев законченных и текущих сделок, в 2003 г. существенно обновились по сравнению с предыдущим годом. Результаты обобщены в табл. 2. Лидерство, основанное на финансовых индикаторах, в 2003 г. оказалось более стабильным. Так, 8 из 10 фирм входили в группу лидеров, сформированную на основе критерия профинансированных средств и в 2002 г., и в 2003 г., причем 6 фирм оставались в списке с 2001 г. Можно предположить, что лидерство на рынке лизинга основывается, прежде всего, на применении эффективных финансовых схем. Это является важной особенностью российского рынка, отражающей новизну лизинга как финансового инструмента. В 2004 г. лидирующее положение стало более стабильным и по показателю текущих сделок.

Таблица 2.

Стабильность лидирующего положения

Критерий	Количество фирм, входивших в группу лидеров в 2002 и 2003 гг.	Количество фирм, входивших в группу лидеров в 2003 и 2004 гг.
«История»	3	Нет данных
«Текущее состояние»	3	7
«Финансовая стратегия»	8	7

В качестве критериев использовались следующие показатели:

«история» – стоимость законченных сделок;

«текущее состояние» – стоимость текущих сделок;

«финансовая стратегия» – объем полученных платежей.

Табл. 3 отражает однородность (в нашей терминологии – устойчивость) лидирующих позиций. Здесь также показаны некоторые характеристики одного из региональных (сибирского) рынков. В таблице показано суммарное количество фирм-лидеров (эта цифра может колебаться от 10 до 30) и количество фирм, входящих одновременно в несколько ведущих десятков. Лидирующее положение стало более устойчивым в 2003 г. (на это указывают и данные табл. 1), существенно возросло количество фирм, относимых к лидерам по нескольким критериям. В 2004 г. в целом эти процессы продолжились.

Несмотря на определенное движение в регионы, территориальные диспропорции, уже отмеченные в предыдущем параграфе, остаются характеристикой отечественного рынка. Основная часть лизинговых операций совершается в Москве и Санкт-Петербурге. Например, доля сибирского рынка в общенациональном в 2003 г. составила только 6 % [5]. Региональные рынки динамично развиваются, что позволяет предположить сглаживание подобных диспропорций в будущем. В настоя-

щее время, несмотря на определенный интерес центральных лизинговых фирм к деятельности в провинциях, региональные рынки обособлены и во многом автономны. Следует отметить, что региональные рынки частично повторяют российские особенности, но в то же время демонстрируют и свою специфику. Так, сибирский рынок более концентрирован и менее конкурентен, чем общероссийский.

Таблица 3.

Устойчивость лидирующего положения

	2002 г.	2003 г.		2004 г.
		Россия в целом	Сибирский регион	Россия в целом
Общее количество фирм во всех группах	19	22	16	13
Количество фирм, включенных более чем в одну группу	6	12	12	11
Количество фирм, представленных в каждой из трех групп	3	9	8	7

Дальнейший анализ устойчивости

В 2004 г. общий национальный рейтинг лизинговых компаний России не составлялся. В рамках анализа устойчивости рыночной позиции мы попытались сопоставить между собой различные рейтинговые списки 2004 г. В качестве базового индикатора использовался показатель динамики объема профинансированных средств за период 2002–2004 гг., измеряемый в процентах. Отметим, что разброс этого показателя очень велик – от 133360% (компания «Грузомобиль») до отрицательного значения (–66%) (компания «Титан-лизинг»). В то же время, с нашей точки зрения, этот индикатор показывает потенциал развития фирмы, как уже подчеркивалось, объем профинансированных средств – один из важнейших факторов стратегии поведения лизингодателя. В табл. 4 приведены некоторые характеристики однородности позиций фирм в рассматриваемом рейтинге.

Сделаем пояснения к таблице. Исходный массив составил список из 110 лизинговых фирм, проранжированных по динамике объема профинансированных средств, этот показатель имеет в таблице индекс 0. Все множество фирм разбито на 11 групп по 10 фирм в каждой в зависимости от порядка их расположения в рейтинговом списке – первые десять компаний включены в первую группу, вторые десять – во вторую и т.д. Во втором столбце таблицы показан средний рейтинг группы, т.е. среднее значение рейтингов всех фирм, вошедших в группу, по динамике профинансированных средств. Остальные учитываемые показатели имеют следующие обозначения в таблице:

- 1 – объем полученных платежей;
- 2 – объем профинансированных средств (в абсолютном выражении);
- 3 – стоимость текущих сделок.

Далее каждой фирме, вошедшей в ту или иную группу, были сопоставлены ее рейтинговые оценки по показателям 1, 2, 3. Например, фирма «Грузомобиль», имеющая самый высокий рост показателя 0, по первому критерию занимает 33 место,

по второму – 27 и по третьему – 36. Для каждой группы было вычислено среднее значение рейтингов фирм по показателям 1, 2 и 3. Так, для фирм, вошедших в первую группу, средний рейтинг по объему профинансированных средств составляет 5,5, по объему полученных платежей – 44,7 и т.д. В шестом столбце таблицы (обозначенном 1–3) показан средний рейтинг группы по показателям, отличным от базового, т.е. по показателям 1, 2 и 3. В случае однородного, устойчивого лидерства значения средних рейтингов должны быть близки. В последнем столбце таблицы указаны стандартные отклонения групповых рейтингов.

Результаты показывают, что фирмы, лидирующие по показателю динамики объема профинансированных средств, не относятся к ведущим по другим критериям. Отметим, что по остальным критериям лидерство можно считать однородным. Интересно, что минимальные отклонения соответствуют группам 5 и 6, которые включают фирмы из середины рейтингового списка. Таким образом, положение фирм, занимающих средние с точки зрения лидерства позиции на рынке, является в нашей терминологии устойчивым. Поскольку динамика объема профинансированных средств определяет возможности развития фирмы, распределение рынка в долгосрочном периоде может измениться.

Таблица 4.

**Характеристика лидерства
по динамике объема профинансированных средств**

Группа	Средний рейтинг группы по показателям					Отклонение
	0	1	2	3	1–3	
1	5,5	44,7	45,5	49,4	46,53	20,62
2	15,5	56,5	45	52,6	51,37	18,56
3	25,5	64,9	61	57,8	61,23	18,10
4	35,5	59	60,9	63,7	61,20	12,99
5	45,5	49,8	44	49,4	47,73	2,86
6	55,5	47,2	50,7	49,2	49,03	3,54
7	65,5	49,8	53,4	56,3	53,17	6,72
8	75,5	48,7	52,4	48,1	49,73	13,02
9	85,5	49	59,5	57,4	55,30	15,77
10	95,5	50,7	61,9	50,7	54,43	21,20
11	105,5	70,1	72,5	71,92	71,49	17,04

Анализ некоторых аспектов финансового поведения лидеров

На следующем этапе анализа были рассмотрены финансовые инструменты, используемые лизинговыми фирмами. Этап поиска и привлечения свободных финансовых ресурсов очень важен при организации лизинговой сделки. Мы располагали информацией относительно привлечения финансирования через векселя, банковские и коммерческие кредиты. Были проанализированы списки 15 лидеров по использованию каждого инструмента. Таким образом, всего было рассмотрено 3 списка, максимальное количество фирм в них могло бы быть равным 45 (если бы они никак не пересекались), минимальное – 15 (в случае полного совпадения).

Результаты показали, что всего в списках оказалась 31 фирма, из них только 3 используют все 3 рычага привлечения финансирования, причем эти фирмы не возглавляют рейтинговые списки по рассмотренным ранее показателям, 6 фирм используют 2 рычага из трех. Таким образом, пока большинство лизинговых фирм не используют одновременно все возможные каналы финансирования сделок. Ниже в табл. 5–7 представлена информация о рейтинговых оценках этих фирм. Здесь при анализе мы стремились оценить, какие инструменты в большей степени используют лидеры рынка и насколько лидирующее положение по применению финансовых инструментов является устойчивым.

Таблица 5.

Лидеры рынка по привлечению финансирования через векселя

Компании	Рейтинги по показателям			
	привлечение векселей	1	2	3
РТК-Лизинг	1	1	2	1
Машлизинг	2	31	28	41
ЕвроЛизинг	3	24	24	21
ЛК «Медведь»	4	32	37	22
<i>РБ-Лизинг</i>	5	28	17	24
<i>Интрерослизинг</i>	6	30	15	10
Русская лизинговая компания	7	25	31	33
ЛИКОНС	8	45	60	49
ЛК «ГРАН»	9	91	70	79
Центр-Капитал	10	2	5	5
<i>Интерлизинг</i>	11	16	23	17
Дартмастер	12	44	80	57
Петролизинг-Менеджмент	13	12	20	31
КБП-Лизинг	14	48	69	77
СТОУН XXI	15	26	35	29
Средний рейтинг по показателю	8	30,3	34,4	33,1
Средний общий рейтинг			32,6	
Стандартное отклонение			12,42	

Таблица 6.

Лидеры рынка по привлечению банковских кредитов

Компании	Рейтинги по показателям			
	банковские кредиты	1	2	3
РТК-Лизинг	1	1	2	1
Русско-германская лизинговая компания	2	9	4	7
УралСиб	3	8	12	9
ММБ-Лизинг	4	11	6	11
Райфайзен-Лизинг	5	4	8	13

Окончание табл. 6.

Компании	Рейтинги по показателям			
	банковские кредиты	1	2	3
НОМОС-Лизинг	6	19	14	20
Универсальный лизинговый холдинг	7	20	39	23
КАМАЗ-Лизинг	8	34	18	26
Балтийский лизинг	9	15	19	12
Глобус-Лизинг	10	46	11	8
<i>РБ-Лизинг</i>	11	28	17	24
КАМАЗ	12	17	9	14
Группа финансовых технологий	13	27	32	25
<i>Интерлизинг</i>	14	16	23	17
<i>Интеррослизинг</i>	15	30	15	10
Средний рейтинг по показателю	8	19	15,3	14,7
Средний общий рейтинг		16,31		
Стандартное отклонение		4,58		

Таблица 7.

Лидеры рынка по привлечению коммерческих кредитов

Компании	Рейтинги по показателям			
	коммерческие кредиты	1	2	3
Альфа-Лизинг	1	5	3	4
Скания-Лизинг	2	18	21	18
Центр-Капитал	3	2	5	5
Ютэйр-Лизинг	4	38	77	35
Московская лизинговая компания	5	40	43	29
Машлизинг	6	31	28	41
Агропромышленная финансовая компания	7	84	55	69
Группа финансовых технологий	8	27	32	25
<i>РБ-Лизинг</i>	9	28	17	24
Универсальный лизинговый холдинг	10	20	39	23
Петролизинг-Менеджмент	11	12	20	31
ЛК «Медведь»	12	32	37	22
НОМОС-Лизинг	13	19	14	20
<i>Интеррослизинг</i>	14	30	15	10
<i>Интерлизинг</i>	15	16	23	17
Средний рейтинг по показателю	8	26,8	28,6	24,9
Средний общий рейтинг		26,76		
Стандартное отклонение		9,5		

В таблицах курсивом выделены названия компаний, которые используют все три рычага привлечения финансирования (таких компаний, как отмечалось, три). Второй столбец во всех таблицах показывает рейтинг фирмы по показателю использования рассматриваемого рычага, далее идут рейтинги по трем другим показателям (обозначения показателей такие же, как в табл. 4, а именно: 1 – сумма полученных платежей, 2 – объем профинансированных средств, 3 – стоимость текущих сделок). Для каждого показателя определен средний рейтинг по всем 15 фирмам, затем общие средние рейтинги и стандартные отклонения.

Данные табл. 5 характеризуют фирмы, лидирующие на рынке по использованию векселей для финансирования сделок. Средний рейтинг этих 15 фирм по четырем показателям (использование векселей и показатели 1–3) равен 32,6, стандартное отклонение 12,42, для банковский кредитов эти индикаторы равны 16,31 и 4,58, а для коммерческих кредитов 26,79 и 9,5 соответственно. Среднее значение рейтинга отражает, в какой степени фирмы группы относятся к лидерам рынка, определяемым по совокупности индикаторов поведения. Отклонение показывает, насколько однородны лидирующие позиции фирм в группе. Конечно, такой анализ не позволяет получить исчерпывающую характеристику лидирующего положения. Однако некоторые интересные особенности он выявляет. Так, средний рейтинг лидеров рынка по привлечению банковских кредитов (табл. 6) выше, что свидетельствует о том, что фирмы, доминирующие на рынке, обладающие рыночной властью, пользуются в первую очередь банковскими кредитами. Здесь лидерство более однородно, чем в других группах. Эксперты-практики также часто подчеркивают, что именно возможность получения значительных банковских кредитов часто является залогом успеха в лизинговом бизнесе.

Фирмы, лидирующие по величине собственного капитала

В рамках анализа финансовых аспектов были рассмотрены характеристики 50 фирм, лидирующих на рынке по размеру собственного капитала. Величина собственного капитала отражает устойчивость лизинговой фирмы, влияет определенным образом на уровень ее рыночной власти. Возглавляют этот список фирмы «Росагролизинг» (1 место) и «РТК-Лизинг» (2 место). Отметим, что фирма «РТК-Лизинг» имеет самые высокие рейтинги (1 или 2) по всем трем индикаторам, фирма «Росагролизинг» по объему полученных платежей занимает 7 место (что вполне объяснимо ее специализацией и характером пользователей), а по двум другим показателям также либо первое, либо второе место. Таким образом, самые влиятельные участники рынка имеют и самый высокий уровень собственного капитала. Отрыв лидера от среднерыночного уровня по этому показателю (в относительном выражении) составляет 46,24%, если исключить из рассмотрения фирму «Росагролизинг», то отрыв составит 30,91%, а если исключить двух лидеров, то 20,21%. Напомним, что по другим показателям (табл. 1) в 2004 г. отрыв лидеров был существенно меньше. При этом здесь мы рассматривали не всех участников, а только 50 ведущих, можно предположить, что рассчитанный для всех участников рынка разрыв был бы еще больше. Интересно отметить, что однородным, устойчивым является только лидерство первых двух фирм, далее фирмы, занимающие высокие позиции по величине собственного капитала, по другим критериям имеют рейтинги существенно ниже. Определенная однородность наблюдается только в конце списка. Так, фирмы, имеющие 30–40-е места по величине

собственного капитала, занимают близкие позиции по другим критериям. В целом, результаты показывают устойчивость лидерства только в самой высшей части списка. Таким образом, чтобы безусловно лидировать (т.е. возглавлять список) на рынке лизинговых услуг, необходимо иметь существенный собственный капитал. Однако для завоевания прочных высоких позиций на рынке (т.е. вхождения в десять-двадцать крупнейших фирм) это не всегда обязательно.

Региональные аспекты лидерства

Анализ лидирующего положения участников рынка также был проведен в территориальном разрезе. Было рассмотрено 9 регионов – субъектов Федерации:

Сибирский ФО;
Приволжский ФО;
Дальневосточный ФО;
Северо-Западный ФО;
Уральский ФО;
Центральный ФО;
Южный ФО;
Москва;
Санкт-Петербург.

В каждом регионе анализировалось положение 10 фирм, лидирующих по стоимости текущих сделок. Таким образом, максимальное количество анализируемых фирм могло бы быть равным 90 (в случае полной территориальной неустойчивости лидерства), минимальное – 10 (в случае абсолютного совпадения). Результаты показали, что множество анализируемых фирм включало 48 элементов. При этом ни одна из фирм не вошла в десять крупнейших во всех регионах. Только одна фирма «РТК-Лизинг» лидирует в восьми регионах, одна фирма «Промсвязьлизинг» в шести, по две фирмы лидируют одновременно в пяти и четырех регионах, 28 фирм значимы только в рамках одного региона. Подчеркнем, что фирма «РТК-Лизинг» имеет самые высокие рейтинги по всем показателям, «Промсвязьлизинг» также занимает прочные рыночные позиции. Таким образом, на уровне регионов значимы и национальные лидеры, лидерство которых можно считать устойчивым, и в тоже время можно констатировать наличие четких региональных доминант, что свидетельствует о некоторой автономности региональных рынков.

В целом, структура рынка характеризуется высокой динамичностью. Абсолютно устойчивыми можно назвать позиции только небольшого количества лидирующих фирм. Положение многих крупных участников рынка не стабильно и не устойчиво. Есть национальные лидеры, существенно опережающие средний уровень по всем параметрам анализа, при этом идут процессы сглаживания и выравнивания. На наш взгляд, именно эти особенности и формируют особую конкурентную среду на рынке лизинговых услуг.

Специализация лидеров рынка

Завершая анализ стабильности и устойчивости лидерства на рынке, остановимся на специализации ведущих фирм. В рамках этого исследования были рассмотрены группы десяти лидеров по стоимости текущих сделок с конкретными видами активов. Учитывались следующие виды оборудования: пассажирский ав-

тотранспорт, грузовой автотранспорт, оборудование для пищевой промышленности, полиграфическое, лесозаготовительное и деревообрабатывающее оборудование, дорожно-строительная техника, другие виды строительного оборудования, сельскохозяйственная техника, оборудование для добычи полезных ископаемых, телекоммуникационное оборудование, компьютерное и офисное оборудование, железнодорожный транспорт, авиационная техника, суда, машиностроительная техника, здания и сооружения. Ставилась задача выявить, насколько специализирована деятельность лидеров рынка, является ли специализация фактором рыночной власти. В случае жесткой специализации фирм их общее число во всех списках было бы равным 160 (16 групп по 10 фирм). Результаты показали, что всего в списках фигурировало 59 фирм, т.е. можно предположить, что лидерам свойственна некоторая универсальность. Отметим, что если та или иная фирма не вошла в десятку лидеров по сделкам с конкретным видом оборудования, то это не означает, что она не работает с такими активами вообще, операции могут присутствовать, но их масштаб не позволяет фирме доминировать на рынке.

Из 59 фирм 30 входит только в одну группу лидеров, 5 фирм представлено в двух группах, 10 фирм в трех, 6 в четырех, 5 в пяти, 1 в семи, 1 в десяти и 1 в 12 группах. Таким образом, всего два участника рынка – «Авангард-Лизинг» и Группа лизинговых компаний «УралСиб» отличаются «многопрофильным» лидерством. Интересно, что эти компании имеют достаточно высокие рейтинги по основным базовым показателям (от 3 до 12). В целом лидерству присуща специализация, доминирующие участники рынка, как правило, имеют преимущества в сделках с узким кругом активов.

Методология проведенного анализа лидерства схематично представлена на рис. 14.



Рис. 14. Схема анализа лидирующего положения участников рынка

Результаты анализа показали, что рынок лизинговых услуг очень динамичен. На рынке есть безусловные лидеры, однако их отрыв от среднего уровня постепенно сокращается. На основе анализа лидирующего положения по таким индикаторам, как объем профинансированных средств, сумма полученных платежей, стоимость текущих и законченных сделок, можно констатировать тенденции формирования устойчивого и стабильного лидерства. Однако лидирующее положение по показателю динамики объема профинансированных средств отличается неустойчивостью. Фирмы, лидирующие на рынке, не используют эффективно одновременно все возможные рычаги привлечения средств. Лидеры пользуются в основном банковскими кредитами. Доминирование по величине собственных средств не является обязательным для завоевания лидирующих позиций на рынке. Эта особенность характерна только для самых крупных участников. Лидерам в целом свойственна определенная региональная и предметная специализация, лишь очень небольшое число (один-два) самых крупных игроков рынка сохраняют свои ведущие позиции и в регионах, и по операциям с конкретными видами активов.

* *

*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Газман В.Д.* Финансовый лизинг. М.: ГУ ВШЭ, 2003.
2. *Леценко М.И.* Основы лизинга. М.: Финансы и статистика, 2000.
3. Лизинг в России 2003: Стратегия роста: Материалы конференции. М., ноябрь 2003.
4. Лизинговые компании в России: Справочник. М., 2004.
5. *Миловидов В.Д.* Инвестор в России: что делать? М.: ММВБ, 2000.
6. *Юсупова А.Т.* Экономическая природа лизинга: российские особенности / ИЭОПП СО РАН. Новосибирск, 2001.
7. www.raexpert.ru