

А.Т. Юсупова

Институт Экономики и организации  
промышленного производства СО РАН  
пр. акад. Лаврентьева, 17, Новосибирск, 630090, Россия  
e-mail: yusupova@ieie.nsc.ru

## АНАЛИЗ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ СТРУКТУРЫ РЫНКА ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В РОССИИ: ИСТОЧНИКИ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ

Лизинг представляет собой новый для российской экономики механизм финансирования. Мы понимаем лизинг широко, как систему различных контрактов, связанных с приобретением активов. Рынок лизинговых услуг, реально появившийся после кризиса 1998 года, активно и динамично развивается, демонстрируя интересные тенденции. На основе эмпирических данных относительно поведения рыночно ориентированных лизинговых фирм в статье приводится анализ структуры рынка, рассматриваются особенности лидерства и рыночной власти. Вводятся понятия устойчивости и стабильности лидирующего положения лизинговой фирмы. Результаты показывают, что лидерство на рынке лизинга не стабильно. В 2003 году оно стало более устойчивым. В статье сформулированы некоторые характеристики стратегии поведения лизингодателей, выявленные в ходе обследования ряда фирм.

В настоящее время в российской экономике активно идут процессы появления и формирования новых, неразвитых или не существовавших ранее рынков. Объектом наших исследований является один из таких рынков – рынок лизинговых услуг.

Мы определяем лизинг как вид предпринимательской деятельности, направленный на поиск и привлечение свободных финансовых средств, инвестирование их в элементы основных фондов и последующую передачу этих активов во временное пользование на возмездной основе [1]. Отметим ряд специфических характеристик лизинга, вытекающих непосредственно из его определения. Это: а) гибкость; б) комплексность; в) специфический характер отношений собственности; г) ведущая роль пользователя в выборе объекта и условий лизинга. Наше определение предполагает «расширительное» толкование понятия лизинга, в рамках которого он рассматривается не только, как определенный финансовый инструмент, а как новый тип хозяйственных отношений, изменяющий существующие парадигмы взаимодействия участников рынков.

В странах с рыночной экономикой рынок лизинговых услуг хорошо развит, многие предприятия, независимо от отраслевой принадлежности, размера, финансовых характеристик активно пользуются лизингом. 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. Масштабы развития российского лизинга существенно меньше. 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 90-х годов. Следует отметить, что широкое развитие лизинговых отношений способствовало бы решению ряда серьезных проблем, связанных с обновлением основных фондов, поиском источников финансирования, модернизацией экономики в целом. В нашей работе [1] выделяется и анализируется ряд периодов в развитии отечественного лизинга. После кризиса 1998 года 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 лизинговых услуг развивается очень динамично и демонстрирует интересные тенденции. Так же как за рубежом особенности данного рынка формируются в основном поведением лизингодателей. Следует отметить сложность точной оценки количества лизинговых компаний, действующих в настоящее время на российском рынке. В течение ряда лет (с 1995 по 2001 год) действовало правило обязательного лицензирования лизинговой деятельности, что позволяло оценивать количество лизингодателей по числу выданных лицензий. Подобные данные приводятся в литературе, они анализируются в нашей работе [1]. Однако, многие из компаний, получавших лицензию, реально не функционировали. Кроме того, часть лизинговых фирм являлась (и является) «государственно ориентированными», их нельзя в полной мере считать субъектами рынка. После отмены лицензирования лизинговой деятельности оценивать количество участников рынка стало еще сложнее. В то же время уже сформировалось определенное множество лизинговых фирм (и полностью частных и частично принадлежащих государству), 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.

Опираясь на эмпирические данные исследований рейтингового агентства «Эксперт РА» [2-4], мы выделили ряд характеристик формирующейся структуры современного рынка лизинговых услуг и некоторые особенности поведения его участников.

К характеристикам формирующейся **структуры рынка** можно отнести следующие:

- Высокие темпы роста объемов лизинговых услуг, наблюдаемые в последние 2 года, особенно существенно (в 2 раза) объемы возросли в 2003 году. 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).
- Среди российских лизингополучателей доминируют пока средние и малые фирмы, крупные предприятия либо используют собственные средства, либо обращаются к банковскому кредиту. Это отражает существующую парадигму безусловного предпочтения собственности другим 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 этот 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. Эмпирические данные показывают, что 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 2002-2003 годов 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.

- 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 расширительному толкованию института лизинга, отражает «продвинутой» вариант его реализации.
- 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.
- Интересно отметить, что российский рынок лизинговых услуг сочетает низкие барьеры входа, развивающуюся конкуренцию и пока еще высокий уровень концентрации. На рынке действует определенное количество **фирм – лидеров**, обладающих безусловной рыночной властью.

Лидерство на рынке лизинговых услуг определяется по таким характеристикам как объем профинансированных средств, количество и стоимость заключенных сделок, объем поступивших лизинговых платежей. В таблице 1 показаны оценки концентрации национального и регионального рынка лизинга. В качестве примера регионального рынка рынок Сибирского региона (территориальные границы региона соответствуют границам Сибирского федерального округа). Показатели концентрации рассчитаны на основе данных по текущим сделкам. Следует отметить, что мы рассчитывали модифицированные коэффициенты концентрации  $CR_3^*$  и  $CR_5^*$ . Они показывают долю, приходящуюся на контракты, заключенные тремя и пятью лидерами рынка соответственно в общей стоимости контрактов всех лизинговых фирм. При этом лидирующими считались фирмы – лидеры по общему рейтингу. Если бы коэффициенты концентрации рассчитывались стандартным образом, уровень концентрации был бы еще выше.

*Таблица 1*

**Уровень концентрации регионального и национального рынка лизинговых услуг, %**

	2002		2003	
	$CR_3^*$	$CR_5^*$	$CR_3^*$	$CR_5^*$
Российский рынок	26,3	29,8	27	33
Сибирский рынок	36	77	45	65

Данные таблицы показывают, что рынок достаточно концентрирован, что означает неравномерное его распределение между участниками. На рынке, имеющим подобную структуру, можно предполагать наличие рыночной власти у отдельных фирм, которые и определяют ситуацию на рынке. Именно такие фирмы занимают на рынке лидирующие позиции. Мы попытались проанализировать, насколько устойчиво лидерство на рынке лизинговых услуг. Результаты такого анализа показывают причины и источники рыночной власти.

Анализ характеристик «десятки лидеров» по каждому из основных показателей за 2001 – 2003 годы подтверждает высокую динамичность рынка. Список лидеров рынка не стабилен, за исключением 2-3 действительно крупнейших компаний, позиции других значимых участников рынка пока не устойчивы. Рынок характеризуется неравномерностью, высок разброс значений основных показателей. Лидирующее положение во многом определяется текущим поведением фирм, а не «накопленным потенциалом». На наш взгляд, это частично формирует особую конкурентную среду. В рамках проведенного исследования анализировались «устойчивость» и «стабильность» лидирующего положения. Для этого было проведено сопоставление списков 10 крупнейших участников рынка, составленных по следующим критериям (они соответствуют перечисленным выше признакам, на основе которых составлен общенациональный рейтинг лизинговых компаний):

- А) Количество и стоимость законченных сделок;
- Б) Количество и стоимость текущих сделок;
- В) Объем поступивших лизинговых платежей;

Анализировались данные за 2002 и 2003 год, частично использовалась информация 2001 года. Таким образом, для каждого года было сформировано три группы крупнейших фирм. Каждая из них включала 10 лидеров рынка, выделенных по одному из трех критериев. Некоторые фирмы могли войти во все группы, другие – только в одну из трех.

В соответствии с нашим определением *устойчивость* лидирующего положения означает, что фирма включена в несколько лидирующих групп одновременно. Т.е. устойчивое лидерство основывается на нескольких критериях. Если лидерство на рынке не является устойчивым, то все три группы крупнейших фирм не пересекаются, если лидерство устойчиво, то группы во многом похожи. Общее суммарное количество фирм во всех группах может 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 периоде. Если на рынке существуют подобные фирмы, то можно прогнозировать тенденции развития структуры такого рынка.

Некоторые результаты анализа приведены в таблицах 2 и 3. Список лидеров, сформированный на основе законченных контрактов (критерий А), в 2003 году существенно обновился по сравнению с предыдущим годом. Дисперсия этого показателя (рассчитанного как по количеству, так и по стоимости контрактов) велика, причем в 2003 году она возросла. Это же относится и группе лидеров по показателям текущих контрактов (критерий Б).

Интересно отметить, что лидерство, основанное на финансовых индикаторах, более стабильно. 8 из 10 фирм входили в группу лидеров, сформированную на основе последнего критерия (критерия В), и в 2002, и в 2003 году. 6 фирм оставались в этом списке с 2001 года. 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.

Таблица 2 подтверждает тезис о том, лидирующее положение на рынке не стабильно; как отмечалось выше, оно определяется в основном текущим, а не прошлым поведением фирм.

## МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Таблица 3 отражает однородность лидирующих позиций. Результаты подтверждают, что лидерство является устойчивым как на национальном, так и на региональном уровне. В таблице показано количество фирм – лидеров в целом (эта цифра может колебаться от 10 до 30) и количество фирм, входящих одновременно в несколько ведущих десятков. Лидирующее положение стало более устойчивым в 2003 году, существенно возросло количество фирм, относимых к лидерам по нескольким критериям.

В таблице 3 также отражены некоторые характеристики регионального (сибирского) рынка. Несмотря на определенное движение в регионы, территориальные диспропорции остаются. Основная часть лизинговых операций совершается в Москве и Санкт-Петербурге. Например, доля сибирского рынка в общенациональном в 2003 году составила только 6% [3]. Региональные рынки динамично развиваются, что позволяет предположить сглаживание подобных диспропорций в будущем. В настоящее время, несмотря на определенный интерес центральных лизинговых фирм к деятельности в провинциях, региональные рынки обособлены и во многом автономны. Лидеры сибирского рынка не определяют структуру на национальном уровне. Ни одна из 10 крупнейших сибирских фирм не входит в 10 национальных лидеров, очень немногие сибирские компании входят в группу 30-35 национальных лидеров. Следует подчеркнуть, что региональные рынки во многом повторяют российские особенности, но в тоже время демонстрируют и свою специфику. Так, сибирский рынок более концентрирован и мене конкурентен, чем общероссийский. Показатели концентрации приведены в таблице 1. Интересно отметить, что на сибирском рынке в 2003 году показатель  $CR^*_3$  возрос на 9%, а показатель  $CR^*_5$  снизился на 12%.

Таблица 2

### Стабильность лидирующего положения

Критерий	Количество фирм, включенных в группу лидеров и в 2002, и в 2003 году
А Количество и стоимость законченных сделок (История развития фирмы)	3
Б Количество и стоимость текущих сделок (Текущая ситуация)	3
В) Объем поступивших лизинговых платежей (Финансовый аспект)	8

Таблица 3

### Устойчивость лидирующего положения

Показатель	2002	2003	
		Россия в целом	Сибирский регион
Общее количество фирм во всех группах	19	22	16
Количество фирм, включенных более чем в одну группу	6	12	12
Количество фирм, включенных три группы	3	9	8

Агенты сибирского рынка в большей степени зависят от учредителей. Здесь в относительном выражении больше компаний, учрежденных при банках. Соответственно поведение таких фирм полностью определяется стратегией материнского банка. Проблема

поиска свободных финансовых ресурсов особенно остра для сибирских лизингодателей. В целом, можно утверждать, что сибирский рынок «отстает на шаг» от общероссийского. Эмпирические данные (некоторые из них представлены в таблице 3) показывают устойчивость лидерства на этом рынке.

Отметим также интересные **особенности поведения** российских лизингодателей:

- Происходит стандартизация и «технологизация» проведения лизинговых сделок. С одной стороны, каждая лизинговая сделка уникальна и ее эффективность определяется в частности возможностью адекватного учета всех особенностей участников и ситуации. С другой стороны, существенно возросшие масштабы рынка сделали возможным выработку и применение некоторых универсальных стандартов.
- Одной из центральных проблем развития лизинга, как в национальных рамках, так и на уровне отдельной сделки является проблема поиска источников финансирования. В настоящее время лизингодатели начинают постепенный переход к ориентации на собственные средства. Даже фирмы, возникшие на базе банков, через 1-2 года начинают разрабатывать политику «независимого» финансирования. Есть отдельные примеры использования развитых финан-совых инструментов (например, облигационных займов).

В ходе нашего исследования рассматривались стратегии поведения отдельных участников рынка. Было составлен вопросник, и проведено обследование ряда рыночно ориентированных лизинговых фирм. Этот сюжет выполнялся в рамках дипломной работы студентки 4 курса ЭФ НГУ Игумновой Юлии. Все вопросы сгруппированы в 8 блоков, отражающих такие существенные аспекты поведения лизинговой фирмы как: история развития, состав учредителей, специализация, специальные требования к пользователям, типы и особенности лизинговых договоров и др. (вопросы показаны в таблице 5).

Полученные результаты обобщены в таблицах 4 и 5. Они показывают, что некоторые характеристики стратегии не зависят от особенностей самих лизинговых фирм. Такие факторы поведения отражают общую внешнюю среду, в которой развивается лизинговый бизнес в России. Так, оказалось, что лизинговые фирмы, как правило, стремятся не ограничиваться определенными типами активов, т.е. не имеют явно выраженной специализации. Выбор пользователя осуществляется на основе финансовых критериев, другие требования (отраслевая принадлежность, история и т.д.) менее значимы. Все лизинговые фирмы предпочитают использовать максимально возможную частоту лизинговых платежей (обычно раз в месяц).

Другие характеристики поведения фирм в разной степени изменчивы. Мы выделили две базовые характеристики, которые определяют стратегию поведения лизинговой фирмы. Это: тип учредителя и история создания компании (до кризиса 1998 года или после него). Именно эти факторы, как показало, наше обследование влияют на территориальные границы, тип пользователя. Например, если фирма учреждена крупным банком, она область ее деятельности географически не ограничена. Мониторинг отдаленных пользователей может быть организован с помощью сети филиалов банка. Именно тип учредителя влияет на стратегию фирмы вообще, и финансовую стратегию, прежде всего.

Оказалось, что, как правило, фирмы, ориентированные на все виды лизинговых услуг, реально отдают предпочтение крупным пользователям.

В таблице 4 показаны характеристики стратегии лизинговой фирмы, которые мы считаем постоянными (зависящими от внешней среды), базовыми и переменными.

*Таблица 4*

## Факторы, формирующие стратегию поведения лизинговой фирмы

Постоянные факторы	Базовые факторы	Переменные факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>• специализация</li> <li>• частота платежей</li> <li>• финансовые требования к пользователям</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• год создания</li> <li>• тип учредителя</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• тип пользователя</li> <li>• границы территории</li> <li>• условия лизинга</li> </ul>

В таблице 5 даны комбинации этих характеристик. Каждое сочетание представляет собой определенный тип стратегии участника рынка лизинговых услуг (всего выделено 4 основных сочетания).

Таблица 5

## Сочетания факторов, формирующие стратегию поведения лизинговой фирмы

Факторы	Сочетания факторов			
	1	2	3	4
Год образования до 1998	+	+		
Год образования после 1998			+	+
Учреждение банком	+		+	
Учреждение не банковской структурой		+		+
Широкая специализация (по активам)	+	+	+	+
Узкая специализация				
Ориентация на малый бизнес		+		+
Ориентация на крупный бизнес			+	
Ориентация на все виды бизнеса	+			
Функционирование на локальном рынке		+		+
Функционирование на национальном рынке	+		+	
Финансовые требования к пользователям	+	+	+	+
Нефинансовые требования к пользователям				
Краткосрочные договоры лизинга (до 3 лет)			+	+
Долгосрочные договоры лизинга (более 3 лет)	+	+		
Частые платежи (ежеквартальные и чаще)	+	+	+	+
Редкие платежи (1-2 раза в год и реже)				

Наше исследование не является полностью завершенным, соответственно мы не претендуем на окончательные выводы. В целом состояние и перспективы развития лизинга можно оценить позитивно. В определенной степени этот рынок является индикатором общего экономического развития России. Представляется, что выделенные тенденции развития и структура рынка лизинговых услуг будут продолжены.

## Список литературы:

1. Юсупова А.Т. Экономическая природа лизинга: российские особенности. ИЭиОПП СО РАН. – Новосибирск, 2001.
2. Лизинг в России 2003: стратегия роста. Материалы конференции. – Москва, ноябрь 2003.
3. Лизинговые компании в России. Справочник. – Москва, 2004.
4. [www.raexpert.ru](http://www.raexpert.ru)