

Експрес результати дослідження ринку лізингу України – 2007

Протягом останніх трьох років ринок лізингу в Україні швидко зростає. Сьогодні іноземні банки входять на ринок, спрощуючи доступ до фінансування та збільшуючи можливості таких фінансових інструментів як лізинг. В подальшому очікується збільшення кількості лізингових компаній, засновниками яких є банки, що сприятиме більш широкому розповсюдженню лізинга як альтернативного інструменту фінансування.

З метою визначення існуючих можливостей для потенційних інвесторів в Україні проект «Розвиток лізингу в Україні» (Міжнародна фінансова корпорація), провів третій річний огляд ринку лізингу.

Основні результати дослідження представлені наступними даними:

- упродовж 2005-2006 років кількість лізингових компаній збільшилася на 30%. Цьому сприяло декілька факторів: зростання зацікавленості у лізингу з боку іноземних банків, що увійшли на український ринок минулого року; зростання обізнаності щодо лізингу серед широкої громадськості та державних службовців; швидкий розвиток фінансових ринків України, а також кращий доступ до кредитних ресурсів;
- загальна вартість портфелю лізингових угод зросла приблизно на 108%, тобто з 344 млн. дол. США до 716 млн. дол. США на 1 січня 2007 р.. Кількість працівників у лізинговій індустрії також збільшилась на 50%, та складає майже 1400 чоловік.
- незважаючи на те, що цього року залізничний транспорт обійняв перше місце по вартості в портфелях лізингових угод, найпопулярнішим активом продовжують залишатися легкові автомобілі. Одночасно, дослідження показало значне зростання лізингових угод стосовно муніципального та вантажного транспорту, сільськогосподарської техніки, та обладнання для промислового виробництва, проте їх реальні показники ще залишаються низькими.
- малі і середні підприємства все ще не користуються перевагами лізингу в суттєвому обсязі. Великі підприємства на сьогодні залишаються головними споживачами лізингових продуктів.
- джерела фінансування для лізингових компаній стали більш різноманітними: частка фінансування лізингових угод за рахунок банків-нерезидентів зросла на 14%. Банки-резиденти, що надали більш ніж 74% кредитів лізинговим компаніям у 2005 році, надали лише 60% минулого року. Очікується, що впродовж наступних декількох років, зросте кількість банків нерезидентів, які фінансують лізингові компанії-резиденти.
- ринок лізингу набуває стабільності, що підтверджується і фактом значного зростання, в середньому по ринку, частки довгострокових лізингових угод (3-5 років), і, відповідно зменшенням частки лізингових угод з коротким терміном дії.
- процент лізингових угод, що завершилися дефолтом лізингоотримувача незначний (майже кожна компанія мала один два дефолти). Більшість активів були повернуті (вилучені) шляхом використання законодавчо встановлених механізмів.
- порівнюючи з сусідніми державами, Український ринок лізингу досить невеликий: всього 0,63% ВВП, порівняно з 4,7% у Венгрії або 1,1% в Росії. Однак, якщо темпи росту збережуться, обсяг ринку лізингу досягне 4 б'льйона дол.. США. За умов сприятливого законодавчого середовища, цифра могла би бути більшою.

Незважаючи на те, що Україна має досить високий потенціал для розвитку ринку лізингу, опитувані лізингові компанії наголосили на деяких аспектах, що стримують цей розвиток. А саме:

Доступ до фінансування:

вартість лізингу залишається відносно високою для лізингоотримувача, тому малі і середні підприємства все ще мало використовують переваги лізингу. Переважна більшість лізингових угод передбачає авансовий платіж, середня величина якого 20% від вартості предмету лізингу. Відсоткова ставка по лізингу вища за банківський кредит, крім того вимагається додаткове забезпечення окрім самого предмету лізингу. Але багато компаній, які сьогодні входять на ринок добре обізнані з існуючими умовами.

Такі компанії вимагають менший авансовий платіж та забезпечення (іноді не вимагають взагалі), і приймають рішення по кредитуванню швидше орієнтуючись на грошовий потік ніж на кредитну історію. Вони також запроваджують простішу процедуру заявки та оформлення лізингових угод. Завдяки приходу на ринок таких нових компаній конкуренція буде зростати, що зробить лізинг більш доступним для середнього і малого бізнесу.

Податкове законодавство та Адміністративна реформа:

Існуюче податкове законодавство містить деякі перепони щодо лізингу. Якщо проект Податкового Кодексу буде схвалено (очікується до кінця 2008 року), лізинг стане не таким дорогим для лізингоотримувача. Проте навіть якщо Податковий кодекс буде прийнято, все рівно необхідно внести певні зміни до адміністративної та судової системи, щоб спростити процедуру повернення об'єкту лізингу, що зменшить вартість трансакції для лізингодавця.

Уряд України висловив ідею, що лізинг буде важливим компонентом його компанії по розвитку інвестиційного клімату в Україні, шляхом внесення змін в існуюче законодавство.

Недостатність знань.

Відчувається гостра необхідність в тому, щоб малий і середній бізнес був більш обізнаним щодо лізингу. Не зважаючи на те, що IFC та інші донори проводять публічну освітню компанію стосовно лізингу як альтернативного фінансового інструменту та журналісти почали писати про це, здається, що тільки великі компанії отримують переваги від використання цього інструменту. Крім того деякі банки резиденти навіть рекламує «лізингові послуги» як такі, що не відрізняються від банківського кредиту. Інформаційна компанія має бути продовжена.

Відсутність вторинного ринку для довгострокових активів.

Не зважаючи на величезний попит на оновлення основних фондів в багатьох галузях економіки, включаючи сільське господарство та медицину, лізингові компанії не мають бажання давати в лізинг неліквідні активи. Наприклад, існує дуже добре розвинений вторинний ринок для автомобілів, і автомобілі займають найбільшу частину в лізинговому портфелі. Як очікується, автомобілі і в подальшому будуть надаватися в лізинг у великій кількості, так само як і в державах з більш розвинутим ринком, на жаль сільськогосподарська індустрія та медицина залишаються без належної уваги.

Нерозвинуті Кредитні Бюро

Лізингові компанії відчують труднощі аналізуючи потенціальних лізингоотримувачів внаслідок відсутності достатньої інформації про кредитну історію клієнта. В країнах де

лізинг складає суттєвий процент капітальних інвестицій, процедури аналізу суттєво спрощуються, оскільки простий телефонний дзвінок може надати інформацію про кредитну історію потенційного лізингоотримувача. В Україні процес отримання кредитної історії суттєво ускладнюється. Тільки три кредитних бюро існують в Україні, і вони почали працювати в грудні 2005 року.

Деякі лізингові компанії самостійно збирають кредитні історії своїх клієнтів, але вони не діляться цією інформацією з кредитними бюро. Одна така компанія збрала інформацію про 8000 підприємств в сфері сільського господарства та харчової переробки, що є для них суттєвою конкурентною перевагою. З розвитком кредитних бюро, лізингові компанії зможуть спростити процес оцінки клієнта, що сприятиме росту кількості лізингових операцій.

Наведені в цьому меморандумі дані та висновки є результатом дослідження ринку лізингу за 2004 – 2006 роки, проведеного експертами проекту Міжнародної фінансової корпорації «Розвиток лізингу в Україні» упродовж березня-травня 2007 року. Дослідження проводилося у формі анкетування і наступного безпосереднього опитування лізингових компаній, аналізу даних офіційної статистики та чинного законодавства.

Під час проведення даного дослідження певні дані про розвиток ринку лізингу за 2005 рік були уточнені, що допускає можливі розбіжності в відповідних показниках зазначених у попередньому огляді ринку за 2003-2005 роки.

Український ринок лізингових послуг представляють такі лізингодавці:

- Банки-резиденти України;
- Лізингодавці-нерезиденти України (міжнародний лізинг);
- Лізингові компанії – резиденти.

В таблиці 1 представлено огляд послуг фінансового лізингу в діяльності банків-резидентів України.

Таблиця 1. Послуги фінансового лізингу в діяльності банків-резидентів України (за офіційними даними НБУ).

Види кредитів	01.01.2004	01.01.2005	01.01.2006	2007 рік	
				01.01	01.04
Кредити всього, <u>млн.грн.</u>	67 835	88 579	137 415	245 226	256 173
%	100	100	100	100	100
В т.ч. кредити в інвестиційну діяльність <u>млн.грн.</u>	4381	8173	20 076	49 975	52 607
%	6,4	9,2	14,6	20,3	20,5
З них фінансовий лізинг <u>млн.грн.</u>	65	91	188	247	252
<u>млн.дол. США</u>	12,2	17,1	37,4	49,1	50,1
%	0,09	0,10	0,13	0,10	0,09

В таблиці 2 представлено дані Державної митної служби України стосовно міжнародного лізингу.

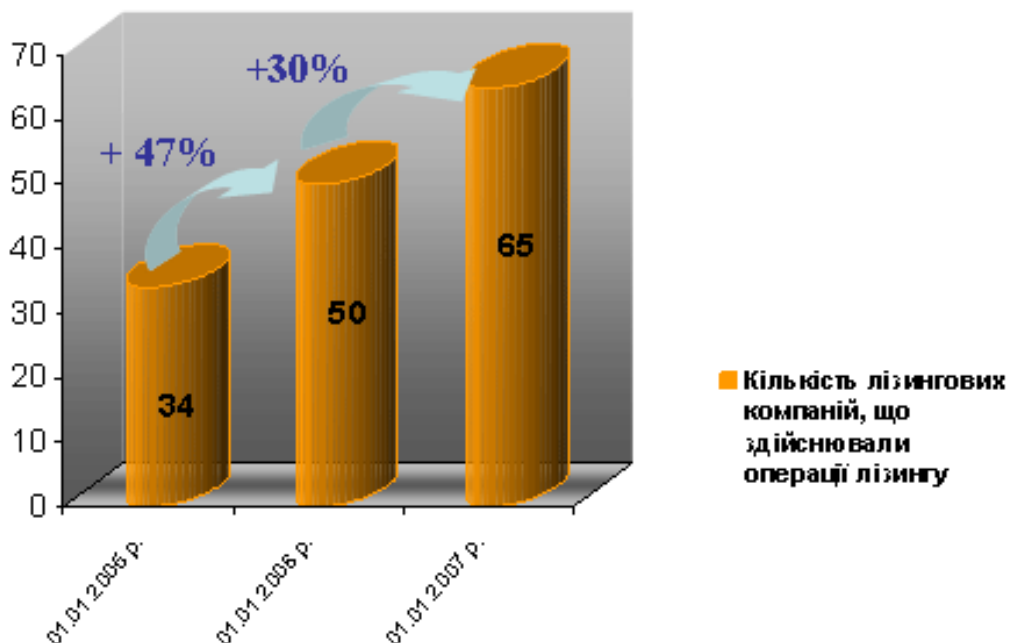
Таблиця 2 . Імпорт основних засобів за договорами лізингу.

Показники	2006 рік (млн. дол. США)	2007 р. Січень-травень	
		Млн. дол. США	Динаміка порівняно з аналогічним періодом попереднього року
Імпорт основних засобів за договорами лізингу – всього:	339,5	140,8	+2,7%
В тому числі:			
✓ Фінансовий лізинг	75,7	23,4	+82,5%
✓ Оперативний лізинг	263,8	98,2	-13,7%

Кількість лізингових компаній:

У 2006 році кількість лізингових компаній, що систематично надавали лізингові операції в Україні збільшилася на 30% у порівнянні із попереднім роком (з 50 до 65 компаній). В даному дослідженні приймали участь 60 лізингових компаній, що складає 92% від реально працюючих в 2006 році (діаграма 1).

Діаграма 1



Середньорічна кількість працівників лізингових компаній зросла за відповідний період на 48% і склала 1393 особи, порівняно з 942 у 2005 році (діаграма 2).

Діаграма 2

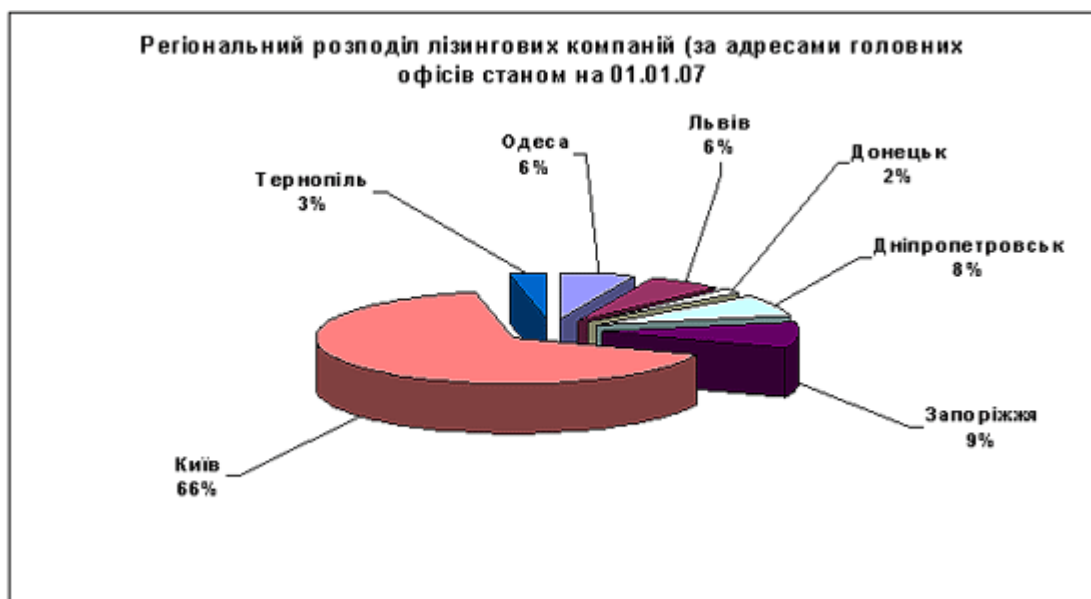


Регіональне розташування лізингових компаній

Переважає більшість опитаних лізингових компаній (66%) розміщується в Києві, решта представлена у регіонах (діаграма 3). У 28% опитаних лізингових компаній є представництва/філії в інших обласних центрах України.

Як і очікувалось, все більше лізингових компаній з'являються в регіонах, оскільки потреба в придбанні нової техніки та оновленні технологій особливо гостро відчувається саме там.

Діаграма 3



Власники лізингових компаній

Для аналізу структури власників лізингових компаній доцільно використовувати показник частки компаній із домінуючою (більше 50%) часткою певних категорій засновників у статутному капіталі.

На початок 2007 року розподіл опитаних лізингових компаній за видами власників характеризувався наступним (діаграма 4).

Діаграма 4



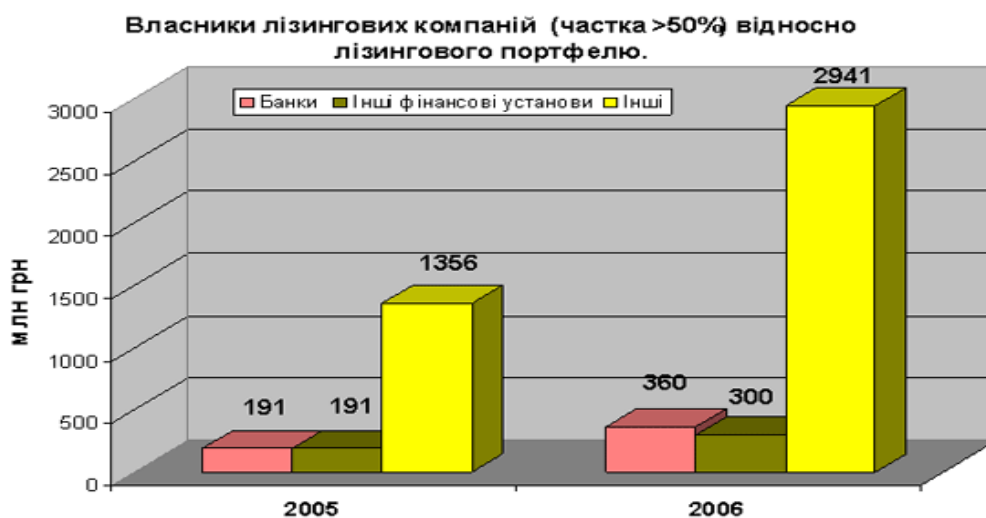
Зокрема, в 2006 році більше половини статутного капіталу належало:

- іншим юридичним особам (окрім банків та інших фінансових установ) у 45% компаній;
- фізичним особам у 35% лізингових компаній;
- банкам та іншим фінансовим установам разом у 18% лізингових компаній;

Порівняно з 2005 роком картина суттєво не змінилася.

На діаграмі 5 представлено розподіл власників лізингових компаній (таких, що мають частку > 50%) пропорційно до загальної вартості лізингового портфелю на 01.01.2007. Як видно з малюнку банки, як засновники лізингових компаній, тримають досить малу частку загальному лізинговому портфелі.

Діаграма 5



Обсяги ринку лізингу в Україні

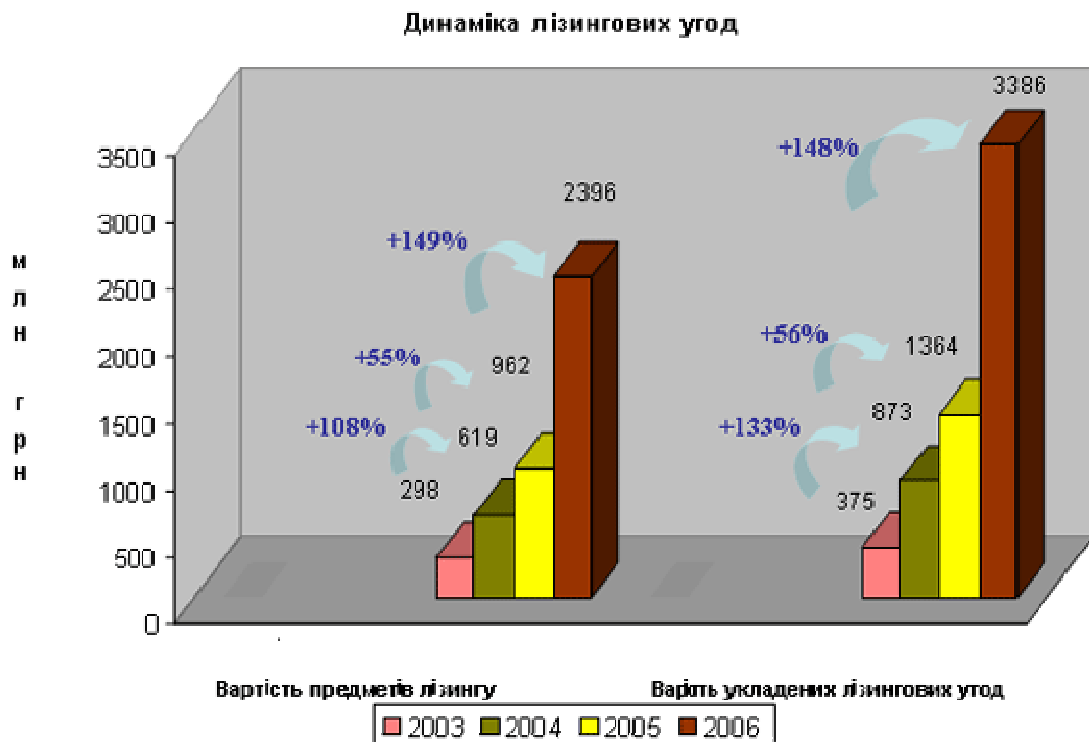
Оцінка обсягів ринку лізингу може базуватися на кількох показниках:

- по-перше, загальній вартості активів, що були надані в лізинг упродовж року;
- по-друге, загальній вартості лізингових угод, укладених упродовж року;
- по-третє, обсязі портфеля лізингових угод станом на певну дату (як правило на кінець року). Під портфелем розуміємо загальну суму зобов'язань за лізинговими угодами, що незавершені на певну дату.

Упродовж останніх двох років всі перелічені показники ринку лізингу в Україні демонстрували позитивну динаміку.

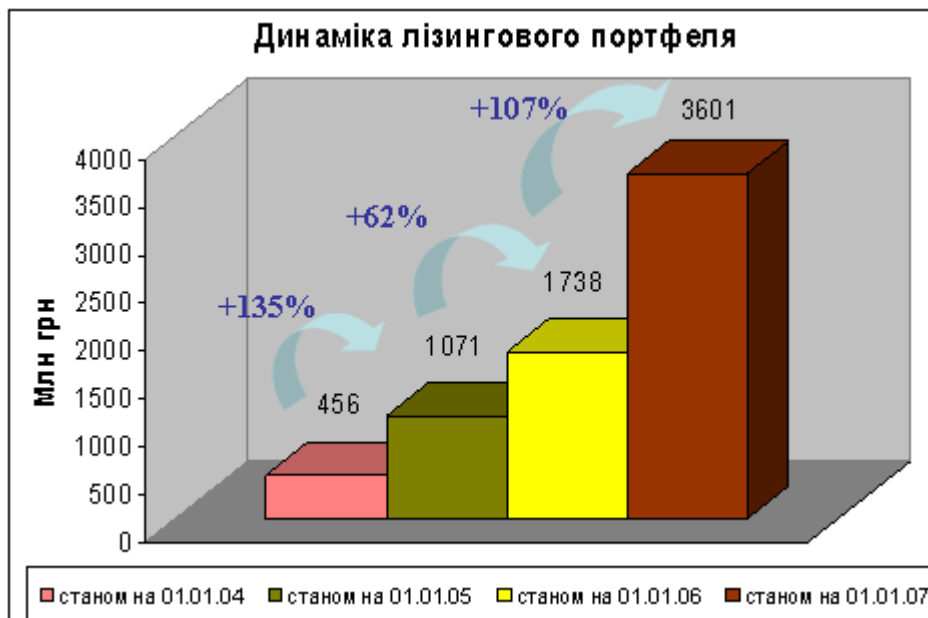
У 2006 році загальна вартість активів, що були надані в лізинг, зросла на 149% порівняно з відповідним показником у 2005 році. Загальна вартість лізингових угод збільшилася за цей самий період на 148% і дорівнювала 3386 млн. грн. (діаграма 6). В 2006 році спостерігається суттєве збільшення темпів росту даних показників порівняно з попереднім періодом.

Діаграма 6



Вартість **портфеля лізингових угод** станом на 1 січня 2007 року зросла порівняно з 1 січня 2006 року на 107% (діаграма 7). На початок 2006 року портфель лізингових угод становив 1738 млн. грн. (344 млн. дол. США), а на початок 2007 року він зріс до 3601 млн. грн. (716 млн. дол. США).

Діаграма 7



Кількість укладених лізингових угод

Позитивна тенденція розвитку ринку лізингу знаходить свій прояв у рості кількості укладених лізингових угод. У 2006 році було укладено 6089 угоди, що на 140% більше, ніж у 2005 році (2534 угоди). Найбільша кількість лізингових угод, укладених однією компанією у 2004 році становила 318, у 2005 році – 382, а у 2006 році - 1223.

Авансові платежі

Майже за всіма лізинговими угодами передбачається сплата лізингоодержувачем авансового внеску. Розмір авансових внесків різняться. За результатами опитування, середній розмір авансового внеску за лізинговими компаніями складає 20,16% вартості предмета лізингу. Спостерігається зменшення розміру середнього авансового платежу порівняно з минулим роком.

Активи, що є предметами лізингу

Станом на початок 2007 року, переважна більшість лізингових компаній надавали в лізинг кілька видів активів.

Найпопулярнішими предметами лізингу на українському ринку були транспортні засоби, 62% з опитуваних компаній надавали в лізинг легкові автомобілі (діаграма 8), подібна тенденція мала місце і протягом попереднього року.

Діаграма 8



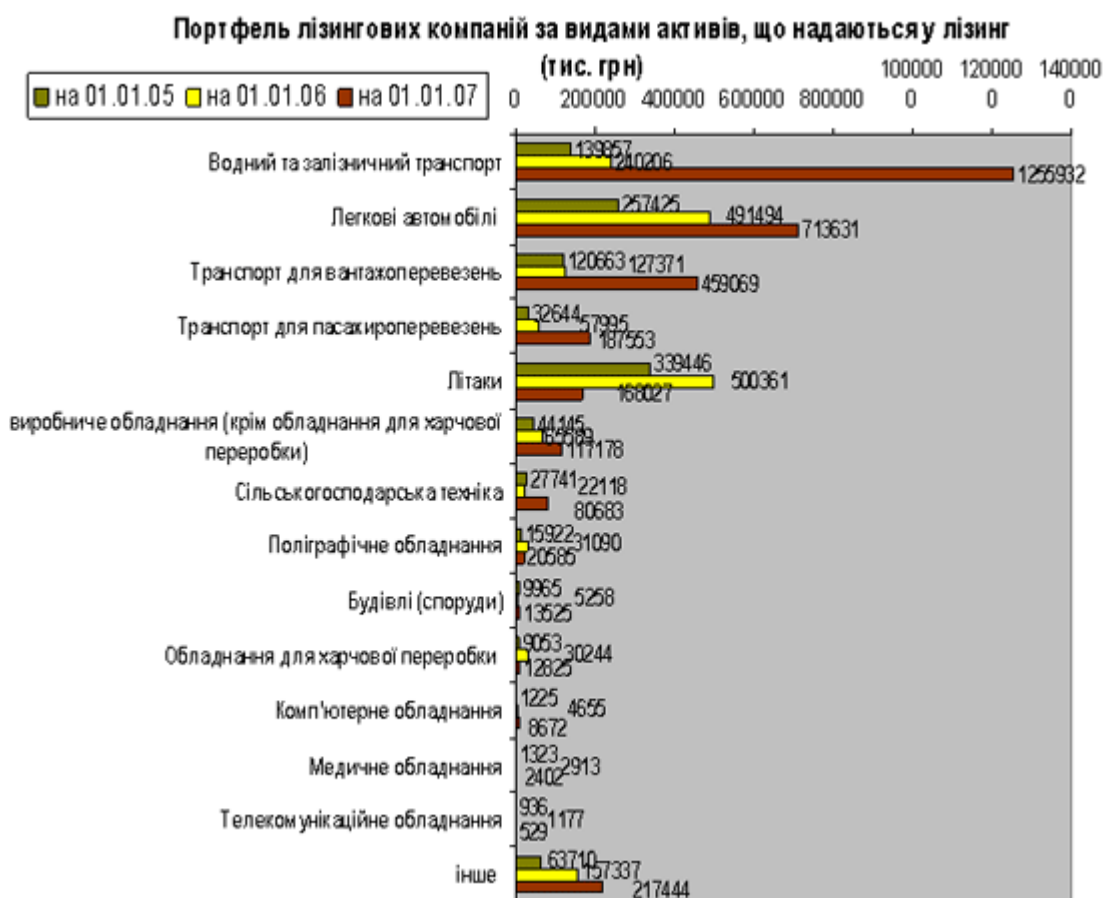
Друге місце за популярністю активів, що виступають предметом лізингу, належить транспорту для вантажоперевезень (52% лізингових компаній працюють з цим видом активів). Далі йде виробниче обладнання (33%) та транспорт для пасажироперевезень (30%). Спостерігається збільшення інтересу лізингових компаній до надання у лізинг медичне обладнання. Частка компаній, що надають у лізинг медичне обладнання зростає протягом року з 7% до 8%.

Структура портфеля лізингових угод

Аналіз структури портфеля лізингових угод у розрізі вартості активів, які були предметами лізингу, свідчить, що станом на 1 січня 2007 року (діаграма 9) найбільшу частку в портфелі лізингових угод, майже 39%, займав залізничний транспорт (1 255 млн. грн.). Але зазначимо, що з цим видом активів працювала дуже обмежена кількість лізингових компаній (2%) у 2006 році. Тому для переважної більшості лізингових компаній легкові автомобілі утримують найбільшу частку в портфелі лізингових угод 713 млн грн. (22%), так само як і в попередніх періодах.

Цікаво, що у 2006 році літаки перемістилися на п'яте місце порівняно з другим у 2005, сільськогосподарська техніка на 7 з 8-го, виробниче обладнання на 6 з 4-го.

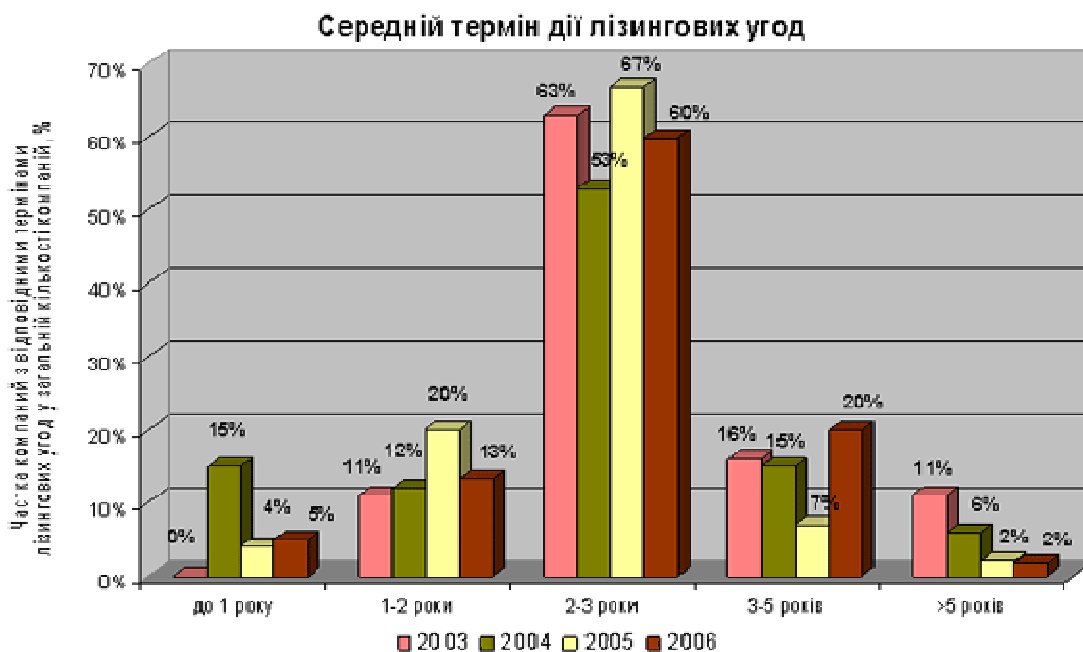
Діаграма 9



Середній термін дії лізингових угод

Середній термін дії лізингових угод більшості опитаних лізингових компаній складає від двох до трьох років включно (діаграма 10).

Діаграма 10

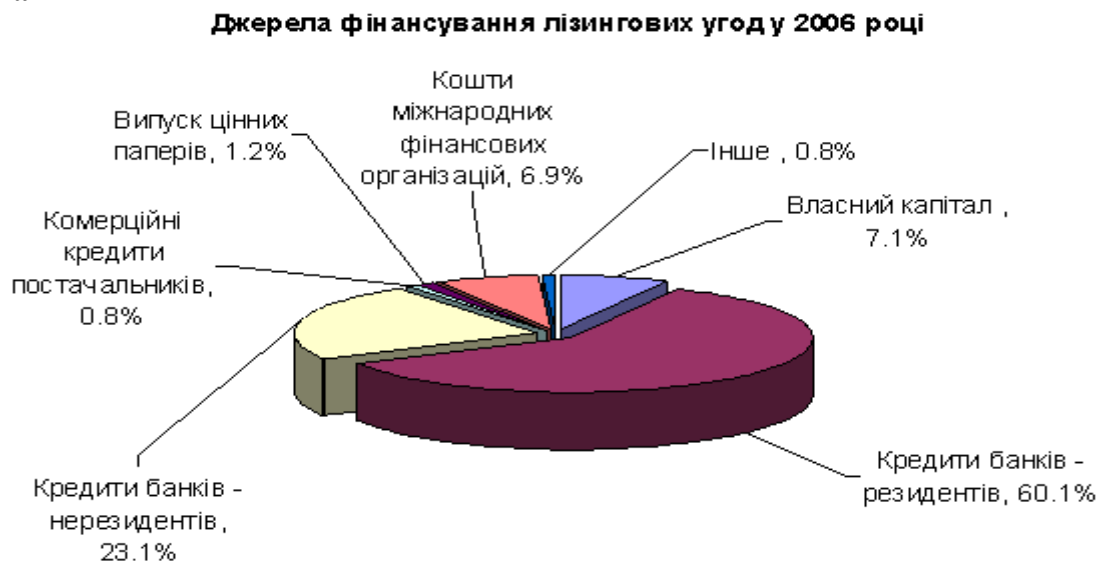


В 2006 році спостерігається зменшення кількості контрактів тривалістю до 3-х років на користь довгострокових: кількість контрактів тривалістю 3-5 років виросла з 7% у 2005 році до 20% у 2006.

Джерела фінансування лізингової діяльності

За результатами опитування, у 2006 році, 60% обсягу залучених коштів для фінансування лізингових угод були сформовані за рахунок кредитів комерційних банків-резидентів, що є трохи нижчим за відповідний показник 2005 року, який склав 74,4% (діаграма 11). Фінансування лізингових угод за рахунок кредитів банків нерезидентів виросло до 23% , що в 2,5 рази більше ніж 9,5% в 2005 році. Суттєво зменшилось фінансування за рахунок комерційних кредитів постачальників з 3,5% в 2005 році, до 0,8% в 2006 році. Фінансування за рахунок міжнародних фінансових організацій зросло з 0,4% в 2005 році до 6,9% в 2006 році.

Діаграма 11



Категорії лізингоодержувачів

В процесі дослідження лізингоодержувачі були поділені на такі категорії:

- фізичні особи;
- малі підприємства (обсяг валового доходу менше ніж сума, еквів. 500 тис євро (3,2 млн грн.));
- середні підприємства (обсяг валового доходу є еквів. сумі 500 тис до 5 млн євро (від 3,2 млн грн до 32 млн грн));
- великі підприємства (обсяг валового доходу перевищує суму еквів. 5 млн євро (32 млн грн));

На відміну від попереднього року, більшість лізингових компаній-респондентів (67%) надавала лізингові послуги підприємствам, що віднесені до категорії малих (в 2005 році більшість компаній працювали з середніми підприємствами).

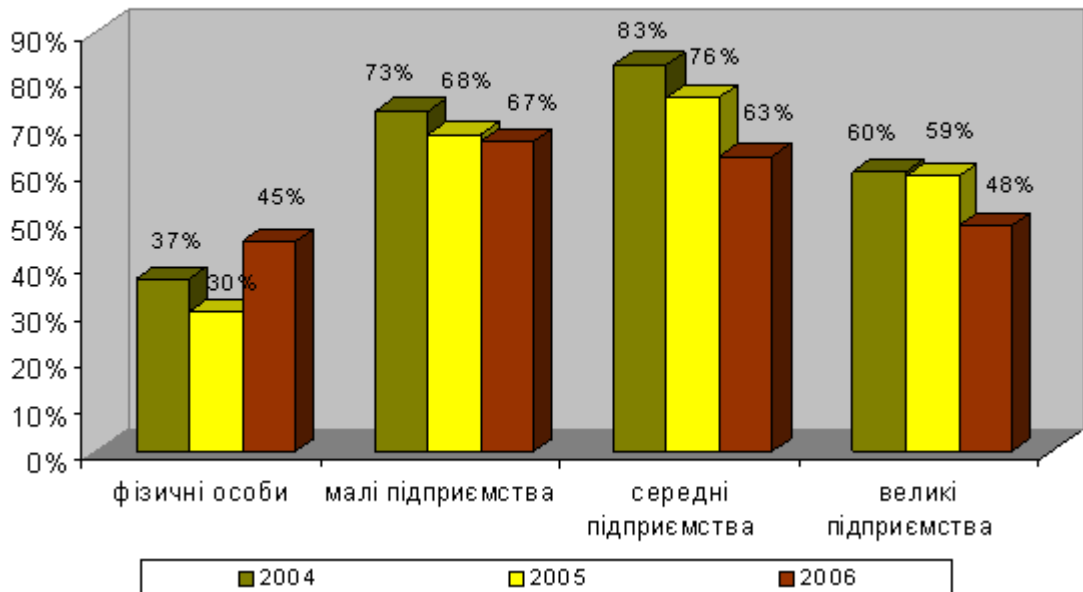
У значної частини лізингових компаній (63%) клієнтами були середні підприємства.

У 48% лізингових компаній клієнтами були також і великі підприємства.

З фізичними особами працювало 45% лізингових компаній-резидентів, що в півтора рази більше ніж в 2005 році (діаграма 12).

Діаграма 12

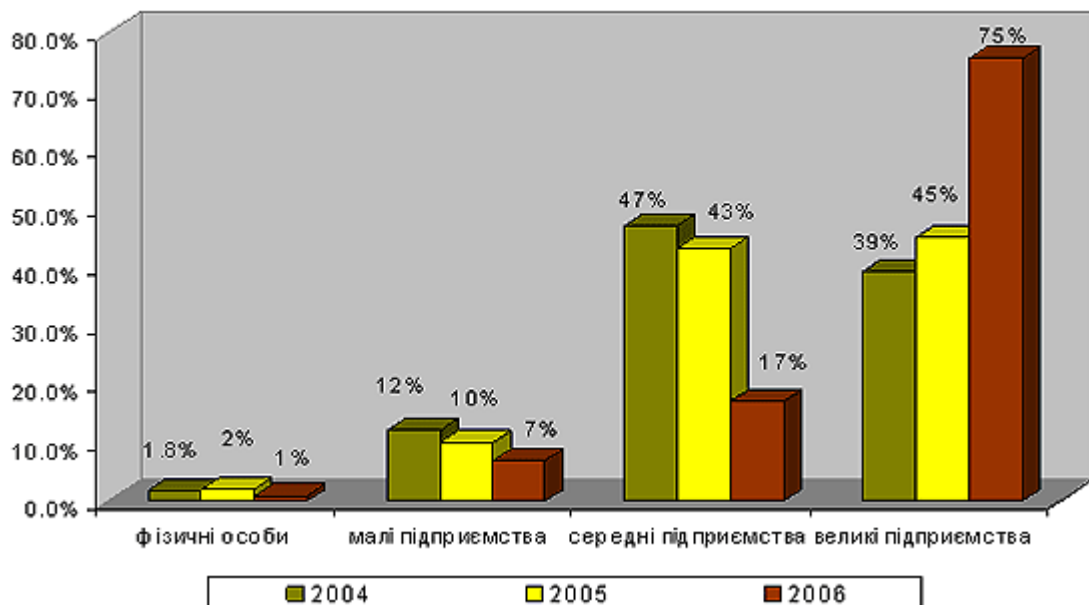
Розподіл лізингодержувачів за кількістю лізингових компаній, що надають їм послуги.



Спостерігається тенденція до незначного зменшення кількості компаній, що працюють із підприємствами на користь фізичних осіб. Але якщо подивитися на лізинговий портфель у розрізі категорій лізингодержувачів, то спостерігається зворотна ситуація (діаграма 13). Найбільша частка портфелю лізингових компаній сконцентрована в угодах з великими підприємствами.

Діаграма 13

Розподіл лізингодержувачів у портфелі лізингових угод



Згідно з опитуванням, лізингові компанії використовували в 2006 році такі види забезпечення лізингових угод:

Таблиця 3

Механізм забезпечення	Відсоток лізингових компаній, що використовували зазначений механізм забезпечення
✓ АВАНС	100%
✓ СТРАХУВАННЯ	100%
✓ НЕУСТОЙКА	62%
✓ ПОРУКА	43%
✓ ЗАСТАВА МАЙНА, що не є предметом лізингу	22%
✓ ГАРАНТІЯ	17%
✓ ЗАВДАТОК	7%
✓ ІНШЕ	13%

Частка договорів фінансового лізингу, за якими мало місце прострочення сплати лізингових платежів понад 30 днів в середньому 12%.

В середньому майже кожна лізингова компанія ініціювала повернення предметів лізингу за 1-4 договорами. В таблиці 4 представлено механізми, що використовувались при поверненні предмету лізингу.

Таблиця 4

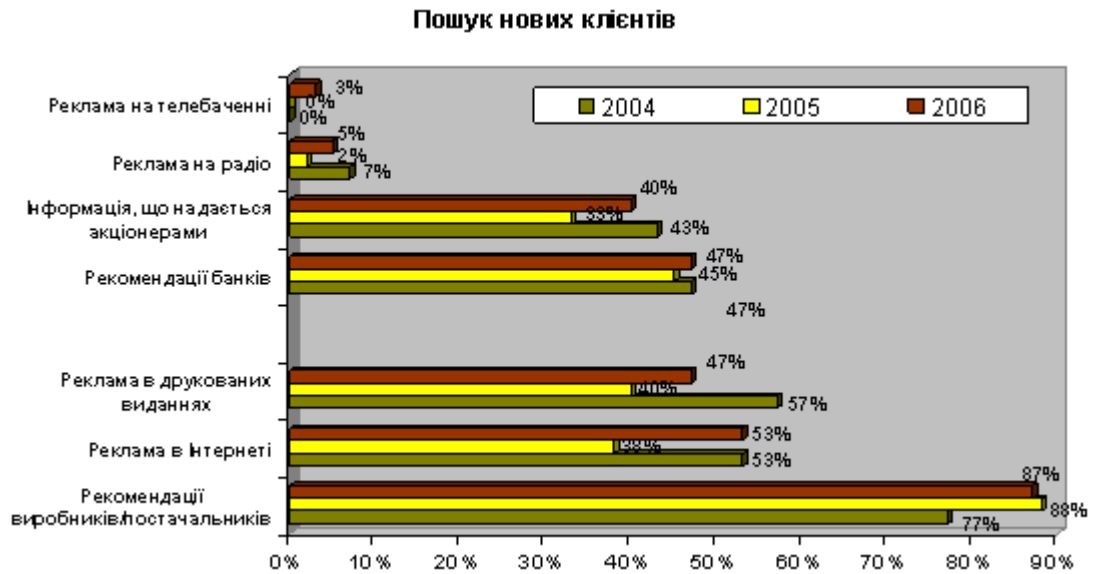
Механізм повернення предмету лізингу	Відсоток лізингових компаній, що використовували зазначений механізм повернення предмету лізингу
✓ Порядок, передбачений договором	30%
✓ Через судовий розгляд	26%
✓ За згодою сторін	22%
✓ Судовий наказ	13%
✓ Виконавчий напис нотаріуса	9%

Досвід судового розгляду спорів, що виникали з лізингових угод мають 19 лізингових компаній (32% від опитаних).

Переважною більшістю лізингових компаній було заявлено, що у 80%-100% їх договорів передбачається достроковий викуп предмета лізингу.

Діаграма 14 демонструє стратегію лізингових компаній щодо пошуку нових клієнтів. Зросло використання всіх шляхів пошуку нових клієнтів. На першому місці стабільно утримуються рекомендації виробників, зросло використання Інтернету (на 15%), інформації, що надається акціонерами (на 7%) і реклами на телебаченні та радіо (на 6%).

Діаграма 14



Сподіваємося, що інформація, наведена в дослідженні, надасть змогу існуючим та потенційним учасникам ринку лізингу, а також іншим зацікавленим особам краще зрозуміти особливості лізингу як інвестиційного механізму, його актуальність для України та сприятиме його розвитку на користь економічного зростання та відповідного покращення добробуту населення.

Проект Міжнародної фінансової корпорації «Розвиток лізингу в Україні» висловлює глибоку подяку керівникам лізингових компаній, банків, підприємств-лізингоодержувачів, працівникам державних установ, з якими експертам Проекту довелося спілкуватися в ході підготовки даного дослідження. Лише завдяки їхньому розумінню важливості лізингу для України, бажанню надати необхідну інформацію та, у разі необхідності, допомозі краще зрозуміти сутність питань дане дослідження змогло побачити світ.