

# Лизинг и цифровизация: основные тренды и перспективы для Беларуси

---

**Анастасия Лузгина**

BEROC Policy Paper Series, PP no. 112<sup>1</sup>

Corresponding author e-mail: luzgina@beroc.by

## Резюме

Перевод сервисов в онлайн формат, внедрение дистанционных каналов взаимодействия с клиентами, трансформация рабочего процесса внутри компании на основе использования информационных технологий – все эти процессы происходят в рамках цифровизации экономики. Лизинговые компании также постепенно внедряют элементы цифровизации в свою деятельность. Однако темпы выведения на рынок новых цифровых продуктов и перестройка бизнес-процессов отличаются как на уровне отдельных компаний, так и в страновом разрезе. Незаинтересованность лизингодателей проводить цифровую трансформацию может вести к снижению их конкурентоспособности. В этой связи важно определить основные международные тренды и возможности цифровизации для национального рынка лизинга. В статье представлен анализ основных тенденций белорусского рынка лизинга, раскрыты особенности цифровой трансформации лизинга в современном мире и изложены предложения по дальнейшему развитию отечественного рынка лизинга в цифровой сфере.

**Ключевые слова:** *оперативный лизинг, финансовый лизинг, цифровизация, идентификация, цифровые технологии, экономика совместного потребления, финансовый сектор, лизинговая компания.*

---

<sup>1</sup> Данная работа была написана в развитие статьи «Современные тенденции трансформации лизинговой отрасли в условиях становления цифровой экономики», которая опубликована в журнале «Новая экономика» №2, 2021.

## **1. Введение**

Лизинг постепенно становится все более популярным во многих странах мира и рассматривается как альтернатива банковскому кредитованию и в качестве инструмента экономики совместного потребления. К заключению лизинговых контрактов прибегают как мелкие, так и крупные компании, а также физические лица.

Данный вид финансовых услуг по своей сущности относится к традиционным сферам финансового рынка. В соответствии с определением Национального банка Республики Беларусь под лизинговой деятельностью понимается покупка лизингодателем в собственность имущества для последующей передачи во временное владение или пользование за вознаграждение юридическим лицам или населению. Выделяют финансовый и оперативный лизинг. При финансовом лизинге договор между лизинговой компанией и лизингополучателем заключается на срок один год и более, а совокупные лизинговые платежи должны быть равны или превышать 75% стоимости передаваемого в лизинг имущества. Данный вид финансовой аренды позволяет выкупить предмет лизинга в собственность лизингополучателем. В то же время при оперативном лизинге отсутствуют ограничения по срокам передачи в лизинг имущества, а лизинговые платежи не обеспечивают 75% стоимости предмета лизинга за весь период действия договора. Оперативный лизинг не предполагает выкупа предмета лизинга в собственность (НБРБ).

Также лизинг можно разделить на инвестиционный, целью которого является предоставление в лизинг имущества юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям для осуществления ими предпринимательской деятельности, и потребительский - предназначенный для удовлетворения личных потребностей граждан (Ассоциация лизингодателей).

## **2. Рынок лизинга Республики Беларусь на современном этапе**

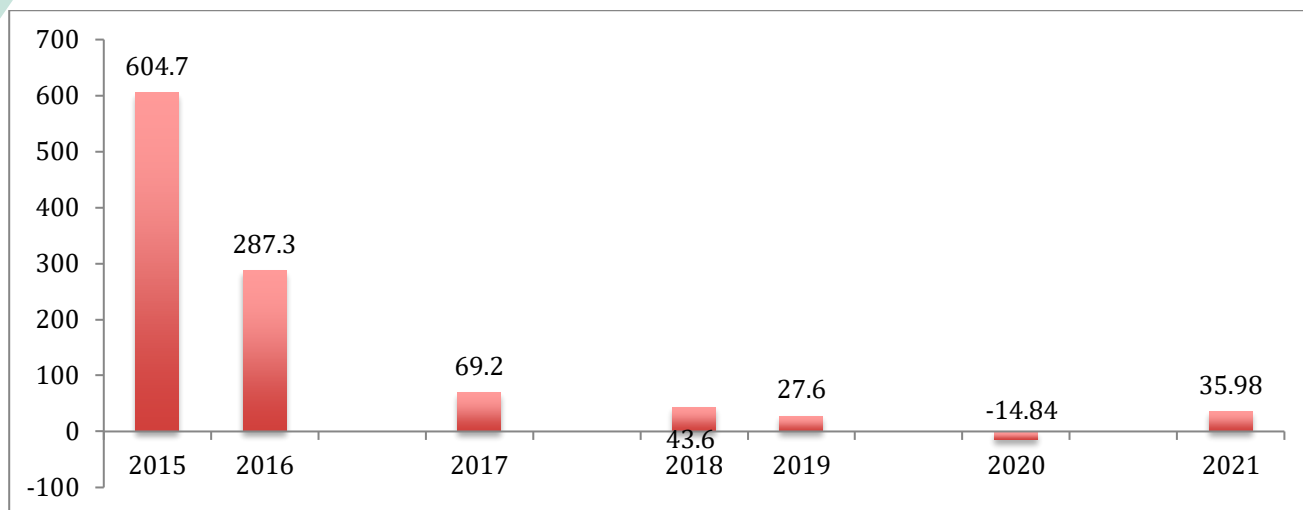
По состоянию на 15 мая 2022 года в Беларуси было зарегистрировано 106 лизинговых организаций. В то же время на конец 2020 года их насчитывалось 112. Несмотря на значительное количество лизинговых компаний постоянную профессиональную деятельность в данной сфере осуществляют далеко не все из них. Ряд фирм занималось лизинговой деятельностью эпизодически или проводили лизинговые сделки для реализации внутренних целей компании (НБРБ, а; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2022).

В 2020 году наибольшей популярностью пользовались предметы лизинга, относящиеся к таким группам как «транспортные средства» (50,4% от общей суммы договоров нового бизнеса по финансовому лизингу), а

также «машины и оборудование» (41,3% от общей суммы договоров нового бизнеса по финансовому лизингу). В то же время доля группы «здания и сооружения» в общем объеме нового бизнеса составила только чуть более 3%. Для сравнения в 2019 году в структуре нового бизнеса доля группы «машины и оборудование» составила 31,7%, а группы «транспортные средства» - 57,2%. Доля группы «здания и сооружения» в общем объеме операций осталась практически без изменений. Данные сдвиги в структуре нового бизнеса по предметам лизинга можно объяснить последствиями пандемии, результатом которой стало снижение интенсивности транспортных перевозок. В 2021 году доля нового финансового лизинга по группе «транспортные средства» возросла до уровня 2019 года, что свидетельствует о снижении негативного влияния пандемии на транспортную отрасль. (Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2021, с. 62; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2022, с. 55).

Если рассматривать более детально *потребительский лизинг* в Беларуси, то он начал развиваться с момента вступления в силу Указа Президента Республики Беларусь № 99 от 25 февраля 2014 года «О регулировании лизинговой деятельности». С этого времени стало возможно оформлять договоры лизинга не только юридическим лицам, но и населению с целью использования предмета лизинга для личных, а не только предпринимательских целей. Потребительский лизинг выступил своего рода альтернативой банковскому кредитованию, а также усилил конкуренцию на рынке заемных ресурсов страны.

В 2020 году впервые за последние 6 лет отмечался спад активности на рынке потребительского лизинга. Одним из основных негативных факторов, который повлиял на динамику рынка, являлась пандемия. Если рассмотреть динамику за шестилетний период, то замедление роста потребительского лизинга можно объяснить также низкой базой сравнения в первые годы функционирования рынка и постепенным приближением к оптимальному объему предложений в соответствии с существующим спросом в последующие периоды. В 2021 году рост стоимости заключенных договоров лизинга возобновился. Однако, как будет показано далее, тенденция изменилась только за счет популярности одного сегмента.



**Рисунок 1 - Динамика изменения суммы заключенных договоров в сегменте потребительского лизинга (изменение к предыдущему году, %)**

Примечание - Источник: Собственная разработка автора на основе данных (Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2022, с. 18)

Что касается структуры предметов лизинга в потребительском сегменте, то наиболее востребованными в 2020 году, как и годом ранее, оказались транспортные средства (86,74% от общего объема операций). Доля зданий и сооружений за последний год также немного возросла и составила 10,70% от общего объема операций. В то же время спрос на иные предметы лизинга, куда входят товары длительного пользования, включая мебель, и бытовую технику, сократился как в физическом, так и в стоимостном выражении. В 2021 году практически весь объем лизинговых сделок в потребительском сегменте был сконцентрирован в лизинге транспортных средств. Он составил 95,4% от общего объема операций. Доля лизинга зданий и сооружений снизилась до 3,2%, а иных предметов – до 1,3%.



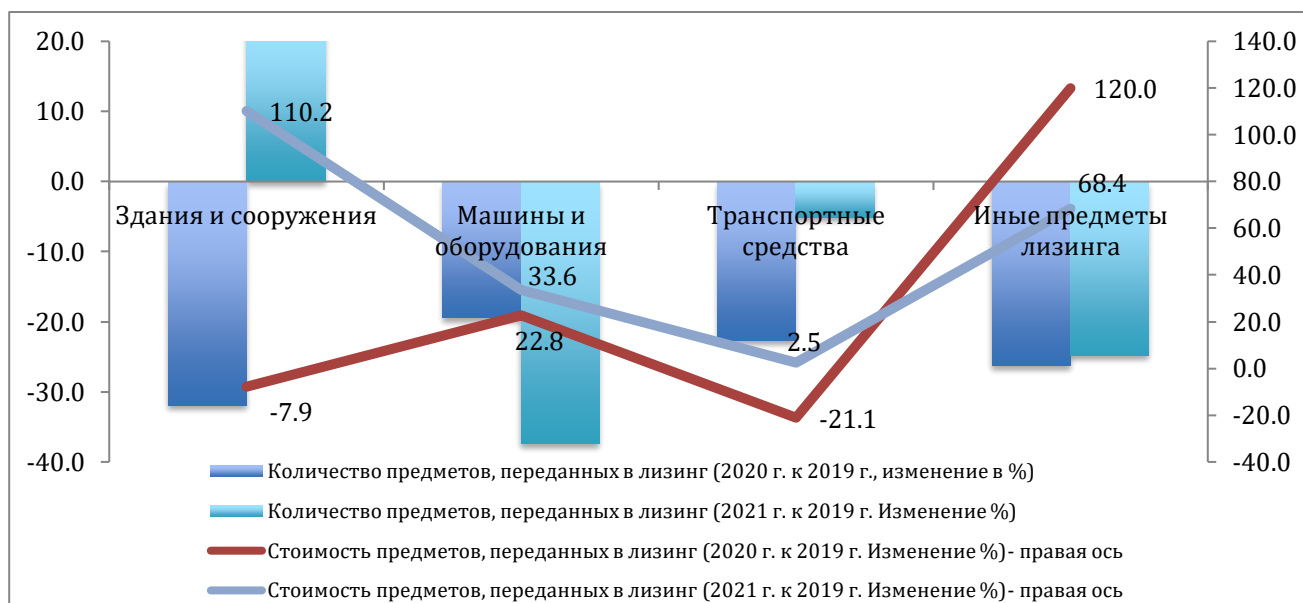
**Рисунок 2 - Динамика структуры предметов лизинга в потребительском сегменте**

Источник: Собственная разработка автора на основе данных Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2020; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2021; ; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2022).

Потребительский лизинг транспортных средств, основную долю которых составляют легковые автомобили, вырос в стоимостном выражении в 2021 году по сравнению с 2020 на 87,6% при увеличении в физическом на 49,4%. По отношению к периоду до пандемии (2019 год) количество автомобилей, переданных в лизинг, и их совокупная стоимость также демонстрировали рост (см. рис. 2). Такую динамику можно объяснить увеличением средней стоимости автомобилей при одновременном росте их количества, оформленных в лизинг. По всем остальным категориям потребительского лизинга наблюдалось сокращение объемов в стоимостном выражении как по отношению к 2020, так и 2019 гг. Например, по группе «иные предметы лизинга» количество предметов, переданных в лизинг, составило 2021 всего 1,7% по отношению к уровню 2019 году. Снижение по группе «здания и сооружения» не было столь стремительным, однако приобретение квартир и другого жилья в лизинг по-прежнему не популярно, на что влияет общая тенденция ограниченности ресурсов у финансовых учреждений в последние несколько лет, небольшое разнообразие продуктов, низкая конкуренция (только три лизинговые компании предлагали лизинг зданий и сооружений в потребительском сегменте) и недостаточно привлекательные условия финансовой аренды жилых помещений.

Что касается инвестиционного лизинга, то в данном сегменте также произошло увеличение стоимостного объема договоров лизинга в 2021 году по сравнению с 2020-ым. Прирост составил 16,37%. Как и в потребительском

сегменте в инвестиционном лизинге наблюдалось сокращение количества предметов, переданных в лизинг по группам «машины и оборудование». Интересным является факт, что несмотря на продолжение пандемии в 2021 году спрос на транспортные средства среди компаний увеличился. Однако, если рассмотреть группы автотранспортных средств, то увеличение было связано с покупкой легковых, а не грузовых автомобилей. В 2021 году было куплено на 34% или на 2000 легковых автомобилей больше по сравнению с предыдущим годом. Таковую тенденцию можно в том числе объяснить наличием хороших предложений от автоцентров в партнёрстве с лизинговыми компаниями. При этом количество грузовых автомобилей, оформленных в лизинг, возросло менее чем на 2%. Если посмотреть на динамику 2021 года по отношению к 2019, то можно отметить снижение на 5,1% количества транспортных средств, переданных в лизинг (см. рис.3). В стоимостном выражении прирост составил 2,5%.



**Рисунок 3** - Динамика структуры предметов лизинга в инвестиционном сегменте ( 2019 год = 100%)

Источник: Собственная разработка автора на основе данных Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2020; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2021; ; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2022).

В целом можно констатировать, что серьезных сдвигов в структуре инвестиционного лизинга в 2021 по сравнению с 2020 или 2019 годом не наблюдалось. По-прежнему лидирующие позиции заняли группы «машины и оборудование», а также «транспортные средства». Вместе с тем, в 2020 году следует отметить выход на первое место по популярности в качестве предметов лизинга группы «машины и оборудование» за счет сокращения спроса на грузовые

автоперевозки в условиях пандемии. Повышение доли группы «транспортные средства» в общем объеме операций в 2021 году, как было отмечено выше, можно объяснить ростом спроса на легковые автомобили в лизинге при незначительном увеличении финансовой аренды грузовых автомобилей.

В свою очередь возрастание стоимости среднего договора потребительского лизинга, в соответствии с комментариями Ассоциации лизингодателей Беларуси, объясняется снижением активности лизинговых компаний в потребительском сегменте иных предметов лизинга. Покупка квартир с привлечением средств лизинга также не получила распространения. Количество предметов, переданных в лизинг в данном сегменте, сократилось в 2021 году в 2 раза и составило всего 78 объектов недвижимости. В основном это было связано с отсутствием привлекательных предложений. Исходя из тенденции последних трех лет, физические лица Беларуси все больше начинают рассматривать лизинг только с точки зрения приобретения автотранспортных средств.

При этом рынок финансовой аренды Беларуси в значительной степени ориентирован именно на инвестиционный финансовый лизинг. В то же время оперативный лизинг как направление в стране практически отсутствует. Основной причиной неразвитости данного вида лизинга являются, по мнению Ассоциации лизингодателей Беларуси, несовершенство в законодательстве, в соответствии с которым, существуют ограничения на многократную передачу имущества в лизинг. (Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2020; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2021; Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2022).

Данные за 2019–2020 гг. показывают, как пандемия и политическая напряженность негативно отразились на результатах работы отрасли, особенно в потребительском сегменте. Однако в 2021 году наблюдалось восстановление стоимостных объемов рынка лизинга в результате ослабления влияния негативных факторов. В 2022 году отечественный рынок лизинга может столкнуться с новыми вызовами из-за ухудшения ситуации в экономике в целом и внешней торговли, в частности, что стало следствием военного конфликта России и Украины и как следствие, введения новых санкций в отношении Республики Беларусь. При этом на рынке лизинга могут отразиться не только негативные тенденции в экономике, но и санкции напрямую. Например, одним из популярных направлений белорусского лизинга является лизинг транспортных средств. В 2022 году потребительский, как и инвестиционный лизинг транспортных средств может сократиться за счет сужения рынка легковых автомобилей и снижения спроса на грузовой автотранспорт, из-за ограничений грузоперевозок, более сложной логистики и ожидаемом росте стоимости новых автомобилей в результате санкций. Существует также риск роста доли неплатежей по уже заключенным договорам.

В сложившихся условиях лизинговые компании должны будут искать дополнительные возможности развития. Еще до пандемии банки и другие компании стали включаться в процессы цифровизации. Лизинговый сектор в данном случае не должен стать исключением. Для дальнейшего развития рынка при существующих ограничителях и привлечения новых клиентов требуется, в том числе, внедрение новых продуктов, каналов взаимодействия с клиентами, стратегий и практик. Цифровизация бизнеса является одним из малоосвоенных направлений получения дополнительных доходов белорусскими лизинговыми компаниями за счет формирования новых потребностей и более полного охвата клиентов. Без запуска процессов цифровой трансформации компании могут столкнуться с конкуренцией со стороны российских компаний, то есть рискуют стать неконкурентоспособными не только на внешнем, но и на внутреннем рынке.

#### **4. Цифровизация лизинговой деятельности – международный опыт**

Последствия пандемии привели к тому, что повсеместно в мире возрос спрос на онлайн услуги и повысился интерес к цифровой трансформации бизнеса. Все больше операций и коммуникаций с компаниями и организациями уже сейчас можно осуществлять дистанционно, избегая необходимости приезда в офис. Лизинговая отрасль также постепенно включается в данные процессы. Все больше лизинговых компаний предлагают онлайн-продукты, разрабатывают цифровые стратегии развития. Цифровизация лизинга, как и других сфер финансового рынка, становится обязательным условием сохранения конкурентоспособности компании.

Вице-президент промышленных решений компании Q2 Lending, Мукул Миттал (перевод с англ.- Mukul Mittal) (Q2, Aug. 2020) отметил две важные проблемы, с которыми столкнулись лизинговая отрасль во время пандемии в 2020 году. Первое – это снижение кредитоспособности лизинговых компаний, которые работали с наиболее уязвимыми во время пандемии сферами экономики, такими как общественное питание, индустрия развлечений или туризм. Вторая проблема была связана с отсутствием у лизингодателей выстроенных процессов в области цифровизации. По мнению эксперта, наличие у компании собственного веб-сайта еще не означает, что она включилась в процессы цифровизации бизнеса. В сложившихся условиях выиграла именно те финансовые институты, которые смогли достаточно быстро перевести своих сотрудников на удаленный режим работы. Благодаря, например, тому, что для хранения данных ряд лизингодателей использовали *облачные решения*, не имело значения, где физически находятся рабочие места



сотрудников. Поэтому такие институты смогли наиболее быстро подстроиться под новые условия работы.

Однако облачное хранение данных является далеко не единственным условием, определяющим цифровой уровень лизинговой компании. В качестве еще одного перспективного направления можно отметить *автоматизированные системы по принятию решений*. Анализ информации о платежах клиента, его персональные данные и данные финансовой отчетности позволяют достаточно быстро, экономно и точно принимать решение об оформлении лизингового договора и сокращают вероятность ошибок из-за человеческого фактора.

Ожидания и потребности клиентов также постепенно претерпевают определенные изменения. В соответствии с опросом, проведенным компанией KPMG (KPMG, Dec. 2020) в 2020 году среди 2500 автомобилистов 77% опрошенных покупателей автотранспортных средств, предпочитают оформлять всю необходимую документацию без посещения дилерского центра.

Если лизинговые компании вовремя реагируют на новые вызовы, то они не только смогут сохранить существующие позиции на финансовом рынке, но и составить конкуренцию банкам. Например, в соответствии с данными Польской Ассоциации Лизинга (Ailleron, Jan. 2022) рост инвестиций со стороны лизинговых компаний составил в 2021 году 30,7%. Безусловно, здесь нужно учитывать низкую базу сравнения первого года пандемии. Вместе с тем Польша является одним из европейских лидеров в сфере лизинга. Средний рост сектора за период 1995–2021 гг. составил 19% в год, что позволило стране занять 6 место в Европе. Развитость лизинга в Польше подтверждается тем, что в 2021 году впервые объем лизингового финансирования превысил размер выданных банками кредитов корпоративному сектору. Как отмечают представители компании Ailleron, одной из причин таких результатов являлась цифровизация отрасли. Проведение онлайн платежей, дистанционное обслуживание клиентов и онлайн заключение договоров стало важным условием дальнейшего развития лизинговой отрасли.

По мнению управляющего по развитию бизнеса Ailleron г-на К. Рейковича, важными условиями для развития лизинга в 2021 году стал рост интереса к онлайн сервисам в условиях пандемии, что стимулировало развитие электронной коммерции. Возможность полного оформления и покупки товаров дистанционно способствовали расширению возможностей лизинга. Современные цифровые решения позволили клиентам польским лизинговых компаний не только выбирать объект лизинга, но также осуществлять его оформление и производить оплату в онлайн формате. Ожидается, что популярность лизинга в секторе электронной коммерции будет увеличиваться (Ailleron, March 2022).

Если проанализировать основные тренды цифровизации рынка лизинга в Польше, то одним из обязательных элементов является *цифровая подпись*. Ожидаемые изменения в законодательстве позволят в будущем упростить процесс использования цифровой подписи, что сделает онлайн оформление лизингов сделок более привлекательным. Вторым инструментом развития цифрового лизинга является внедрение систем *электронной идентификации*, включая банковские КУС (электронные системы «знай своего клиента»), позволяющие идентифицировать клиента, оценивать риски работы с ним), а также отдельные eID (электронные системы идентификации личности). Например, в Польше функционирует приложение mojeID, которое позволяет на основе процесса идентификации получить доступ пользователю к государственным, медиа, медицинским услугам, услугам электронной коммерции в одном месте онлайн. Присоединение лизинговых компаний к такого рода системам будут стимулировать развитие отрасли, так как расширяют возможности работы с клиентами в онлайн-формате.

Третьим стимулом для трансформации лизинговой отрасли является *переход к экономике совместного потребления*. Краткосрочная аренда жилья через Airbnb, онлайн оформление аренды автомобилей на определённый период времени посредством американской площадки - Turo, компаний Trifty или Budget, краткосрочная аренда автомобилей посредством приложений таких как Car2go, краткосрочная аренда самокатов через приложения компаний Bolt, Uber, TIER становится все более востребованным. Эти процессы наблюдаются не только в европейских странах и в США, но и на постсоветском пространстве. Удобство экономики совместного потребления раскрывает новые перспективы для лизинговой отрасли, так как формирует предпочтения краткосрочного или долгосрочного пользования, а не владения. Возможность оформить в оперативный лизинг автомобили, скутеры или смартфоны в онлайн формате будет привлекать в отрасль клиентов, которые не хотят самостоятельно заниматься обслуживанием техники, ее продажей, а онлайн-обслуживание для них является более привлекательным.

При разработке цифровой стратегии лизинговыми компаниями следует также определить уровень партнерства с теми или иными организациями. Например, потребителю может предоставляться не только одна услуга по оформлению автомобиля в лизинг, а предлагаться целый комплекс смежных сервисов, таких как поиск близлежащих автозаправочных станций, запись на ремонт или на обслуживание автомобиля и др. Решения данных задач возможно осуществить посредством внедрения специального *программного обеспечения (ПО)* и разработки *мобильного приложения для лизингополучателей*. В этой связи важно формирование взаимодействия лизинговых компаний, фирм из смежных отраслей, а также ИТ специалистов. Разработчики ПО получают вознаграждение за создание и обслуживание своих продуктов, фирмы-

партнеры пополняют свою клиентскую базу и получают дополнительный доход, лизинговая компания на основе установленного ПО и сбора информации о клиентах, а также партнерства с другими фирмами может улучшить качество обслуживания последних, расширить рынок сбыта, повысить свою конкурентоспособность и результативность работы.

Безусловно, лизингодателю важно мнение клиентов и формирование у них позитивного восприятия сотрудничества с данной компанией. Осуществление коммуникации с современным потребителем, продвижение продуктов лизинговой компании целесообразно осуществлять также с использованием цифровых каналов, таких как e-mail рассылка, реклама в социальных сетях, использование чат-ботов и тд.

Среди наиболее востребованных технологий, которые могут использоваться в лизинге, можно выделить *технологии искусственного интеллекта (ИИ)*. Их применение позволяет внедрять эффективные скоринговые модели, разрабатывать интуитивно понятные интерфейсы для конечного потребителя и в целом упрощает взаимодействие с клиентами. Технологии ИИ работают на основе сбора и анализа больших данных. Обработка данных предполагает не только анализ предпочтений и потребностей клиентов, но и позволяет оценить конкурентов, выявить основные тренды на рынке. В результате лизинговые компании могут разрабатывать наиболее эффективные в текущих условиях стратегии и выводить на рынок продукты, в соответствии с потенциальным спросом.

Важным элементом цифровизации лизинга является также создание *эффективных систем безопасности* при осуществлении операций. Лизинг относится к сфере финансов, что требует обеспечения высокого уровня защиты при хранении информации и проведении транзакций. В этой связи обязательными условиями деятельности лизинговых компаний являются наличие высоконадёжных систем идентификации и авторизации клиентов, защиты данных, а также интегрирование с бесперебойными и надёжными платёжными системами.

Наконец, технологии виртуальной (VR) и дополненной реальности (DR) могут быть внедрены для оценки объектов лизинга потенциальными клиентами. Например, с помощью VR и DR можно сконструировать прототип автомобиля в желаемой комплектации в приближенном к реальности формате или посмотреть расположение покупаемой квартиры и получить детальное ее изображение с учетом выбранных материалов для отделки (Ghauri N.) Наконец, перед покупкой машины покупателям можно было бы предложить помимо традиционного способа тестирования автомобиля, также тест-драйв с помощью симуляторов с использованием технологий DR (KPMG, Dec. 2020).

Цифровая модернизация должна быть комплексной. Перестройка отдельных процессов может не дать ожидаемого результата. Цифровизация и автоматизация лизинговой деятельности, расширение продуктовой линейки и

предложение сопутствующих сервисов в свою очередь способствует более полному удовлетворению существующих потребностей потребителей (KPMG, Dec. 2020).

С учетом того, что Россия является одним из основных экономических партнеров Республики Беларусь, важно оценивать уровень цифровизации российского рынка лизинга. В 2019 году Россия вошла в 10-ку стран мира по объему нового бизнеса в сфере лизинга. Пандемия негативно повлияла на экономическую активность. Вместе с тем это стимулировало развитие цифровых инициатив в стране (Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2021, с. 98).

В этой связи отставание в развитии белорусского рынка лизинга повышает риски для отечественных лизингодателей из-за их более низкого уровня конкурентоспособности в случае углубления интеграции в финансовой сфере двух стран. Белорусским лизинговыми компаниям важно учитывать основные тенденции на российском рынке лизинга и своевременно внедрять новые инструменты и технологии в собственные бизнес-процессы.

Например, одной из тенденций является рост популярности операционного лизинга не только автомобилей, но и бытовой техники, включая сервисы подписки. Операционный лизинг изначально получил свое развитие в B2B сегменте лизинга транспортных средств. Например, при оформлении автомобиля в операционный лизинг (операционный лизинг схож по своим характеристикам с оперативным) компания-лизингополучатель может пользоваться транспортным средством ограниченный период времени. При этом право собственности в конце срока договора лизинга не возникает. Обычно лизингодатель включает в стоимость ежемесячных платежей по договору данного вида лизинга издержки, связанные со страхованием предмета лизинга, обслуживанием, осуществлением поддержки пользователей и др. Такого рода лизинг представляет собой монетизацию бизнеса на основе подписки. По своей природе он схож с покупкой прав на пользование объектами интеллектуальной собственности. Например, для установки лицензионных приложений, операционных систем часто требуется оформить подписку, которая предполагает регулярные платежи в течение периода пользования интеллектуальным продуктом. Аналогично организованы процессы и в оперативном лизинге (Leaseplan).

Следует отметить, что лизинг автомобиля, бытовой и электронной техники по подписке является сервисом экономики совместного потребления, как и классический шеринг автомобилей (краткосрочная аренда транспортных средств на одну поездку). Подписка предполагает предоставление предмета лизинга потребителю от нескольких дней до нескольких лет. Пока в России предлагаются в основном короткие сроки подписки. Однако в будущем планируется развитие данного сегмента аренды и изменение сроков пользования вплоть до нескольких лет. Аналитики агентства «Эксперт РА» прогнозируют, что популярность приобретения

автомобилей, планшетов или смартфонов по подписке будет постепенно становиться все более востребованной у современных людей, так как появляется удобная и простая возможность постоянного обновления объектов лизинга (Эксперт РА, март 2021).

Чем больше становится потребителей услуг в области экономики совместного потребления, тем большим спросом пользуются услуги шеринговых компаний. На российском примере можно отметить, что успешными являются компании краткосрочной аренды автомобилей с достаточно большим количеством транспортных средств, которые в свою очередь были приобретены в лизинг. Хотя большинство людей все еще предпочитает покупать машины в собственность, в том числе с помощью кредита или финансового лизинга, наличие на российском рынке ряда кашеринговых компаний свидетельствует о постепенной смене традиционных трендов (Шиманович С.В., Цыбулько А.И., 2021, с. 92).

Развитие сервисов краткосрочной аренды и оформление подписки способствует сокращению издержек на обслуживание, эксплуатацию и утилизацию техники и транспортных средств, так как всеми процессами занимаются специалисты, а у крупных компаний возникает экономия на масштабе. Отсутствие необходимости у конечного потребителя заниматься вопросами утилизации автомобиля или смартфона после истечения срока службы, в случае приобретения его в операционный лизинг, имеет также положительный экологический эффект.

В условиях развития дистанционного обслуживания спрос на оперативный лизинг может увеличиваться за счет потребителей, которые предпочитают получать услуги максимально быстро, удобно и без дополнительных временных затрат. Поэтому упрощение процесса пользования автомобилем с последующим возвратом его лизинговой компании будет для них более предпочтительным вариантом по сравнению с приобретением машины в собственность. Ожидается, что направление автоподписки, когда автомобиль может быть передан как юридическому, так и физическому лицу на срок от нескольких месяцев до нескольких лет, продолжит развиваться в 2022 году. Хотя популярность финансового лизинга по-прежнему значительно превосходит оперативный лизинг (Советкина З., Коршунов Р., Сараев А., март 2022). Более того, темпы роста автолизинга могут быть ограничены за счет снижения покупательской способности, проблем с поставками комплектующих и импорта новых автомобилей из-за введенных санкций.

В рамках процессов цифровой трансформации лизинговые компании постепенно автоматизируют собственные процессы и внедряют дистанционные системы взаимодействия с клиентами. Например, одна из крупных лизинговых компаний России, Сбербанк Лизинг, запустила проект по осмотру лизингового имущества с помощью специальной системы VIEWAPP (Сбербанк Лизинг, апрель 2020). Для работы с данной системой сотруднику компании – клиента

требуется установить специальное приложение. Следуя пошаговой инструкции приложения необходимо сформировать аудио и видео отчет о предмете лизинга (досье осмотра) и выслать его для анализа в Сбербанк Лизинг. При возникновении вопросов по отчету менеджер лизинговой компании направляет дополнительные запросы. Преимуществом такого подхода осмотра является его простота, удобство для клиентов, а также сокращение временных и трудовых затрат лизинговой компании. Более того, передача информации о состоянии имущества может происходить даже при отсутствии интернета (Спиров В., Брыткова А., май 2020).

С учетом усиления цифровых трендов в финансовом секторе лизинговые компании посредством использования информационных технологий на условиях партнерства могут также органично встраиваться в экосистемы современных финансовых институтов, которые взяли вектор на цифровизацию своей деятельности. Как частный пример можно привести деятельность лизинговых компаний, созданных банками. Реализация цифровых стратегий в данном случае позволяет повысить удобство пользования клиентам всеми сервисами, которые предлагаются в рамках таких финансовых объединений / холдингов. Однако лизинговая компания может выстраивать выгодные отношения в области обмена информацией и продвижения своих продуктов не только с материнской компанией, но и сторонними институтами (Демчиков И., Кац Е., май 2021).

На основе вышеизложенного можно отметить, что лизинговые компании, как и другие участники финансового рынка, начинают рассматривать цифровизацию как обязательный элемент своего развития. При этом автоматизация и цифровизация лизинговой деятельности безусловно должна строиться с учетом минимизации возможных рисков и затрат. Использование дистанционных каналов связи, электронная пересылка документов, удаленная идентификация клиентов — все это уже достаточно активно используется финансовыми институтами. Однако внедрение систем защиты данных, обеспечение высокого уровня безопасности и надежности предлагаемых цифровых сервисов, так же как и другие затраты на цифровую трансформацию, требуют от лизинговых компаний дополнительных финансовых вложений. В то же время правильно выстроенная стратегия цифрового развития позволит в будущем получить отдачу и экономию на издержках, обеспечит конкурентные преимущества лизинговых компаний. В то же время замедление процесса цифровой трансформации лизинга таких стран как Россия и Беларусь может быть связано с разрывом / ограничением сотрудничества с международными платежными системами, другими иностранными финансовыми институтами в результате военного конфликта с Украиной.



## **5. Рекомендации в области цифровой трансформации рынка лизинга Республики Беларусь**

Исходя из вышеизложенного следует, что в условиях цифровизации экономических процессов, развитие которых было ускорено из-за влияния пандемии, рынок лизинга также испытывает потребность в трансформации. При этом военный конфликт России и Украины создает риски замедления данного процесса в том числе в Республике Беларусь. С учетом данных допущений для лизинговых компаний Беларуси можно сформировать следующие рекомендации:

1. Отечественным лизинговым компаниям для сохранения конкурентоспособности следует рассмотреть возможность более активного использования современных технологий при работе с потребителями своих продуктов. Основными трендами на рынке лизинга на сегодняшний день являются внедрение электронного документооборота, дистанционное оформление договоров лизинга, удаленная идентификация клиентов, онлайн-взаимодействие с клиентами по возникающим у них вопросам, использование технологий VR и DR и др.

2. При развитии лизинговой отрасли важна не только концентрация на продвижении лизинговых продуктов, но также учет потребностей клиентов, которые могут быть связаны с использованием предмета лизинга, его обслуживанием и оплатой. В этой связи требуется активное взаимодействие с потенциальными партнерами, включая банки, страховые и строительные компании, дилерские центры, площадки - агрегаторы. Лизинговым компаниям важно выстраивание собственной экосистемы. Второй вариант предполагает интеграцию с существующими онлайн-платформами компаний-партнеров.

3. Цифровая трансформация в широком понимании означает не только рост доли онлайн обслуживания клиентов, но и перестройку внутренних процессов компании, их автоматизацию и информатизацию. В данном случае важно формирование комплексных технических решений, которые построены на сборе и анализе больших данных, автоматизации процессов управления затратами и оценки рисков.

4. Цифровизация экономических процессов и становление экономики совместного потребления являются взаимодополняемыми процессами. Исходя из международного опыта можно отметить постепенный рост интереса к оформлению подписки на электронную и бытовую технику, а также транспортных средств. Принятие адаптивного к потребностям экономики совместного потребления законодательства позволило бы лизинговым компаниям предложить рынку больше продуктов в сегменте потребительского и инвестиционного оперативного лизинга. Это, совместно с ростом доли онлайн составляющей в общем объеме лизинговых операций,

могло бы дать дополнительный толчок развития цифрового лизинга в республике.

5. Рост обеспеченности населения смартфонами и расширение зоны интернет-покрытия приводят к изменению предпочтений потребителей в области восприятия рекламы. Продвижение новых сервисов и самой компании в интернет-пространстве становится все более выгодным, так как позволяет не только рекламировать новые продукты, но получать отзывы и пожелания своих клиентов. Активное использование SMM (social media marketing – пер. с англ. маркетинг в социальных сетях) лизинговыми компаниями будет способствовать расширению каналов продвижения лизинговых продуктов, а также повышению качества взаимодействия с потребителями.

6. Цифровая трансформация рынка лизинга может не дать ожидаемых результатов из-за действия санкций и наличия геополитических рисков. Условия, в которых работают лизинговые компании, могут существенно отличаться от идеальных. В этой связи участники рынка должны делать поправки на существующие вызовы и выстраивать цифровую стратегию исходя из текущих возможностей и потенциальных рисков.

7. Важным вопросом в процессе цифровизации является определение потенциальных клиентов и расширение продуктовой линейки. Например, в Беларуси потребительский сегмент лизинга недостаточно диверсифицирован. Основную долю в нем занимают лизинг легковых автомобилей. Цифровизация как один из элементов совершенствования лизинговой отрасли, может повысить диверсификацию и обеспечить более полный охват клиентов с учетом за счет более полного удовлетворения потребностей и повышения удобства взаимодействия.

8. Цифровая трансформация финансового сектора требует выработки четких и понятных правил работы компании в цифровой сфере, включая разработку требований в сфере безопасности, определения порядка взаимодействия клиента и лизинговой компании посредством цифровых каналов связи, использования цифровой подписи, определение процесса идентификации клиентов и тд.

9. Наконец, цифровизация лизинговой деятельности не является самоцелью, а должна быть направлена на повышение эффективности работы компании, рост доходности при одновременном учете и минимизации экономических, финансовых и кибер-рисков.



## Литература

Национальный банк Республики Беларусь (НБРБ). Глоссарий терминов в области лизинговой деятельности. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/finsector/leasing/glossariy-terminov>.

Ассоциация лизингодателей Беларуси (Ассоциация лизингодателей). Лизинг это. – Режим доступа: <https://leasing-belarus.by/lizing-eto/>.

НБРБ (а). Сведения о лизинговых организациях включенных в реестр лизинговых организаций по состоянию на 27.04.2022. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/finsector/leasing/register>.

Шиманович, С.В., Цыбулько, А.И. (2021). Белорусский рынок лизинга. Обзор 2020 г. – Мн.: УП “Энциклопедикс”. – 160 с.

Шиманович, С.В., Цыбулько, А.И. (2020). Белорусский рынок лизинга. Обзор 2019 г. – Мн.: УП “Энциклопедикс”. – 106 с.

Шиманович, С.В., Цыбулько, А.И. (2022). Белорусский рынок лизинга. Обзор 2021 г. – Мн.: УП “Энциклопедикс”. – 128 с.

Q2 (Aug. 2020). The Fintech solutions driving a digital transformation in lease management. – Mode of access: <https://www.q2.com/blog/the-fintech-solutions-driving-a-digital-transformation-in-lease-management>.

KPMG (Dec. 2020). The leasing industry: how to navigate through unprecedented and disruptive developments? Mode of access: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/nl/pdf/2020/services/the-leasing-industry-how-to-navigate-through-unprecedented-and-disruptive-developments.pdf>.

Ailleron (Jan. 2022). Top 5 challenges in e-leasing for 2022. What’s going on in FinTech. Fintek.pl; Ailleron. – Available at: <https://fintech.ailleron.com/leasetech/top-5-challenges-in-e-leasing-for-2022-whats-going-on-in-fintech/>.

Ailleron (March 2022). Ailleron’s expert on leasing industry performance in the context of FinTech solutions. Ailleron. Fintek.pl. – Available at: <https://fintech.ailleron.com/leasetech/aillerons-experts-on-leasing-industry-performance-in-the-context-of-fintech-solutions/>.

Ghuri N. The impact of digital technology on leasing industry. World leasing Yearbook. Available at: <https://www.world-leasing-yearbook.com/feature/the-impact-of-digital-technology-on-the-leasing-industry/>.

Leaseplan. Что такое операционный лизинг. – Режим доступа: <https://www.leaseplan.ru/page/operacionniy-lizing>.

Эксперт РА (март 2021). Прогноз рынка лизинга на 2021 год: оперативная трансформация. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/researches/leasing/2020/>

Советкина З., Коршунов Р., Сараев А. (март 2022). Рынок лизинга по итогам 2021 года: новый рубеж. – Режим доступа: <https://www.raexpert.ru/researches/leasing/2021/>.

Сбербанк Лизинг (апрель 2020). «Сбербанк Лизинг» запустил проект осмотра лизингового имущества с помощью системы VIEWAPP. – Режим доступа: <https://www.all-leasing.ru/press-relizy/detail/1034160/>.

Спиров В., Брыткова А. (май 2020). Два года назад мы сделали ставку на диджитализацию процессов. – Режим доступа: <https://bosfera.ru/bo/dva-goda-nazad-my-sdelali-stavku-na-didzhitalizaciyu-processov>.

Демчиков И., Кац Е. (май 2021). В планах – предоставить рынку Open API для партнеров. – Режим доступа: <https://bosfera.ru/bo/v-planah-predostavit-rynku-open-api-dlya-partnerov>