

На первом месте по продажам в кредит - среднеценовые иномарки. // Оксана Дяченко. "Банковское обозрение", №5, май 2005 г. По оценкам автомобильных дилеров, к настоящему времени порядка 25-30% автомобилей продается с использованием различных программ кредитования. Проведя опрос ряда автосалонов и банков, «БО» выяснило, что наибольшее количество кредитов приходится на модели средней ценовой ниши, наименьшее - на недорогие авто. Дорогие и премиум брэнды занимают промежуточное положение. Иностранные лидеры по продажам в кредит Покупка автомобиля в кредит перестала быть экзотикой. Растет количество банков, предоставляющих эту услугу, что, в свою очередь, способствует усилению конкуренции на этом рынке. Автодилеры от этого только выигрывают. Ведь благодаря многочисленным программам кредитования они имеют возможность увеличивать объемы продаж машин различных марок и разных ценовых категорий.

Ирина Феклина, менеджер по кредитованию «Автоцентр Сити», говорит, что на сегодняшний день доля автомобилей, приобретаемых в кредит через «Автоцентр Сити», составляет не менее 30%. Это достаточно хороший показатель, считает она. И в будущем он увеличится, как за счет роста продаж в целом, так и за счет либерализации условий работы кредитных операторов: «Времена, когда все новые и новые кредитные программы банков являлись не более чем маркетинговым инструментом, не наполненным реальным содержанием, постепенно уходят в прошлое».

Нишу наиболее популярных автомобилей, приобретаемых в кредит в салоне «Автоцентр Сити», наполняют модели ценового сегмента 12-20 тыс. долларов.

Руководитель отдела кредитования компании Genser Илья Крылов рассказал, что наибольшая доля продаж машин в кредит в Genser приходится на автомобили средней ценовой категории стоимостью от 10 до 25 тыс. долларов (как правило, это первая иномарка в семье), что составляет примерно 50% от общего числа «кредитных» авто. Среди наиболее популярных марок этого сегмента И. Крылов назвал Nissan Almera, Nissan Primera, Renault Megane II, Opel Vectra, Opel Astra, Chevrolet Evanda и др.

Елена Карпухина, главный специалист по программам кредитования компании «Авто-Престус», официального дилера по продажам автомобилей марок Volkswagen и Seat, говорит, что по программам автокредитования продается около 25% всех машин.

На данный момент в салоне «Авто-Престус» наибольшим спросом пользуется автомобиль марки Pointer. Это самая дешевая модель в ценовой нише Volkswagen. Такая машина стоит от 9 до 13 тыс. долларов. Таким образом, по наблюдениям специалистов автосалонов, кредиты берут в основном на иномарки среднего класса, стоимость которых колеблется в пределах примерно 10-30 тыс. долларов. Покупатели, желая приобрести импортный автомобиль, часто не имеют возможности внести необходимую сумму денег за один раз. Накопить средства не так легко, учитывая темпы инфляции и другие негативные макроэкономические факторы, говорит Елена Карпухина («Авто-Престус»). Поэтому используется механизм автокредитования.

Ирина Феклина («Автоцентр Сити») так характеризует категорию клиентов,

приобретающих иномарки средней ценовой ниши: «Это люди со стабильным финансовым положением, уверенные в завтрашнем дне, но не желающие откладывать покупку нового авто до его наступления». Чаще всего клиенты вносят 20-30% от стоимости приобретаемой машины. Оплату оставшейся части растягивают до трех лет, не прибегая к значительному ограничению своих ежемесячных расходов с возможностью досрочного погашения долга. Уровень выше среднего. Несколько меньшая часть кредитов выдается на покупку дорогих автомобилей, стоимость которых превышает 30 тыс. долларов. В компании Genser, например, это - Nissan Maxima QX, Nissan X-Trail, Opel Vectra GTS, а также премиум брэнды - Hummer, Saab, Cadillac. Данная ценовая ниша неоднородна, говорят представители компаний, специализирующихся на продаже дорогих автомобилей, здесь существуют свои особенности и градации.

Роман Савчук, руководитель отдела продаж BMW в кредит и лизинг ОАО «Артекс», связав бурное развитие автомобильного рынка в 2003-2005 годах с появлением интересных и гибких систем автокредитования, охарактеризовал ситуацию по продажам моделей BMW и Land Rover следующим образом.

Наибольшее количество автомобилей марки BMW, продаваемых с привлечением кредитных средств, попадает в ценовую нишу от 30 до 60 тыс. евро. Это автомобили 3-й и 5-й серий. Пользуются спросом кредиты на приобретение машин BMW X3 и X5 стоимостью от 50 до 95 тыс. евро. Он отметил, что при покупке представительских автомобилей 7-й серии на данный момент популярны не только кредитные, но и лизинговые схемы.

«Что касается автомобилей марки Land Rover, - говорит Роман Савчук, - то наблюдается немного иная картина. Основу продаваемых в кредит автомобилей составляют Discovery-3 и Range Rover, находящиеся в ценовой категории от 60 до 130 тыс. долларов».

Юлия Горюхо, менеджер по кредитам ОАО «Автотемп» (продажа Volvo), отмечает, что в салоне с использованием автокредитования покупается практически 50% автомобилей от общего числа проданных. Кредит наиболее востребован в ценовой категории от 30 тыс. долларов, а после 60 тыс. долларов заемные средства используются реже.

Практика показывает, что с использованием автокредита продаются все модели, однако наибольшим спросом пользуются Volvo S60 и Volvo S40. «Меньше всего покупают в кредит автомобили, бывшие в употреблении, - считает Юлия Горюхо. - Причина этого заключается в том, что схемы кредитования могут быть интересны, однако страховка, которая является обязательной по любой кредитной программе, в этом случае велика». Елена Карпухина («Авто-Престус») отмечает, что помимо пользующихся спросом машин средней ценовой категории в их салоне клиенты, используя автокредитование, приобретают и внедорожник Touareg. Это автомобиль стоимостью от 55 тыс. долларов и выше. Соответственно, и статус клиентов, которых интересует Touareg, несколько иной. Прежде всего, это люди со стабильным доходом, говорит она.

По мнению автодилеров, преобладание спроса на машины среднего класса по сравнению с высшим вполне логично. Ведь люди, желающие купить более дорогой автомобиль, как правило, в кредитах мало нуждаются. И главная причина, по которой они все же покупают машины в кредит, - это нежелание выплачивать сразу всю сумму. Такие клиенты прямо говорят, что им выгоднее держать деньги в собственном бизнесе, чем изымать их из оборота. Именно эта причина и заставляет заключать кредитные договоры, отмечает Е. Карпухина.

Примерно такую же оценку дает и Роман Савчук («Артекс»). Он указывает на то, что появление интересных и гибких систем автокредитования позволило значительно расширить границы социальной и финансовой принадлежности потенциальных покупателей. Однако, как правило, это клиенты, занимающиеся средним и малым бизнесом. «Для них 50-70 тыс. долларов оборотных средств намного выгоднее оставить в активах собственной фирмы, нежели направить на покупку автомобиля. Прибыль, полученная за счет использования оборотных средств, оставленных в компании, будет значительно выше затрат, связанных с выплатой процентов по кредиту», - считает Р. Савчук.

Юлия Горюхо («Автотемп») также отмечает достаточно разнообразный социальный статус клиентов, покупающих машины в кредит. Это и государственные служащие, и частные предприниматели, которых объединяет одно - стабильный доход. Кстати, возраст клиентов различен, хотя в основном это люди от 35 лет и старше. На отечественных колесах В настоящее время автокредитование иномарок значительно превышает количество предложений, относящихся к кредитованию покупок отечественных машин. В первую очередь это можно объяснить относительно невысокой стоимостью российских авто, которые в несколько раз дешевле иномарок. Заниматься кредитованием машин иностранного производства намного выгоднее, чем кредитовать отечественные марки.

Представители салонов, продающие исключительно российские модели, так же, как и их коллеги - дилеры, специализирующиеся на иномарках, указали, что наибольшее количество автомобилей, купленных в кредит, относится к среднеценовой категории.

В компании «Ростокино-Лада» рассказали, что самыми популярными являются автокредиты на модели «ВАЗ 2114» стоимостью 185 800 рублей и «ВАЗ 2115», цена которой 197 900 рублей. Реже всего приобретают, используя программы кредитования, дешевые авто - «ОКА» (стоимость колеблется от 95 до 101 тыс. рублей) и «ИЖ» (132 тыс. рублей).

«Популярность автокредита напрямую зависит от стоимости автомобиля и его марки», - утверждает директор по маркетингу компании «Ростокино-Лада» Сергей Соколов. «Демократичную» машину проще взять, не прибегая к заему, в то время как людей зачастую не привлекает перспектива ждать и копить деньги на дорогое авто. В этом случае проще взять в кредит недостающую сумму.

Интересно, что в отличие от клиентов, покупающих дорогие иномарки в кредит,

основную долю потенциальных владельцев отечественных авто составляет молодежь до 30 лет со средним достатком. Взгляд со стороны банков. Результаты опроса некоторых банков, активно занимающихся автокредитованием, совпали с точкой зрения представителей автосалонов. Банки наибольшую часть средств направляют как раз на кредитование среднего ценового сегмента автомобилей.

В банке «Авангард» 60% кредитов выдается на машины от 10 до 30 тыс. долларов, 39% - на авто стоимостью выше 30 тыс. долларов, и лишь 1% - на недорогие машины.

В Международном промышленном банке (МПБ) доля кредитов на машины до 10 тыс. долларов почти равна нулю. На авто от 10 до 30 тыс. долларов приходится 80% кредитов, дороже 30 тыс. долларов - 20%, сообщил Алексей Кравец, начальник отдела розничных продуктов МПБ.

Исходя из практики банка «Сосьете Женераль Восток», соотношение машин, проданных в кредит, по ценовым категориям выглядит следующим образом: до 10 тыс. долларов - 7%; от 10 до 30 тыс. долларов - 85%; от 30 тыс. долларов - 8%.

Начальник управления маркетинга и развития розничных банковских услуг Международного московского банка (ММБ) Сергей Тропин отмечает, что в ММБ большинство кредитов, выданных в 2004 году, равно примерно 15-20 тыс. долларов. Он говорит, что, исходя из ценовой конъюнктуры авторынка и возможностей заемщиков, подавляющее большинство кредитов приходится на сегмент до 30 тыс. долларов, свыше этой суммы выдается около 8-10% от общего количества кредитов.

Представители Промышленно-строительного банка рассказали, что примерно 4-5% клиентов берут кредит на покупку машин стоимостью до 10 тыс. долларов. 70% займов приходится на машины стоимостью от 10 до 30 тыс. долларов, и на более дорогие авто - около 25% автокредитов. Успешный маркетинг - и клиент ваш. Чтобы увеличить свою долю присутствия на рынке, банки идут на всевозможные улучшения условий кредитования для потребителей. Происходит снижение процентных ставок, средняя величина которых сейчас составляет порядка 9-15% в валюте и 15-19% в рублях, уменьшаются суммы первоначального взноса, сроки рассмотрения заявок, изменяются требования к заемщикам. Автодилеры не просто следят за всеми этими ходами, но и разрабатывают совместные кредитные программы с банками-партнерами. Иногда автосалоны работают одновременно с 5-6 кредитными организациями.

Представители автосалонов считают, что потенциальных покупателей прежде всего интересует возможность получения экспресс-кредита, беспроцентного кредита или же недорогой страховки. Главные преимущества экспресс-кредита заключаются в том, что при наличии минимального количества документов и суммы, равной примерно 20% от цены автомобиля, можно оформить такой кредит и сразу же получить машину.

Партнерские договоренности конкретных банков с определенными автодилерами дают возможность в некоторых случаях значительным образом снизить процентную ставку по кредиту. Некоторые банки, например «Авангард», банк «Сосьете Женераль Восток»,

предлагают беспроцентный кредит. Размер первоначального взноса по такой программе в банке «Авангард» равен 30%. При оформлении кредита нужно заплатить комиссию за открытие и ведение счета, которая равна 150 условным единицам (в зависимости от валюты кредита).

Правда, участники рынка считают, что понижать кредитные ставки бесконечно нельзя. Ведь теоретически российское налоговое законодательство не разрешает выдавать кредит по ставке 0% годовых. В настоящее время процентная ставка не должна быть меньше ставки рефинансирования -13% в рублях или же 9% в валюте. Если же кредит предлагается по более низким ставкам, то считается, что клиент получает материальную выгоду и, соответственно, должен заплатить с нее подоходный налог.

Несмотря на все эти законодательные «подвохи», клиенты, приобретающие автомобили по кредитным спецпрограммам, ставкам ниже рыночных, не платят никаких дополнительных налогов. Льготные процентные ставки субсидируются автомобильными компаниями, однако технические детали подобных операций не раскрываются.

Достаточно успешными на рынке являются схемы компенсационного кредитования, которые предполагают, что клиент получает кредит по ставке ниже рыночной, а автопроизводитель или дилер компенсируют банку разницу между этой ставкой и ее рыночным значением. Позитивный эффект таких схем заключается в отсутствии зависимости от конъюнктуры финансовых рынков - величины процентной ставки, политики Банка России, цен на энергоносители и т.д. Все зависит от конкретных параметров маркетинговой программы производителя или дилера.

Подобных программ на рынке не так уж много. Наиболее результативными являются предложения от Ford и Toyota. Например, Ford Motor Company совместно с Международным московским банком и Райффайзенбанком кредитуют покупку Ford Mondeo под 7% годовых, а Ford Focus под 4,9% годовых. В Сибири предпочитают азиатские марки. Эксперты отмечают, что авторынок регионов, так же как и столицы, растет за счет увеличения объемов автокредитования. В 2004 году в промышленно развитых районах с использованием кредитных программ продавалась от 25 до 30% машин.

В целом тенденции на региональных рынках те же, что и на столичных, - увеличение количества компаний, предоставляющих кредиты как за счет местных, так и иногородних кредитных организаций. Изменяются условия выдачи кредитов: упрощается процедура, уменьшаются тарифы на оформление ссуды. Снижаются процентные ставки. Хотя в целом по регионам они превышают уровень столичных.

Несмотря на разницу в уровне доходов между жителями Москвы и регионов, иномарки средней ценовой категории являются лидерами по продажам в кредит независимо от географии.

Некоторые регионы имеют свои «автомобильные» предпочтения. Например, в Сибири, по оценкам аналитиков рынка, наибольшим спросом пользовались машины не

европейских, а азиатских марок. Причина здесь одна - соотношение динамики курса евро по отношению к курсу доллара во второй половине 2004 года. Себестоимость машин, собираемых в Европе, росла.

Это вызвало повышение цен на европейские модели. Курсы азиатских валют в минувшем году были более стабильными. На этом фоне японские и корейские машины выглядели гораздо более привлекательными для клиентов. Модели Hyundai и Toyota, относящиеся к среднеценовой категории, стали лидерами по продажам в кредит в Сибири в 2004 году.

Кроме того, после повышения в октябре прошлого года таможенных пошлин на ввоз в нашу страну машин старше семи лет значительно сократилось число поддержанных иномарок, отмечают специалисты.

Мнение эксперта

Объемы автокредитования в России растут, но пока не достигли уровня развитых стран. На вопрос «Бюро кредитных историй» о том, насколько управление розничного бизнеса Первого

- Ирина Игоревна, как вы оцениваете объем рынка автомобилей, покупаемых в кредит? - Объем