

Хочу машину! Автокредит как образ жизни

Автор: Administrator
03.12.2012 20:06 -

У меня есть перчатки с обрезанными пальцами, «голубой зуб» и бейсболка. Зато нет шубы - в машине в ней неудобно и жарко. Да и в сочетании с кепкой она бы странно смотрелась. // Марина Корф. Специально для Bankir.Ru

По-настоящему начнешь ругаться лишь после того, как научишься водить машину.

Закон дедушки Чарнока

... Если бы пару лет назад мне сказали, что вместо «Космополитена» я буду от корки до корки изучать журнал «За рулем», а вместо Агаты Кристи зачитываться Юрием Гейко, я бы ни за что не поверила. Теперь у меня есть перчатки с обрезанными пальцами, «голубой зуб» и бейсболка. Зато нет шубы - в машине в ней неудобно и жарко. Да и в сочетании с кепкой она бы странно смотрелась.

А еще у меня есть задолженность по автокредиту. И нас таких много. И становится все больше.

Если покупка квартиры для большинства граждан России - единственное событие такого рода за всю жизнь, то автомобили многие из нас меняют каждые два-три года. А то и чаще. Значит, и автокредиты - более «мобильный» товар на рынке кредитования. Чем же определяется спрос на такие кредиты?

Очередной интерактивный опрос на Bankir.Ru посвящен автокредитованию.

Более 75% аудитории сайта Bankir.Ru собираются в ближайшее время приобрести автомобиль. 64,4% респондентов желают купить новый автомобиль, 35,6% согласны на подержанный.

Около 80% опрошенных намерены приобрести иномарку. И только 6% готовы поддержать отечественного производителя.

Хочу машину! Автокредит как образ жизни

Автор: Administrator
03.12.2012 20:06 -

Более 40% будущих покупателей автомашин собираются воспользоваться автокредитом. 20% готовы выложить всю сумму наличными. 7% воспользуются услугой trade-in.

Интернет в качестве источника информации предпочитают 67,4% опрошенных. 32,6% воспользуются советами знакомых. Телевизор и уличная реклама - в аутсайдерах: ими интересуются менее 6% пользователей.

При выборе банка потенциальных заемщиков больше всего интересует репутация банка и удобство погашения кредита. 25,6% считают, что в специализированных банках автомобильных концернов кредиты брать лучше. Только 4,4% собираются обратиться за советом к кредитному брокеру. Трех процентам респондентов все равно, где брать кредит.

Чтобы выбрать программу кредитования, больше половины заемщиков будут интересоваться эффективной ставкой, размером ежемесячного платежа и общей суммой переплаты. Номинальная процентная ставка интересует только 13,6%.

Более половины заемщиков считают, что кредиты надо брать в рублях. 39% проголосовали за доллары США. Евро популярностью почти не пользуется.

Заемщиков, лояльно относящихся к кредитным бюро, более 70%. Правда, 7% из них формируют себе кредитную историю с целью дальнейшего «кидка» банка (наверное, это шутка). 17% ответивших считают, что утечка информации из кредитных бюро - дело времени.

96% процентов опрошенных собираются погасить взятый кредит точно в срок или досрочно.

... А заемщик я, как выяснилось, не то чтобы очень стандартный. Во-первых, предпочла «Калину» «Форду». Во-вторых, ни разу не поинтересовалась эффективной ставкой. В-третьих, не могу вспомнить - соглашалась ли я на передачу информации в кредитное бюро.

Хочу машину! Автокредит как образ жизни

Автор: Administrator
03.12.2012 20:06 -

Но зато на своей машинке я - Бэтмен. А уж как ругаться научилась...

Кредит мой скоро погасится, на «Калинку» заканчивается гарантия, и я уже думаю о новой машине. И о новом кредите.

Наверное, все-таки надо будет спросить про эффективную ставку.

По нашей просьбе опрос прокомментировали:

Роман Мозговой, начальник управления технологии и методологии ЗАО "WDB-банк":



Первое, что бросается в глаза при беглом знакомстве с результатами опроса - личный автомобиль на самом деле перестал быть роскошью. Россияне уже почувствовали вкус жизни "в долг", поэтому большинство предпочитают взять кредит (в том или ином виде) и купить новую иномарку. Ах и увы отечественному автопрому, не в силах он тягаться с ростом благосостояния участников дорожного движения!

То, что выбор при финансировании делается в пользу банка, говорит о доступности и удобстве кредитов. Это удобство рождается из всё ещё неудовлетворённого спроса на автокредиты (в частности). Мода (или насущная необходимость, как кому нравится) на периодическое обновление своего автопарка (пусть даже из одного авто) лишь подстёгивает спрос. Без автокредита не видит себя ни один банк, выходящий на стезю обслуживания населения. "Игроки" на рынке автокредитования множатся, ставки снижаются, кредиты становятся ещё доступнее. В автосалонах растут очереди за "не абы каким" железным конём. Это говорит о том, что к кредитам привыкли, многие планируют кредитоваться и дальше, нарабатывая себе положительную кредитную историю. Здравствуй, цивилизация!

Забавно видеть лидером источников информации о кредитных программах банков интернет. Что ещё можно было ждать от интернет-опроса? Не удивительно также, что среди критериев выбора банка превалирует удобство погашения (близость к дому или работе, по сути, то же самое). Доступность населению - один из принципов развития сетевой инфраструктуры (будь то банк или магазин). Интерес же к репутации банка может свидетельствовать только о развитости кредитных программ и низкой итоговой ставке. Не стоит, на мой взгляд, ассоциировать этот пункт с надёжностью банка - не ему же деньги доверяют, а у него берут (хотя брать у сомнительных личностей или организаций тоже не стоит). Порадовало, что потенциальным заемщикам не безразлично где брать кредиты и по какой ставке, пусть многие пока и путают эффективную ставку с суммой переплаты. Но это поправимо (если на голову банкам не свалится ещё какой диковинный инструмент "усреднения" условий кредитования). Таким образом, "золотое сечение" кредитования проходит на стыке доступности и платежеспособности. Удобство в оформлении/погашении и посильный размер ежемесячного платежа - две составляющие успешного авто- (да и любого другого потребительского) кредита.

Из особенностей кредитования в России, проявившихся в опросе, можно отметить, пожалуй, две. Первая - остаточное "эхо" валютного кредитования. Вторая - перестраховка по срокам кредитования. Если тяга к валютным расчетам корнями растёт из периода нестабильной экономики, то стремление погасить досрочно может говорить как об извечной русской перестраховке, недостаточном умении планировать свой семейный бюджет, а также об отставании "белых" доходов (идущих в расчёт ежемесячного платежа и, следовательно, срока кредитования) от реальных (позволяющих погашать кредит большими суммами).

Ян Арт, финансовый обозреватель:



Когда-то в известном фильме прозвучало: «Имею возможность купить козу, но не имею желания. Имею желание купить корову, но не имею возможности».

Кредитный бум потому и стал действительно бумом, что позволяет решить эту извечную советскую дилемму. В сфере автокредитования это особенно заметно. Причина лежит в области психологии: для нашей страны автомобиль в принципе являлся знаком статуса, символом успеха и т.п. и т.д. Желание обладать им - пока чаще скорее иррациональное,

чем обдуманное. Поэтому потребности россиян в сфере автокредитования во многом продиктованы именно психологической потребностью в своего рода «автоутверждении».

Именно этим можно объяснить такую значительную цифру, как 70% желающих приобрести автомобиль. Скорее всего, что по мере удовлетворения этого автомобильного зуда эта цифра будет плавно снижаться.

Обратная тенденция - можно предположить, что вырастет число россиян, намеренных воспользоваться кредитом для покупки автомобиля. Если учесть, что в Европе и США в кредит покупается от 60% до 90% автомобилей, можно констатировать, что российский рынок автокредитования имеет теоретический шанс вырасти еще в 4-5 раз от нынешнего уровня. Теоретический, поскольку, в отличие от Европы и США, в России меньшинство из «желающих» имеют «возможность» взять кредит, и планка кредитоспособности отсекает гораздо большее число потенциальных заемщиков.

Опрос отразил ожидаемый в общем-то новый тренд на рынке: специализированные автобанки оттягивают на себя интерес многих автозаемщиков. Понятно, что они могут предоставить максимально комфортные условия для своих клиентов и возможности их экспансии на рынке ограничивает лишь один существенный момент: каждый из автобанков работает исключительно с 1-2 марками. Поэтому сюда пойдут лишь те клиенты, которые сориентированы на вполне конкретный автобренд. Думаю, можно предположить, что в лучшем случае аудитория автобанков составит около 20% от всех российских автозаемщиков.

Еще один косвенный результат опроса: апологеты повышения финансовой грамотности населения могут трубить в фанфары. Население становится очень даже «грамотным» в кредитных вопросах. То, что большинство респондентов интересуются ЭПС и общей суммой переплаты - свидетельство довольно трезвого отношения к кредитам и понимания, чем абсолютные цифры отличаются от условных. Причем эта наступающая кредитная «трезвость» выгодна и самим банкам, которые таким образом могут рассчитывать на менее доверчивых, но зато более ответственных заемщиков. Из этой же серии - здоровое восприятие института БКИ. Россияне, несмотря на историческую приверженность ко всевозможным большим и малым «теориям заговора», уже перестают видеть в них некое «шпионское око» и начинают воспринимать как источник позитивной кредитной истории на будущее.

Иван Захаров, руководитель портала Pro-Credit.ru



Основной вывод, который можно сделать из данных опроса - рынок автокредитования пока еще далек от «потолка». Если эксперты уже констатируют, что пик потребкредитов прошел и уровень спроса стабилизируется. Если перед развитием ипотеки мировой кризис ликвидности вообще поставил многие вопросы, то автокредитование пока идет по восходящей. Думаю, что конкуренция в этом секторе будет усиливаться в 2008 году, тем более с учетом того, что в Россию пришли как минимум полдюжины так называемых автобанков - кредитных подразделений крупных автомобильных концернов. И давайте не забывать, что их основная цель - не получение прибыли от кредитования, а расширение объемов продаж автомобилей «своей» марки. Соответственно, они будут «продавливать» рынок и дальше, максимально борясь за клиента и предлагая все более комфортные условия.

Это - с одной стороны. С другой - по-прежнему неудовлетворенный спрос населения России на автомобили. И число россиян, способных «потянуть» автомобильный кредит, увеличивается, и будет продолжать увеличиваться - если не случится каких-то резких колебаний в экономике.

Резюме: предложение расширяется, спрос все больше. Так что скорее всего в 2008-2009 годах рынок автокредитования будет расти весьма динамичными темпами.

Хорошая тенденция - то, что потенциальных заемщиков все больше интересует бренд банка и удобство погашения кредита. То есть для россиян вопрос кредита - это уже не только вопрос его «цены», но и удобства. Это важно для развития банковского ритейла в целом, поскольку заставит банки больше работать над развитием сервисов и над качеством своих продуктов, инструментов, офисов, персонала.

Поиск автокредита

Все опросы Bankir.Ru.