Кредиты дорожают, заемщики умнеют

На конференции «Рынок легковых автомобилей: итоги и прогнозы», проведенной аналитическим агентством «Автостат», было представлено большое количество исследований, многие из которых могут быть полезны страховщикам при разработке продуктов, предназначенных автомобилистам.

На пути к докризисным показателям

Руководитель аналитического отдела РwС Леонид Кострома констатирует увеличение продаж легковых автомобилей в России в 2011 году по сравнению с 2010 - на 40% в количественном и на 70% в денежном выражении. Позитивная динамика связана с такими факторами, как программы утилизации и субсидирования кредитов, доступное кредитование, рост экономики, снижение безработицы. В качестве основного драйвера этого роста спикер называет иномарки российской сборки (рост продаж на 70% в количественном и на 98% в денежном выражении). Однако, отметил г-н Кострома, рост продаж автомобилей в 2011 году не только не достиг докризисных цифр, но продемонстрировал

к началу 2012 года некоторый спад. Спикер объясняет его окончанием программы утилизации и исчерпанием так называемого эффекта «низкой базы».

Как отмечает директор отдела консультационных услуг по сделкам, руководитель автомобильной практики в СНГ компании Ernst&Young Иван Бончев, в России более низкий уровень автомобилизации, чем в развитых странах Европы и Америки. Для сравнения: в России, по данным Ernst&Young, на 1000 человек приходится 250 автомобилей, во Франции - 523 автомобиля, в США – 643. В то же время г-н Кострома указывает, что уровень автомобилизация в России выше, чем в других странах БРИК. Более того, к 2025 году эксперт прогнозирует приближение России по уровню автомобилизации к сегодняшнему уровню западных стран и Японии.



Отмечая рост автомобилизации в России, спикер в то же время указывает на противоположную тенденцию на развитых мировых рынках. Так, в США и Германии становится все меньше и меньше молодых людей, ставящих покупку автомобиля в разряд первоочередных. Они предпочитают общественный транспорт и велосипед. В ряду причин этого явления г-н Бончев называет:

- неблагополучное положение в области демографии
- высокие цены на бензин
- рост городов с хорошо налаженной системой дешевого муниципального транспорта
- страховые издержки
- высокие цены на платные парковки
- рост объема покупок через интернет

 нарастание движения в защиту окружающей среды.

Для России эта тенденция пока не характерна, и г-н Кострома прогнозирует рост продаж иномарок в России на 11%. Г-н Бончев тоже прогнозирует рост продаж легковых автомобилей в ближайшие три года: в 2012 году – до 2730 тысяч, в 2013 – до 3063 тысяч, в 2014 – до 3315 тысяч, в 2015 – до 3659 тысяч. В ряду факторов, способствующих развитию российского рынка легковых автомобилей, спикер назвал:

- вступление России в ВТО (что будет способствовать существенному снижению таможенных пошлин на автомобили)
- высокий возраст российского автомобильного парка (средний возраст автомобилей в России – 12 лет, тогда как в Европе – 7)

- низкий уровень автомобилизации страны
- рост числа программ автокредитования, предоставляемых банками вместе с автоконцернами.

Автокредит как инструмент развития авторынка и дополнительных сервисов

Начальник отдела разработки продуктов департамента автокредитования «Русфинансбанка» Алексей Бессонов рассказал участникам конференции о тенденциях на кредитном рыке России в сегменте продаж новых и старых автомобилей.

Усиление конкуренции между банками привело к смягчению условий для клиентов, причем не только по процентной ставке, но и по пакету документов и скорости принятия решения. Банки, в которых исторически сложилось классическое кредитование, стали предлагать экспресс-пакеты и экспресспродукты. Для их приобретения предоставление справки о доходах не является обязательным требованием, а решение о предоставлении продукта принимается в два-три раза быстрее, чем в случае классического кредита.

Динамика изменения процентных ставок на рынке автокредитования представлена на рис.1.

Г-н Бессонов особо подчеркнул, что в январе 2012 года средняя ставка автокредитования увеличилась на 1,5-2% без учета влияния госпрограммы (с учетом — еще больше). В ряду причин увеличения ставок спикер называет нестабильную ситуацию на валютнофинансовом рынке и завершение части спецпрограмм с автопроиз-

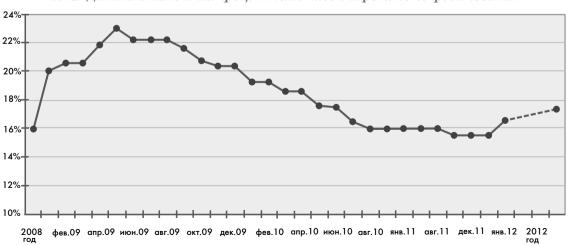


Рис. 1. Динамика изменения процентных ставок на рыке автокредитования

Источник: Русфинансбанк



водителями (например, с «АвтоВазом»). По прогнозам «Русфинансбанка», в течение года ставка увеличится еще на 1-1,5%.

Нестабильность валютнофинансового рынка приводит к увеличению стоимости привлечения средств на рынке и, как следствие, к увеличению процентных ставок. Средняя сумма кредита на рынке увеличилась в среднем на 15% – с 334 929 до 382 254 рублей, что, по мнению спикера, логично, если учесть рост стоимости автомобилей.

Влияние программы льготного кредитования и утилизации на рынок автокредитования оценивается разными экспертами по-разному. Как отметил г-н Бессонов, клиенты, которые уже воспользовались преимуществами этой программы, не хотят сейчас, после ее окончания, брать кредиты со ставкой на 5,5% выше. Продолжение развития рынка после завершения госпрограммы спикер видит в спецпрограммах автопроизводителей, которые существовали и до кризиса. В ближайшем будущем «Русфинансбанк» прогнозирует увеличение доли продаж кредитов кэптивными банками, имеющими специальные кредитные программы с автопроизводителями. Ожидается, что в 2015 году каждый второй кредит будет продан через кэптивный банк.

По разным экспертным оценкам доля кредитных автомобилей (из числа легковых и легких коммерческих) в 2011 году составляла около 30%. В 2008 году этот показатель достигал 46%. По прогнозам «Русфинансбанка», и в 2012 году, в лучшем случае, он составит 35%. Многие эксперты призывают банкиров обратить внимание на рынок БУ автомобилей ввиду его большого размера. Однако в 2011 году в кредит было приобретено всего лишь 3% подержанных автомобилей от всех купленных. Если переходить к цифрам, то в 2011 году было продано 4289 тысячи подержанных автомобилей. В основном, это автомобили, которые не поддаются кредитованию, а те, на которые можно было бы взять кредит (машины не старше семи лет), составляют примерно треть всего сегмента. Если переходить к цифрам, то это 1440 тысяч автомобилей. Из них фактически выдан кредит на 128 тысяч штук, то есть около 9% от целевого сегмента. При этом г-н Бессонов называет следующие очевидные минусы кредитования подержанных автомобилей:

- Мошенничество как со стороны продавцов, так и со стороны покупателей.
- Более высокие, чем в сегменте новых автомобилей, кредитные ставки.
- Более высокий размер минимального первоначального взноса по кредиту по сравнению с новыми.
- 4. Абсолютно непрозрачная система ценообразования, которую очень сложно проверить (обычно продавец и покупатель предоставляют так называемые «договорные» цены).
- Преобладание наличных расчетов при покупке подержанных автомобилей.
- 6. Отсутствие гарантии на залог. Несмотря на перечисленные проблемы многие дилеры проявляют

большой интерес к сегменту подержанных автомобилей. Они дают свои гарантии, взаимодействуют с банками, активно занимаются развитием продаж дополнительных сервисов и дополнительного оборудования. Однако, судя по всему, на банки и заемщиков эта активность не производит должного впечатления: средняя доля кредитов на БУ автомобили в продажах разных банков составляет около 11%. Иными словами, пока есть возможность, банки собираются зарабатывать на новых машинах. Автокредит - заключил свое выступление г-н Бессонов - это не только инструмент развития авторынка, но и хороший инструмент развития дополнительных сервисов. Так, дилеры предлагают заемщи-



ку автокредита дополнительное оборудование, сервисы, программы техобслуживания и продленной гарантии, а страховые компании предлагают включать в сумму автокредита целый ряд страховых продуктов: ОСАГО, каско, страхование жизни, НС, GAP. Все это в целом увеличивает среднюю сумму кредита на 30-50% от стоимости автомобиля, но в этом заинтересованы и банки, и дилеры, и страховые компании.

Финансовая грамотность заемщиков растет

Олег Чернышев из «Росбанка» рассказал участникам конференции о том, как изменился портрет за-



емщика автокредита за последние пять лет.

С развитием кредитования общая грамотность населения в этой области предсказуемо повышается. И теперь уже заемщик не идет в банк на следующий день после посещения автосалона, где он получил автокредит, за разъяснениями по поводу того, как и что ему посчитали. Сегодняшний заемщик хорошо понимает, что он купил, за какие деньги, сколько он будет за это платить, и прекрасно понимает, какие опции и продукты ему попутно навязали. Очевидно, что таким клиентам довольно сложно продавать дополнительные услуги, если они неправильно упакованы с точки зрения маркетинга. В качестве примера г-н Чернышев привел страхование жизни, которое теперь продается с большим трудом. Самый простой и популярный ход при продаже заемщику полиса страхования жизни – пониженная процентная ставка по кредиту. Клиент хочет понимать свои выгоды от дополнительного продукта и категорически не согласен получать его без красивой маркетинговой упаковки и скидки. Поскольку требования клиента растут, а навязывать дополнительные услуги становится все сложнее и сложнее, банкам приходится разрабатывать все новые и новые продуктовые ли-

рото: Ксения Середа

нейки. В результате взросление заемщика вызывает развитие кредитного рынка.

Первый вопрос, который задает автозаемщик, заходя в банк, касается спецпрограмм с автопроизводителями. Следующий — скидок. За ним следует вопрос о дополнительных бонусах, которые может предоставить банк.

Сегодняшний автозаемщик четко просчитывает время, за которое он сможет вернуть кредит. По данным «Росбанка», более 70% клиентов берут кредит на пять и более лет. В то же время, большинство заемщиков расплачиваются гораздо раньше срока. Причин подобного положения дел две:

- 1. Заемщик берет кредиты в других банках.
- 2. Заемщик рефинансируется в том же банке, зачастую покупая новый автомобиль. В результате оборачиваемость средств возрастает. Это достигается усилиями двух сторон: автопроизводителей и банков. Первые всячески подогревают спрос на новые модели машин, а вторые стимулируют клиента к скорейшему закрытию имеющегося кредита и получению нового, на следующий автомобиль. Ради этого ему делаются разного рода спецпредложения.

До недавнего времени существовало два рынка кредитованиия: «бы-

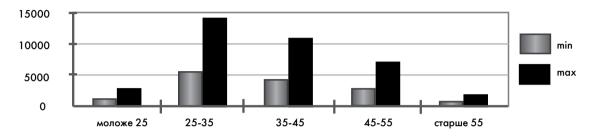


стро и без документов», и «долго и с документами». Сейчас, отметил спикер, границы между этими рынками постепенно стираются. Рынок стал сегментироваться по новым принципам, и теперь заемщик может выбирать кредит уже не по принципу «быстро/медленно», и даже не по принципу «быстро/еще быстрее», а по принципу «дорого/ дешево» при прочих равных условиях. Например, при условии подтверждения дохода клиент получит в автосалоне самую низкую ставку по кредиту, при этом ждать решения ему придется не два-три дня, как прежде, а всего несколько ча-COB.

Другой вариант – автокредит без документов, когда клиенту ответ дается быстрее, чем давался раньше

Рис. 2. Качество кредитного портфеля в разбивке по возрастным группам

Количество кредитов с просрочкой свыше 90 дней по возрастным категориям (2007-2011)



Источник: РОСБАНК

в случае классического подтверждения кредита. Подводя промежуточный итог, г-н Чернышев отметил, что ажиотажа пятилетней давности, когда клиент, едва зайдя в автосалон и увидев новую разработку любимого автопроизводителя, что называется, сломя голову бросался за самым быстрым кредитом, уже нет. Автомобили можно заказывать, а линейка кредитных продуктов достаточно широка. В процессе развития кредитного

в процессе развития кредитного рынка банки не уставали разными способами стимулировать развитие собственной клиентской базы. В результате сегодня заметно возросла доля клиентов, которые приходят в автосалон уже с подтвержденным решением банка. Кроме того, значительно возросла доля клиентов, которые приходят в ав-

тосалон и спрашивают, можно ли получить кредит в конкретном банке, потому что они являются его клиентами. Интересно, что их преданность банку настолько высока, что они готовы брать кредит даже под более высокий процент (он может увеличиваться на сумму до 1%) ради того, чтобы сделку сопровождал их персональный менеджер. По мнению спикера, возросшая лояльность клиентов к проверенным на собственном опыте банкам становится одним из важнейших факторов развития кредитования и во многом сближает Россию с соответствующей мировой практикой.

В заключении своего выступления г-н Чернышев обратил внимание собравшихся на значительный рост полярных возрастных сегмен-



тов заемщиков. Клиенты моложе 25 и старше 55 лет в последние годы стали гораздо чаще обращаться за кредитами, и одновременно «Росбанк» констатировал, что оба эти сегмента оказались наименее рисковыми (см рис.2)

Проявление и рост двух клиентских сегментов с наименьшими исками естественным образом наводит на мысль о разработке специальных продуктовых линеек, настроенных на представителей этих целевых аудиторий.

Резюмируя все вышесказанное, г-н Чернышев отметил, что сегодняшний заемщик зачастую покупает в кредит второй-третий автомобиль, поэтому он умеет сравнивать и выбирать. Значит, возросшую финансовую грамотность клиентов не стоит игнорировать ни банкам, ни автосалонам.

Елена Шарова