

АНАЛИЗ РЫНКА АВТОКРЕДИТОВАНИЯ В РФ

© 2018 Старикова Т.Е., Кузнецов А.В., Дусметов Т.А.

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия

Статья посвящена анализу современного состояния российского рынка автокредитования, которое является одним из самых востребованных банковских продуктов для населения. Для банков кредитование покупателей автомобилей остается наиболее сбалансированным кредитным продуктом по показателям прибыльности и риска, в связи с чем они заинтересованы в расширении своей доли на этом секторе рынка. В настоящее время российский рынок автокредитования изобилует всевозможными предложениями. Выделяют несколько видов автомобильного кредита в зависимости от потребностей и финансовых возможностей потенциальных заемщиков: классический автокредит, экспресс-автокредитование, факторинг, кредит без первоначального взноса, buy-back и trade-in. Анализу этих видов посвящено рассматриваемое в статье исследование.

Ключевые слова: автокредитование, авторынок, розничное кредитование, автопроизводители, госпрограммы льготного автокредитования.

В настоящее время выделяют несколько видов автомобильного кредита в зависимости от потребностей и финансовых возможностей потенциальных заемщиков. Наиболее востребованными из них можно назвать следующие:

- классический автокредит,
- экспресс-автокредитование;
- факторинг;
- кредит без первоначального взноса;
- buy-back;
- trade-in.

Классический автокредит - наиболее распространенная схема автокредитования. Его механизм схож с потребительским кредитом. Клиент выбирает, какой купить автомобиль в кредит, определяет сумму, которую необходимо взять в банке, предоставляет документы и далее ждет решение банка. Затем, когда автокредит одобрен, клиент платит в автосалоне первоначальный взнос (обычно не более 30%), банк перечисляет оставшуюся сумму. Клиент не ограничен определенным автосалоном и определенной моделью.

Экспресс-кредит отличается от классического лишь временем принятия решения о выдаче и минимальным необходимым пакетом документов. При этом ставка по такому кредиту обычно всегда выше, так как за сокращенное время банку сложнее оценить кредитоспособность заемщика, а значит,

кредитный риск увеличивается. Кроме того, в последнее время некоторые банки применяют индивидуальный подход к экспресс-кредитованию клиентов (к примеру, визуальная оценка личного имущества потенциального заемщика в случае возникновения каких-либо спорных ситуаций при принятии решения о выдаче кредита).

Факторинг выгоден, если у банка нет ежемесячной комиссии на обслуживание счета и клиент планировал купить именно новую иномарку.

Автокредит без первоначального взноса подойдет тем, кто не умеет откладывать деньги или кому срочно нужна машина. Пакет документов для данного вида кредитования нужен минимальный. Как и в экспресс-кредитовании, за снисходительность банка придется переплатить. Отличительные черты автокредитования без первоначального взноса: высокая процентная ставка, дорогая страховка и ограниченный выбор автомобилей (только иномарки).

Схема trade-in позволяет продать салону свой автомобиль (иномарку возрастом не старше 5 лет) и зачесть его стоимость в качестве первоначального взноса за новую машину, оформив оставшуюся часть суммы в кредит. Главный минус этого способа – недостаточно высокая цена, по мнению клиента, по которой автосалон приобретает у него автомобиль.

Buy-back (обратный выкуп) – этот вид кредита стал предлагаться на российском рынке в рамках подготовки совместных специальных программ автодилеров, банков и автопроизводителей. Суть обратного выкупа заключается в том, что стоимость автомобиля условно делится на три равные части: первоначальный взнос, тело кредита и остаточную стоимость, которая «замораживается». Когда срок кредита подходит к концу, третью часть можно погасить в общем порядке, либо вернуть автосалону машину в зачет нее, либо продать автомобиль собственными силами и с вырученных денег также отдать ее банку. Если автосалон покупает автомобиль дороже, чем остаточная стоимость по кредиту, то за счет разницы клиент может оплатить первоначальный взнос на новый транспорт. Срок такого кредита меньше, чем у классического автокредита, но при этом он выгоден для банков и автосалонов: система обратного выкупа «привязывает» клиента к определенному автосалону, так как с большой вероятностью он не будет искать новое место для продажи своего авто и обратится туда же, более того, возможно, и покупка новой машины будет осуществлена там же. Что касается банков, то таким привлекательным предложением они обеспечивают себе лояльную базу клиентов, которые, скорее всего, будут обращаться за таким кредитом снова и снова, если он их устраивает.

Сейчас на рынке автокредитования работают около 100 банков [4]. Это довольно перспективный сегмент, учитывая, что речь идет о залоговом кредитовании. Однако, по расчетам экспертов, в сегменте автокредитования останутся работать только банки, способные обеспечить максимальную скорость и простоту рассмотрения заявки. Другие игроки, которые не смогут предложить клиентам современные решения, очень быстро окажутся вне рынка. Впрочем, уже сейчас услуги по автокредитованию предоставляет лишь небольшое количество банков. Причина кроется в том, что в кризисные пе-

риоды авторынок, как правило, показывает значительную просадку. Так, в 2015 году объемы продаж автомобилей сократились на 35,7%, в 2016 — еще на 11%. Но когда экономика начинает постепенно восстанавливаться, то вслед за ней растут и продажи. В 2017 году период падения рынка завершился.

Выручка от продажи новых легковых автомобилей на российском рынке за 1 квартал 2017 года составила 400,9 млрд рублей, что на 3,1% больше, чем за тот же период прошлого года (388,9 млрд руб.).

По итогам января – марта 2017 года лидером по выручке остается японский бренд Toyota, который за счет реализации 19,8 тыс. легковых автомобилей (при средней цене свыше 2,2 млн руб.) получил в итоге 44,6 млрд рублей выручки. Однако этот результат на 12,5% хуже, чем за аналогичный период 2016 года.

На втором месте находится корейский бренд KIA: за 1 квартал нынешнего года компания заработала 39,5 млрд рублей, улучшив показатель годичной давности на 22,5%. Третью строчку рейтинга удерживает немецкий бренд Mercedes-Benz (33,4 млрд руб.; +15,2%).

Четвертую позицию сохраняет российская марка LADA (32,7 млрд руб.; +15,1%), которая имеет самые большие продажи (58,7 тыс. шт.) и самую низкую средневзвешенную цену автомобилей (556,8 тыс. руб.) среди представленных марок. Пятерку лидеров по выручке на российском рынке замыкает корейский производитель Hyundai (32,0 млрд руб.; +17,7%). Показатели остальных марок составляют менее 30 млрд рублей [2-3].

Необходимо отметить, что в ТОП-10 прирост выручки зафиксирован более чем у половины брендов. Лучше других этого удалось добиться немецкому Volkswagen, который увеличил выручку на 37,1%. Всего три бренда из числа первой «десятки» сократили выручку - Mercedes-Benz (-15,2%), Toyota (-12,5%) и Nissan (-2,5%) (табл. 1).

Таблица 1 – ТОП-10 марок по выручке на российском авторынке за 1 квартал 2017 года

№	марка	продажи, шт.	цена, тыс. руб.	выручка, млрд руб.	2017/2016, %	изменение
1	Toyota	19 848	2 248,8	44,6	-12,5	↓
2	KIA	37 310	1 060,0	39,5	+22,5	↑
3	Mercedes	7 900	4 224,4	33,4	-15,2	↓
4	LADA	58 737	556,8	32,7	+15,1	↑
5	Hyundai	29 932	1 069,4	32,0	+17,7	↑
6	Nissan	17 598	1 432,0	25,2	-2,5	↓
7	BMW	6 942	3 627,8	25,2	+1,3	↑
8	Volkswagen	18 320	1 257,4	23,0	+37,1	↑
9	Renault	26 107	823,4	21,5	+27,5	↑
10	Lexus	4 985	4 058,3	20,2	+7,6	↑

Если рассматривать массовый сегмент, на долю которого в первом квартале пришлось 90% от общего объема, то он тоже находится в «плюсе». Продажи здесь достигли 277,9 тыс. единиц (+1,8%). Среди представленных в ТОП-25 марок по объемам реализации в

этом сегменте 12 марок демонстрируют отрицательную динамику. Хуже всего показатели у китайского бренда Geely, продажи которого упали на 72,5%. У Suzuki реализация сократилась на 43,2%, а у Fiat, Subaru, Chery и Honda падение превысило 20% (табл.2).

Таблица 2 – Динамика авторынки России по брендам в 1 квартале 2017 года

марка	штук	2017/2016, %	марка	штук	2017/2016, %
Changan	319	+73,4%	Citroen	996	-0,9%
Datsun	6567	+50,2%	Ford	9380	-3,3%
Peugeot	1112	+29,6%	Lifan	3307	-9,2%
Mazda	5234	+15,2%	Toyota	19886	-10,6%
KIA	37310	+13,5%	Nissan	17598	-13,8%
Volkswagen	17895	+12,8%	Mitsubishi	4253	-15,6%
Renault	26108	+12,1%	Honda	360	-20,7%
Jeep	376	+8,7%	Chery	1044	-22,3%
LADA	61447	+8%	Subaru	1056	-23,3%
Chevrolet	6840	+4%	Fiat	492	-26,8%
УАЗ	9824	+3,8%	Suzuku	975	-43,2%
Hyundai	30304	+2,6%	Geely	510	-72,5%
Skoda	12686	+1,9%			

Другой китайский бренд - Changan, напротив, показывает наилучший рост (+73,4%). При этом в «плюсе» находятся еще 12 марок: от 50,2% у Datsun до 1,9% у Skoda. Также нельзя не отметить в этом плане отечественные УАЗ (+3,8%) и LADA (+8%).

Доля массового сегмента на рынке – 90%, динамика: +1,8%, объем продаж 277942 шт. Новичок: Ravon (1629 шт.).

Продажи в премиум-сегменте в 1 квартале снизились на 8,3% до 30,8 тыс. автомобилей, в связи с чем его доля составила 10%. Несмотря на это, более половины марок (7 из 12) показывают рост. Лучше других здесь

преуспел Jaguar, реализация которого увеличилась втрое. Продажи автомобилей smart выросли в 2,4 раза, а Volvo – на 34,3%. Так-

же заслуживают внимания Infiniti и Cadillac (более 20% роста у каждого бренда) (табл. 3).

Таблица 3 – Динамика авторынка России по брендам в 1 квартале 2017 года

марка	штук	2017/2016, %	марка	штук	2017/2016, %
Jaguar	627	+201,4%	BMW	6942	-6,6%
smart	100	+138,1%	Land Rover	2120	-12,1%
Volvo	1152	+34,3%	Mercedes	8204	16,1%
Infiniti	1477	+26,8%	Audi	3615	26,3%
Cadillac	335	+20,5	Porsche	761	-34,3%
MINI	298	+3,8%			
Lexus	4985	+1%			

Среди тех премиум-марок, кто оказался в «минусе», сильнее всего продажи упали у Porsche (-34,3%). У Audi и Mercedes-Benz показатель падения составляет 26,3% и 16,1% соответственно. Кроме них, в отрицательной зоне присутствуют Land Rover (-12,1%) и BMW (-6,6%).

Доля премиального сегмента на рынке – 10%, динамика: -8,3%, объем продаж: 30814 шт. Новичок: Genesis (198 шт.).

За счет мартовского скачка продаж (+9,4% до 137,9 тыс. шт.) российскому авторынку по итогам первого квартала удалось выйти в «плюс». Так, в январе – марте 2017 года продажи легковых автомобилей в России составили 322,5 тыс. единиц – на 1% больше, чем годом ранее [2] (табл. 4).

Таблица 4 – Показатели продаж легковых и LCV автомобилей в 2016 и 2017гг.

месяц	2017, шт.	2016, шт.	2017/2016, %
в марте	137894	125994	+9,4%
в январе-марте	322464	319220	+1%

ТОП-10 производителей традиционно возглавляет группа AVTOVAZ-Renault-Nissan, реализовавшая в первом квартале

113,2 тыс. машин (+6,7%), что соответствует доле рынка в 35,1% от общего числа реализованных в стране автомобилей (табл. 5).

Таблица 5 – Топ-10 производителей авторынка в России в 1 квартале 2017 года

Группа	продажи, шт.	2017/2016, %	доля, %
AVTOVAZ-RENAULT-NISSAN	113197	+6,7%	35,1%
HYUNDAI-KIA	67812	+8,7%	21%
VOLKSWAGEN Group	35506	+3%	11%
TOYOTA Group	24871	-8,5%	7,7%
ГАЗ (LCV)	10723	+9%	3,3%
УАЗ	9824	+3,8%	3%
MERCEDES-BENZ	9682	-11,7%	3%
FORD	9380	-3,3%	2,9%
BMW Group	7240	-6,2%	2,2%
GM Group	7175	+4,7%	2,2%

На втором месте находится Hyundai-KIA с 67,8 тыс. проданных экземпляров (+8,7%) и

рыночной долей в 21%. Третью строчку занимает Volkswagen Group с объемом 35,5

тыс. автомобилей (+3%) и долей 11%. Таким образом, эти группы вместе занимают две трети российского авторынка.

Из десяти представленных групп автопроизводителей рыночный рост отмечен у шести. Лучшее всего это удалось сделать отечественному ГАЗу, у которого в первом квартале 2017 года продажи выросли на 9%. В «минусе» находятся четыре группы, а наибольшее снижение продаж наблюдается у

Mercedes-Benz (-11,7%) Лидером среди моделей стала KIA Rio, продажи которой за отчетный период составили 21,1 тыс. единиц (+28,6%). Вторую строчку в модельном рейтинге занимает LADA Granta с показателем 17,7 тыс. экземпляров, продажи которой упали на 6,3%. В тройку лидеров вошла и LADA Vesta: в первом квартале отечественный седан был реализован в количестве 15,2 тыс. штук (+65,6%).

Таблица 6 – Топ-20 моделей авторынка в России в 1 квартале 2017 года

модель	продажи, шт.	2017/2016, %
KIA Rio	21101	+28,6%
LADA Granta	17701	-6,3%
LADA Vesta	15225	+65,6%
Hyundai Solaris	12666	-40,9%
Hyundai Creta	11345	-
Volkswagen Polo	10100	+0,5%
Renault Duster	8601	-20,5%
Toyota RAV4	7126	-18,2%
LADA XRAY	6718	+173,6%
Toyota Camry	6615	+17,1%
Chevrolet Niva	6605	+2,3%
Skoda Rapid	6229	+12,1%
LADA 4x4	6072	-18,6%
Renault Kaptur	6006	-
Renault Logan	5826	-4,4%
Renault Sandero	5669	-4,3%
Nissan X-Trail	5606	+30,2%
LADA Largus	5371	-21,2%
KIA Sportage	5145	+32%
Nissan Qashqai	5058	+4,8%

На четвертое место опустился Hyundai Solaris (12,7 тыс. шт.), который показывает сильнейшее рыночное падение (-40,9%). Закрывает первую пятерку еще один представитель Hyundai – новый кроссовер Creta (11,3 тыс. шт.). Также в первом квартале наибольший рост продаж среди 20 моделей-лидеров демонстрирует высокий хэтчбек LADA XRAY (+173,6% до 6,7 тыс. шт.).

По итогам 1 квартала 2017 года количество купленных в кредит автомобилей составило 126,3 тыс. единиц, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 23,6% (в 1 кв. 2016 года – 102,2 тыс. единиц). В то же время, в сравнении с предыдущим кварталом, количество кредитных автомобилей, наоборот, сократилось на 30,9% (в 4 кв. 2016 года – 165,3 тыс. единиц) (рис. 1).

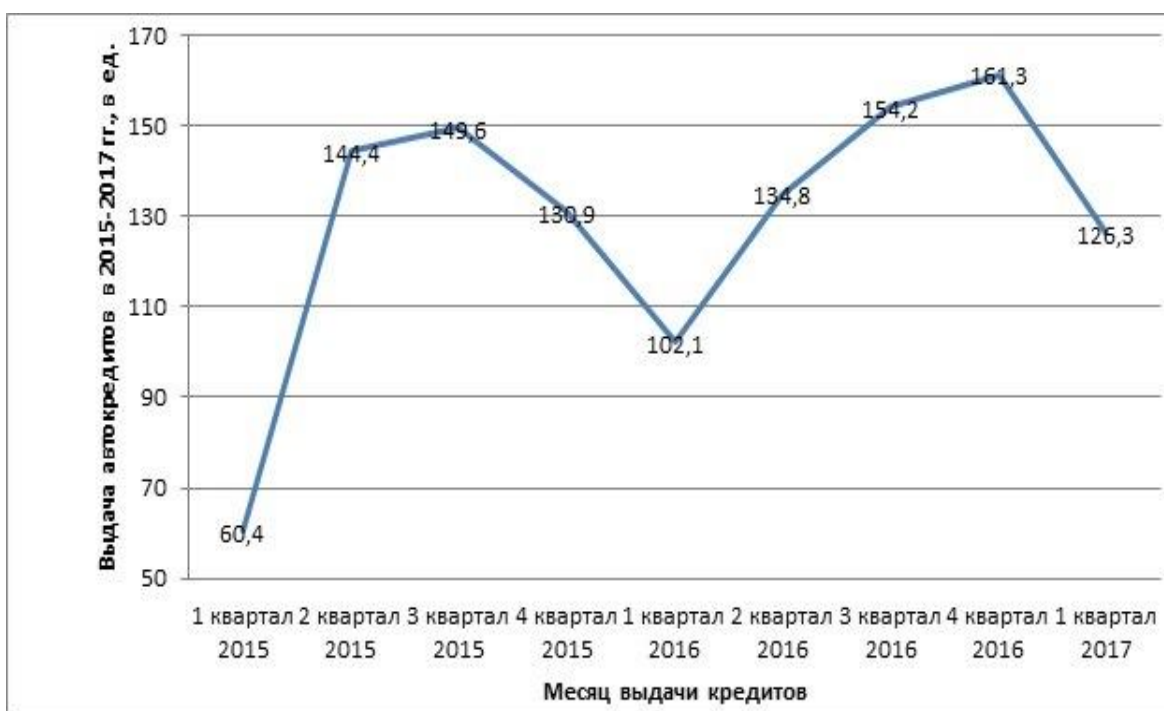


Рисунок 1 – Динамика выдачи автокредитов в 2015-2017 гг., в тыс. ед.

В свою очередь, объемы автокредитования в 1 кв. 2017 г. выросли на 37,3% (23,6 млрд руб.) и составили 87 млрд руб. (в 1 кв. 2016 года – 64,4 млрд руб.). Однако, по сравнению с предыдущим кварталом, в 1 кв. 2017 г. сумма выданных автокредитов оказалась на 19,7% меньше (в 4 кв. 2016 года – 108,4 млрд руб.).

Сопоставление данных о рынке автомобилей и количества выданных автокредитов

указывает на существенное увеличение доли кредитных автомобилей в общем объеме автомобильного рынка. Так, в 1 квартале 2017 года доля автомобилей, купленных в кредит, составила 45,1% от общих продаж, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 7 процентных пунктов (в 1 квартале 2016 года – 38,1%) (табл. 7).

Таблица 7 – Динамика рынка новых автомобилей, выдачи автокредитов и доли автомобилей, купленных в кредит в 1 кв. 2014-2017гг.

Период	Выдачи автокредитов, тыс. ед.	Объем рынка автомобилей, тыс. ед.	Доля кредитных автомобилей в объеме рынка
1 кв. 2014 г.	194,1	555,5	34,94%
1 кв. 2015 г.	60,4	275,2	21,95%
1 кв. 2016 г.	102,1	268,2	38,07%
1 кв. 2017 г.	126,3	280,3	45,06%

Темпы выдачи автокредитов и их доля в структуре авторынka неуклонно растут, при этом качество автокредитов стабилизировалось и ситуация с просрочкой в этом сегменте роз-

ничного кредитования существенно лучше, чем в случае с необеспеченными кредитами (табл. 8).

Таблица 8 – ТОП-10 регионов с наибольшими объемами рынка в 1 квартале 2017 года

Регионы	Объем рынка в 1 кв. 2017 г., ед.	Автокредиты		Доля автокредитов в объеме рынка в 1 кв. 2017 г.
		1 кв. 2017 г., ед.	Изменение к 1 кв. 2016 г., в %	
Москва	43 756	11 973	12,0%	27,4%
Московская область	24 002	8 513	19,0%	35,5%
Санкт-Петербург	19 925	9 119	19,5%	45,8%
Республика Татарстан	13 728	7 459	14,3%	54,3%
Краснодарский край	10 480	4 308	27,5%	41,1%
Республика Башкортостан	9 800	5 466	26,7%	55,8%
Самарская область	9 001	4 358	13,6%	48,4%
Ростовская область	7 739	3 519	23,2%	45,5%
Свердловская область	7 701	3 856	40,1%	50,1%
Нижегородская область	7 158	3 982	14,3%	55,6%

Что касается роста доли кредитных автомобилей в структуре рынка, то он во многом обусловлен реализацией госпрограммы льготного автокредитования, действие которой было продлено и на 2017 год. Таким образом, автокредитование остается для банков

одним из достаточно привлекательных продуктов розничного кредитования, а для граждан – одним из наиболее доступных способов приобретения автомобилей (табл. 9).

Таблица 9 – Топ-10 регионов с наибольшей долей автокредитов в структуре рынка в 1 квартале 2017 года

Регионы	Доля автокредитов в объеме рынка в 1 кв. 2017 года, в %	Автокредиты		Объем рынка в 1 кв. 2017 года
		1 кв. 2017 года	Изменение к 1 кв. 2016 г., в %	
Чукотский АО	100,0%	8	-50,0%	8
Республика Тыва	93,3%	83	50,9%	89
Республика Саха (Якутия)	75,2%	297	38,1%	395
Республика Адыгея	74,4%	410	31,4%	551
Ленинградская область	73,2%	2 455	27,0%	3 354
Республика Марий Эл	71,7%	723	31,7%	1009
Удмуртская Республика	71,6%	2 149	16,4%	3 001
Камчатский край	71,1%	69	32,7%	97
Республика Бурятия	66,3%	185	43,4%	279
Забайкальский край	65,3%	211	90,1%	323

За 10 месяцев 2017 года было выдано автокредитов на сумму 391,9 млрд руб., что на 39,3% больше, чем было выдано за аналогичный период 2016 года (281,3 млрд руб.).

При этом за 10 месяцев 2017 года самые высокие темпы роста объемов выданных автокредитов (среди 40 регионов-лидеров по объемам выдачи данного вида кредитов) бы-

ли отмечены в Кемеровской (+68,5%) и Челябинской (+57,8%) областях, Удмуртской республике (+55,4%), Республике Башкортостан (+54,6%), а также в Пермском крае (+50,9%). В Москве и Санкт-Петербурге объемы выданных автокредитов за данный

период выросли на 23,3% и 41,4% соответственно.

По итогам 2017 года количество проданных в кредит автомобилей составило 713,6 тыс. единиц, увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 29,2% (в 2016 году - 552,4 тыс. единиц) (рис. 2).



Рисунок 2 – Ежемесячная динамика выдачи автокредитов в 2016-2017 гг., в ед.

Объем рынка новых легковых автомобилей в 2017 году увеличился на 16,3% по сравнению с предыдущим годом и составил 1 460,0 единиц (в 2016 году – 1 255,3 тыс. ед.).

Сопоставление данных об автокредитах и о динамике объемов авторынka указывает на

увеличение доли «кредитных» автомобилей в общих продажах (табл. 10). Так, в 2017 году доля автомобилей, проданных в кредит, составила 48,9%, увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 4,9 п.п. (в 2016 году - 44,0%) (табл. 10).

Таблица 10 – Динамика рынка новых автомобилей, выдачи автокредитов и доли автомобилей, купленных в кредит

Период	Выдачи автокредитов, тыс. ед.	Объем рынка автомобилей, тыс. ед.	Доля кредитных автомобилей в объеме рынка
2014 год	823,4	2 337,5	35,23%
2015 год	485,3	1 308,5	37,09%
2016 год	552,4	1 255,3	44,01%
2017 год	713,6	1 460,0	48,88%

Темпы выдачи автокредитов продолжают неуклонно расти, увеличивая долю «кредитных» автомобилей в структуре авторынka до «рекордных» показателей. Сегмент автокредитования

в абсолютных величинах почти вернулся к уровню «докризисного» 2014 года, а его роль для авторынka существенно выросла. Так, в 2017 году каждый второй

автомобиль в стране был приобретен гражданами с привлечением кредитных средств. Таким образом, восстановление автокредитования оказывает серьезную поддержку всему автопрому, стимулируя продажи автомобилей. При этом «рекордные» показатели доли кредитных автомобилей в структуре рынка во многом обусловлены реализацией госпрограммы льготного автокредитования,

спектр которой в 3-м квартале 2017 года был расширен за счет новых программ – «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль». Помимо субсидированной процентной ставки, в рамках этих программ покупатели получали и 10%-ную скидку на автомобиль, что только повышало привлекательность кредита.

Таблица 11 – Топ-10 регионов с наибольшими объемами рынка новых легковых автомобилей в 2017 году

Регионы	Объем рынка в 2017 году, ед.	Автокредиты		Доля автокредитов в объеме рынка в 2017 году
		2017 год	Изменение к 2016 г., в %	
Москва	213 093	59 008	17,9%	27,69%
Московская область	118 169	44 575	22,3%	37,72%
Санкт-Петербург	100 662	48 747	30,8%	48,43%
Республика Татарстан	70 382	42 469	18,2%	60,34%
Краснодарский край	55 181	24 651	30,8%	44,67%
Республика Башкортостан	54 459	33 872	37,2%	62,20%
Самарская область	48 921	24 655	19,1%	50,40%
Свердловская область	44 531	23 091	44,1%	51,85%
Ростовская область	39 947	20 168	25,4%	50,49%
Челябинская область	37 585	23 672	43,2%	62,98%

Рынок автокредитования переживает серьезные изменения. Желających занять в нем свою нишу довольно много. Однако удержаться в этом сегменте все сложнее, поскольку требования к технологиям кредитования повысились как со стороны клиентов, так и со стороны партнеров. Сейчас некоторые кредиторы готовы предложить конкретный продукт клиенту в течение часа. На текущем уровне развития рынка вся процедура — от момента оформления заявки до подписания кредитного договора — может занимать не более 15 минут. Для салонов важны «горячие» продажи, для клиентов — экономное время.

При этом сокращение сроков рассмотрения и обработки заявки не влияет на качество оценки заемщика и приобретаемого авто-

мобиля, так как это стало возможным благодаря автоматизированной проверке. Более того, от заемщика требуется минимальный набор информации (ФИО, паспорт, контактный телефон).

В целях предупреждения ошибок в персональных данных клиентов, в выгрузке данных и поддержания банковской отчетности на высоком уровне необходимо создавать единое хранилище клиентских данных, построить систему стандартизации формата хранения. В единую базу данных клиента попадают все данные о клиенте из различных источников, затем в программном обеспечении формируется эталонная («золотая») запись (наиболее полная и актуальная информация о клиенте) [1].

Что касается объекта залога, то именно возможность качественной проверки «прошлого» автомобиля стала спусковым крючком для активизации работы банков на вторичном рынке. Сейчас технологические решения и открытые базы данных позволяют по VIN-номеру автомобиля проверить пробег машины, сведения о ДТП и ремонтах, количестве владельцев, географии эксплуатации автомобиля, а также информацию об ограничениях и залогах. Совершенствование технологии проведения экспертизы, создание и открытие баз данных для проверки авто и получения информации о клиенте, орга-

низация межведомственного взаимодействия — все это приведет в самое ближайшее время к существенному изменению кредитного рынка. На первом этапе использование имеющейся информации позволит значительно улучшить качество обслуживания и сократить время проведения сделки. На втором этапе — сократить операционные расходы. Игроки, сумевшие аккумулировать и обработать имеющиеся сведения и запустить кредитный конвейер, получают значительное конкурентное преимущество и потеснят остальных участников рынка.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецов А.В., Старикова Т.Е. Управление розничной просроченной задолженностью в кредитных организациях // Вестник Международного института рынка. Самара 2017. № 2. С. 35-44.
2. Тимерханов А. Динамика продаж автомобилей по сегментам в первом квартале 2017 года // АВТОСТАТ. - URL: <https://www.autostat.ru/infographics/29848/>.
3. Тимерханов А. Динамика авторынка России по брендам в 1 квартале 2017 года // АВТОСТАТ. - URL: <https://www.autostat.ru/infographics/29643/>.
4. Официальный сайт Центрального Банка РФ // www.cbr.ru

AUTOCMOBILE LOAN MARKET ANALYSIS IN THE RUSSIAN FEDERATION

© 2018 T.E. Starikova, A.V. Kuznetsov, T.A. Dusmetov

Samara University of Public Administration
“International Market Institute”, Samara, Russia

The article is devoted to the analysis of the current state of the Russian car loan market, which is one of the most popular banking products for the population. For banks, lending to car buyers remains the most balanced loan product in terms of profitability and risk, and therefore they are interested in expanding their share in this sector of the market. At present, the Russian car loan market is full of various offers. There are several types of car loans depending on the needs and financial possibilities of potential borrowers: classic auto loans, express car loans, factoring, loans without initial payment, buy-back and trade-in. The study in this article is devoted to an analysis of these products.

Keywords: auto loans, car market, retail lending, automakers, state programs of preferential car loans.