



Активное развитие **автокредитования** началось с запуска автопроизводителями своих кредитных предложений в сотрудничестве с банками.

На первый взгляд подобные предложения от Renault, Ford и других компаний представлялись невероятно привлекательными, если бы не скрытые комиссии и взвинченные страховые коэффициенты по кредитным автомобилям.

На деле условия кредитования сейчас почти везде одинаковые и разве что специальные финансовые программы, субсидируемые производителями, теми же Renault и Ford, оказываются лишь немного выгоднее. В целом ожидается, что именно автомобильные кредиты станут в ближайшее время основным направлением развития для большинства банков из-за хорошей доходности и сравнительно низких рисков.

Столь лакомый кусочек автопроизводители отдавать целиком банкам не хотят. Объявление о том, что компания Toyota, а через некоторое время и компания BMW собираются вывести на российский рынок собственные банки, совпало с решением правительства упростить процесс получения банком лицензии на выдачу автокредитов физическим лицам.

Это действительно совпадение, так как Toyota Bank готовился к открытию задолго до оглашения инициативы правительства. Как рассказал д-р Олаф Найтцш (Dr. Olaf Neitzsch), президент ЗАО «Тойота Банк», для выхода на российский рынок было принято решение не приобретать уже существующий банк, а создать новый в соответствии с международными стандартами Toyota Financial Services. Основными целями компании являются рост продаж автомобилей и возможность предоставления финансовых продуктов и услуг высокого качества. В России достичь подобных целей можно, только открыв собственный банк.

Казалось бы, выдача автокредита напрямую производителем должна значительно повысить его потребительскую привлекательность. Однако опять же на деле ставки по кредиту у дочерних банков автокомпаний окажутся на том же уровне,

что и у обычных банков, уже давно работающих с кредитами. Toyota Bank заявляет процентную ставку 9% по кредитам в долларах США и от 11% - в рублях. Это и понятно: несмотря на то, что у Toyota Bank полностью иностранный капитал, в нынешних рыночных условиях и в Европе, и в России демпинговать просто невыгодно. И клиентов, скорее всего, хватит на всех.

Компания BMW также планирует в ближайшее время привести в Россию свой собственный банк, BMW Bank. У немцев, правда, и сейчас существуют специальные кредитные программы, разрабатываемые в сотрудничестве с Raiffeisen Bank, но, по словам представителя компании BMW, свой банк на российский рынок они выводить планировали уже давно. Только конкурировать с другими банками они опять же намерены в плане сервиса и удобства обслуживания, а не в ставках по кредиту. На увеличение продаж из-за новых услуг BMW не надеется, хотя бы исходя из того факта, что премиум-марки покупаются в основном без кредита. В планы компании в первую очередь входит повышение лояльности клиентов.

По словам Валерия Торхова, зампреда правления банка Авангард, выход новых иностранных банков, специализирующихся на автокредитовании, хоть и усилит конкуренцию, но очень незначительно. Если бы автопроизводители использовали административный ресурс, обязывая всех дилеров продвигать услуги только собственного банка, то обычные банки могли бы пострадать, но, похоже, к такому инструменту автоконцерны прибегать не собираются.

К тому же пока непонятно, насколько удобно будет организована система погашения кредита подобными банками, ведь у них нет разветвленной сети отделений. Ксения Климушина, пресс-атташе представительства BMW в России, подтверждает, что покупатели смогут выбирать среди кредитных предложений BMW Bank и других банков.

Фактически дочерние банки иностранных автокомпаний планируют привлечь покупателей удобством сервиса. Toyota и, соответственно, Lexus, к примеру, будут открывать подразделения своего банка в дилерских центрах, поэтому процедура запроса и рассмотрения кредита существенно сократится. Другой вопрос заключается в том, как будет организован процесс погашения кредита. Вполне возможно, что новоприбывшие банки не смогут конкурировать с матерыми игроками рынка, так как для клиента важно удобство системы погашения кредитов, а у наших банков она уже проверена временем, и их отделения присутствуют в каждом городском квартале.

О том, что фактически никакого переворота на рынке автокредитования из-за появления новых игроков не будет, свидетельствует и то, что ни одна из других опрошенных автокомпаний выводить свой банк на рынок не планирует. К примеру, компания Renault в России довольствуется своей партнерской программой с российским банком ММБ. Она вполне довольна результатами продаж, и программа Renault Credit будет на равных конкурировать с

программами новых специализированных банков. Той же позиции придерживаются и в Ford, VW и Nissan. Последняя компания, правда, все же рассматривает возможность вывода на рынок собственного банка.