Слайд 1:

Стимулирование покупательной способности населения является одним из направлений развития экономики. Покупательская активность ускоряет оборот вложенных в производство и реализацию товаров средств, способствует росту товарооборота, что позволяет также увеличить налоговые поступления в бюджет и поддерживать занятость населения. В современных условиях инструменты стимулирования потребительской активности занимают важнейшее место в системе мер экономической политики государства и компаний. Применение операций по потребительскому кредитованию населения является инструментом стимулирования покупательской способности.

Слайд 2:  
Подходы экономистов к определению автокредита как одного из видов целевого потребительского кредита в основной массе поддаются обобщению. Так, не вызывает сомнения принадлежность автокредита к группе целевых потребительских кредитов, выдаваемых строго на приобретение транспортного средства.

**Прочитать слайд**

Наиболее содержательное определение в научном смысле дает Воробьева И.С., опираясь на базовые принципы кредитования и учитывая специфику автокредитования как особой формы потребительского кредита.

Автокредит – особая форма потребительского кредита, при которой происходит авансированное движение ссужаемой стоимости приобретаемого транспортного средства от банка к заемщику на условиях возвратности, срочности, платности и дифференцированности с обеспечением в форме залога приобретаемого и зарегистрированного в установленном законом порядке транспортного средства

Слайд 3:

В настоящее время автокредит является одним из популярных кредитных продуктов, занимая важное место на отечественном рынке потребительского кредитования. Можно проследить динамику изменения доли автокредитования в общем объеме ссуд, предоставленных физическим лицам по данным таблицы.

**Таблица**

Доля автокредитов с 2013 по 2017 годы снижается, но к 2018 году падение замедляется. К январю 2018 года в номинальном выражении величина выданных ссуд увеличивается, как и величина объема предоставленных физическим лицам ссуд.

Автокредит представляет собой целевой потребительский кредит, представленный на рынке ассортиментом банковских кредитных продуктов, направленных на удовлетворение потребности клиентов в транспортных средствах, а также предполагающий обеспечение в виде залога приобретаемого транспортного средства, зарегистрированного в установленном законом порядке после совершения сделки купли-продажи.

Слайд 4:

Взаимоотношения между заемщиком и кредитором формируют рынок автокредитования. Рынок автокредитования — сегмент кредитного рынка, который представлен как система отношений в сфере долговых обязательств, связанных с передачей прав собственности на автомобиль.

Основными субъектами кредитных отношений считаются кредиторы и заемщики. Заемщиком при автокредитовании может выступать не любое физическое лицо, а только клиент, имеющий твердое намерение приобрести автомобиль, поскольку в случае с целевым кредитом денежные средства поступают не на счет заемщика, связанный с получением кредита, а на счет посредника, продающего транспортные средства. Кредиторами являются лица, которые предоставляют ссуды и имеют в наличии определенные средства, а именно накопленные, привлеченные или мобилизованные ресурсы. На современном рынке автокредитования роль кредитора принадлежит универсальным и кэптивным банкам.

Универсальный банк — кредитное учреждение, совершающее все основные виды банковских операций: депозитные, кредитные, фондовые, расчетные, доверительные. Универсальные банки охватывают рынок оказания услуг как физическим, так и юридическим лицам, а также совершают операции на фондовом рынке.

Кэптивный банк — вид кредитной организации, созданной финансово-промышленной группой или частными лицами для обслуживания своих интересов. Название происходит от английского слова captive — «пойманный», «пленный». В мировой практике кэптивные банки могут учреждаться как офшорные кредитные организации, обслуживающие вплоть до всего одного клиента — их собственника. В России кэптивные банки используются автопроизводителями для предоставления кредитных услуг на конкретные марки автомобилей и специальных программ с очень привлекательными условиями для дилеров. В данном случае целью работы такой финансовой структуры будет привлечение большего числа клиентов и увеличение объемов продаж конкретного автопроизводителя.

В настоящее время автокредитные программы реализуются благодаря построению партнерских отношений между банками, страховыми компаниями и автосалонами. Автосалоны заключают партнерские соглашения, как правило, с пулом банков, которые работают с тем или иным производителем автомобилей.

К субъектам рынка автокредитования, кроме банков, можно отнести: Автопроизводителей, Дилерские центры, Страховые организации, Бюро кредитных историй, Коллекторские агентства.

Объектом кредитных отношений служат ценности, предоставляемые в кредит. При этом право собственности на заемные ценности не отчуждается, а остается за ссудополучателем.

Слайд 5:

Характеризуя рынок автокредитования необходимо выделить ряд элементов, которые принимает во внимание потребитель данного вида кредита: Процентная ставка по кредиту, Величина первоначального взноса, Величина страховой премии КАСКО, Размер пакета документов при подаче заявки, Возможность досрочного погашения кредита без выплаты штрафных санкций, Сроки рассмотрения заявки.

Согласно исследованию, проведенному аналитиками ГК «АвтоСпецЦентр» в 2013 году среди 340 клиентов данной компании, в качестве приоритетного фактора, влияющего на потребительские предпочтения при выборе кредитора, выступает процентная ставка по кредиту — 43 % из 100, следующими по значимости элементами представлены величина первоначального взноса и величина страховой премии КАСКО: 18 % и 17 % соответственно.

Слайд 6:

Охарактеризовать рынок автокредитования можно как с позиции сегментов автомобильного рынка, так и с точки зрения сформированного банковского кредитного портфеля. Повышающаяся на рынке автокредитования конкуренция обусловливает необходимость разработки и внедрения различных схем реализации кредитного процесса.

Виды автокредитов:

Классический автокредит. Данную схему можно считать самой распространенной на рынке автокредитования. Продукты, предлагаемые по данной программе, имеют невысокую стоимость для заемщика в процентном выражении, а срок рассмотрения варьируется в пределах от 1 до 3 рабочих дней. Необходимыми условиями реализации данной схемы следует считать предоставление заемщиком полноценного комплекта документов для рассмотрения (паспорт, водительское удостоверение, документ, подтверждающий занятость, а также справка о доходах), а также внесение до заключения кредитной сделки первоначального взноса в размере, как правило, не менее 10 % от стоимости автомобиля.

Экспресс-кредит. Этот автокредитный продукт удобен для заемщика, прежде всего, упрощенной процедурой рассмотрения заявки. Принципиальный момент: пакет документов при экспресс-кредитовании минимальный (паспорт и второй документ), — что способствует более оперативному рассмотрению заявки, нежели при классической схеме. Однако это подразумевает более высокий уровень риска для банка, что компенсируется повышением процентной ставки в паспорте продукта.

Trade-in. Принципиальное отличие от классической схемы автокредитования — оплата первоначального взноса не в денежной форме. Для этого заемщик сдает дилеру автомобиль, стоимость которого определяется независимым оценщиком, и впоследствии по выявленной стоимости засчитывается в качестве первоначального взноса. Существенно заметить, оценка происходит, как правило, в пользу салона с существенным дисконтом, что не всегда устраивает заемщика.

Buy-back. Так называемы «обратный выкуп» — кредитный продукт, предполагающий небольшие выплаты на протяжении всего срока обслуживания кредита с единовременной выплатой части суммы основного долга в конце срока. При этом дилерский центр берет на себя обязательство по выкупу транспортного средства в конце срока кредита по цене, не меньшей, чем сумма последнего платежа

Слайд 7:

Автомобиль в рассрочку. Фактически продукт представляет собой беспроцентный кредит, для предоставления которого используется схема факторинга, предполагающая уступку дилерским центром права требования по кредиту банку-партнеру. При такой схеме дилерский центр уплачивает банку комиссию в качестве компенсации процентного дохода.

Кредит без первоначального взноса. Механизм предоставления автокредита по данной схеме аналогичен классическому варианту. Исключением является отсутствие требования по оплате первоначального взноса. Связанный с этим повышенный кредитный риск компенсируется более высокой процентной ставкой.

Кредит без страхования КАСКО. Кредитор как залогодержатель заинтересован в сохранности предмета залога, что в подавляющем большинстве обусловливает обязательство заемщика страховать транспортные средства по рискам угон/ущерб и влечет существенное увеличение расходов заемщика на проведение сделки и последующее обслуживание долга. Особенностью данного кредитного продукта является существенное, как правило, повышение уровня процентной ставки как компенсация банку за риск.

Кредит на покупку подержанных авто (с пробегом). Процентная ставка на несколько пунктов выше, нежели в классическом варианте. Также отличительной чертой данного продукта является более высокий минимальный порог первоначального взноса: размер последнего по такому кредиту составляет не менее 30 % от полной стоимости автомобиля. Немаловажным фактором для совершения сделки становится также возраст автомобиля. Распространенной практикой является ограничение по возрасту транспортного средства на момент совершения сделки в пределах 7–8 лет.

Наиболее распространенными в настоящее время являются кредиты, предоставляемые по классическому и экспресс-варианту.

Слайд 8:

Взаимодействие участников рынка автокредитования предполагает наличие рисков, как для кредитора, так и для заемщика. Можно выделить следующие факторы комплексного риска автокредитования:

‒ наличие посреднической организации — автодилера; ‒ повреждение, конструктивная гибель, хищение транспортного средства; ‒ значительный размер кредита;

‒ некомпетентность или преднамеренность в действиях сотрудников банка; ‒ отказ от выполнения обязательств заемщиком; ‒ негативные изменения социально — экономической ситуации в стране; ‒ неблагоприятные изменения в состояние автомобильной отрасли и автомобильного рынка в стране.

Слайд 9:

Четвертый квартал подряд с 3 кв. 2016 по 3 кв. 2017 можно наблюдать рост продаж автомобилей. При этом «рекордные» показатели доли «кредитных» автомобилей в структуре рынка во многом обусловлены реализацией госпрограммы льготного автокредитования, спектр которой в 3 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: ТОП-10 регионов с наибольшими объемами рынка в 3 кв. 2017 г.**

Слайд 10:

На фоне улучшения экономической ситуации в стране и прекращения падения доходов населения продажи на автомобильном рынке начали расти. Банкиры и автодилеры всячески стимулируют продажи, предлагая клиентам скидки, субсидирование ставок, различные бонусные программы, а также снижение процентов по автокредиту.

**Таблица: ТОП-10 регионов с наибольшей долей автокредитов в структуре рынка в 3 кв. 2017 г**

Слайд 11:

В ежеквартальном синдикативном исследовании Prоfi Оnlinе Rеsеаrсh «Мониторинг розничного рынка. Банки» регулярно участвуют 7 100 российских граждан в возрасте от 21 до 55 лет, принимающих финансовые решения или оказывающих влияние на принятие решений в семье.

Вопрос 1: На какой срок Вы брали автокредит?

Исследование показало, что большинство респондентов (41%), имеющих кредиты на покупку авто взяли на себя обязательства погасить его в течение пяти лет. На втором месте по популярности находится срок 3 года — за это время разделаться с кредитом планируют 29% участников исследования. Из всех опрошенных только каждый десятый рассчитывает рассчитаться со своим долгом в течение одного года.

Вопрос 2: В какой валюте Вы брали автокредит?

Согласно полученным данным абсолютное большинство заемщиков берут кредит в рублях (83%). Только 14% — в долларах, 3% — в евро. Причина такой «любви» россиян к национальной валюте заключается в том, что большинство получают зарплаты в рублях. Это предполагает денежные потери при конвертации валюты, особенно, в условиях финансового кризиса.

Слайд 12:

Вопрос 3: Какой первоначальный взнос Вы вносили?

Исследование показало, что лишь один из десяти человек, обращающихся в банк за кредитом на покупку авто, оказался в состоянии внести первоначальный взнос в размере, как минимум, 50% от стоимости машины. Большинство же (порядка ¼) участников исследования отметили, что оплачивали лишь 10%. А 17% вообще получили кредит без первоначального взноса.

Вопрос 4: Кредит на какой тип автомобиля вы брали?

Абсолютное большинство участников исследования отмечают, что если они берут кредит, то только для того чтобы купить новый автомобиль. К примеру, количество тех, кто приобретает подержанные авто на заемные в банке средства, оказалось меньше почти в 4 раза. Это, скорее всего, связано с тем, что мало какой банк готов выдавать деньги на подержанные машины.

Слайд 13:

Темпы выдачи автокредитов продолжают расти, увеличивая долю «кредитных» автомобилей в структуре авторынка до «рекордных» показателей. Таким образом, можно констатировать, что сегмент автокредитования фактически вернулся к уровню «докризисного» 2014 года. При этом восстановление автокредитования оказывает серьезную поддержку всему автопрому, стимулируя продажи автомобилей. Также стоит отметить и стабилизацию качества автокредитов – ситуация с просрочкой здесь существенно лучше, чем, например, в сегменте необеспеченного кредитования.

Слайд 14:

Если сравнивать то, что происходило на рынке автомобильных кредитов, несколько лет назад назад, то можно с уверенностью сказать, что идет уверенный количественный и качественный рост и на сегодняшний день автокредитование становится самым популярным видом потребительского кредитования.

Свидетельствами этому являются:

• рост числа кредитных покупателей и объемов кредитования;

• значительное распространение предложения кредитов при продаже машин.

• увеличение числа банков, предлагающих кредиты частным лицам;

• совершенствование кредитных продуктов и их обилие;

Первоначальные взносы снижаются, а сроки увеличиваются, однако на сегодняшний день банки предпочитают использовать другие, неценовые возможности для привлечения новых заемщиков: удлинение сроков кредитования и снижение размера первоначального взноса по кредиту на новые автомобили.

Автокредитование имеет огромное значение для всей автомобильной промышленности. Как показывает статистика, с помощью автокредитов покупается примерно половина от общего количества продаж автомобилей. Это связано с тем, что автокредитование позволяет приобрести автомобиль людям с невысоким, но стабильным доходом. Таким образом, от автокредитования во многом зависит спрос на автомобили