

Отечественных автокредиторов пугают западными банками. И не зря: скоро они начнут избавляться от местных посредников. // Владимир Брюков. "Национальный Банковский Журнал" №7(41)Июль 2007

В одном из ведущих сегментов российского рынка кредитования, говоря словами Остапа Бендера, назревает серьезный «кризис жанра», чреватый для многих его участников потерей работы. Великий комбинатор в этой ситуации, как известно, предпочел пойти в управдомы. А вот кем станут отечественные автокредиторы, если их вытеснят с рынка банки иностранных автокомпаний, пока неизвестно.

Хотя один из крупных московских автокредитных брокеров уже успел приготовить для себя запасной «аэродром». Отвечая на вопрос, что делать в случае прихода западных автобанков в Россию, он заявил о своей готовности перепрофилироваться с автокредитов на ипотеку. На серьезный риск, связанный с экспансией на российский рынок финансовых «дочек» иностранных автогигантов, указал в отчете за I квартал 2007 года и один из лидеров автокредитования банк «Русский Стандарт».

Борьба между российскими автокредиторами и закордонными автобанками сродни поединку малорослого отечественного Давида с заморским гигантом Голиафом (см. диаграмму 1). Правда, в отличие от библейской истории, счастливо закончившейся для хитроумного Давида, у нас борьба будет идти без особой надежды на успех. Так, самые крупные из российских банков, входящих в «топ-7» по автокредитованию, по своим активам уступают General Motors Acceptance Corp. (GMAC) в 24, а Ford Motor Credit - в 14 и более раз. Правда, с RCI Banque (банк объединившихся в 1998 году автомобильных компаний Renault и Nissan) разница не столь велика. Хотя и его активы почти в три раза превышают активы ведущих российских автокредиторов.



А вот самый маленький из «топ-7» по автокредитованию - «Русфинанс» отстает по

активам от французского автобанка более чем в 30 раз, от американских «дочек» автокомпаний - в 150-250 раз. Впрочем, для этого самарского банка, на 100% принадлежащего французской финансовой группе Societe Generale, главная проблема заключается вовсе не в отсутствии ресурсов, а в том, что, в отличие от финансовых «дочек» автомобильных компаний, у обычных банков иная суть бизнеса. Если кредиты автобанков дотируются материнскими автомобильными компаниями, то универсальные кредитные организации не могут работать себе в убыток, а потому должны предоставлять клиентам денежные ресурсы по процентным ставкам, обеспечивающим получение достаточной прибыли.

В результате автобанки имеют возможность демпинговать, предоставляя кредиты по более низким ставкам, что дает им неоспоримое преимущество перед другими кредитными организациями. Например, французский производитель автомобилей Renault выделил своему дочернему банку на компенсацию низких процентных ставок в 2005 году €205 млн., в 2006 году уже €229 млн.

СМОТРИТЕ, КТО ПРИШЕЛ

Финансовые подразделения западных автомобильных компаний, как правило, имеют колоссальный опыт работы на этом специфическом рынке. Так, самый крупный автобанк мира General Motors Acceptance Corp. (GMAC), до недавнего времени полностью контролируемый американским автогигантом General Motors, начал работать еще в 1919 году. Причем с момента своего основания этот банк выдал кредиты более чем на \$1 трлн. на покупку 150 млн. автомашин. В настоящее время GMAC действует в 41 стране, где у него есть 700 офисов. В ноябре 2006 года корпорация General Motors продала 51% акций своей «дочки» консорциуму инвесторов во главе с частной инвестиционной компанией Cerberus Capital Management L.P. В состав консорциума вошли также Citigroup Inc., Aozora Bank Ltd. и дочерняя фирма PNC Financial Services Group, Inc. Как полагают аналитики, главной целью продажи было приобретение стратегических инвесторов, способных обеспечить автобанк более дешевыми ресурсами.

акцент

Операция по захвату российского рынка автокредитов иностранными автогигантами началась пять лет назад.

Относительно более молодой американский автобанк Ford Motor Credit появился на свет в 1959 году и за это время успел профинансировать приобретение 50 млн. автомобилей.

Фордовская «дочка» работает в 37 странах. Для обеспечения низких процентных ставок по кредитам Ford Motor Credit не только получает компенсационные выплаты от материнской компании, но и заключает контракты по свопам, хеджирующим его кредитные риски.

Французский банк Renault Credit International Banque (RCI Banque) образован в 1974 году (кстати, сроком на 99 лет, т. е. до 2073 года). Банк представлен в 25 странах (главным образом в Западной и Центральной Европе), где он активно кредитует покупку автомобилей Renault и Nissan. В конце 2006 года портфель автокредитов, выданных французским банком, достиг €23 млрд. (или \$30,9 млрд.). То есть оказался почти в 3,4 раза выше аналогичного совокупного портфеля 65 ведущих автокредитных банков России, который на ту же дату равнялся \$9,27 млрд. Соответственно, количество кредитов, выданных RCI Banque, составило 1 018 тыс. контрактов, а у 65 российских банков 764,7 тыс. контрактов. При этом средняя сумма автокредита у россиян равнялась \$12,1 тыс., а у французов - \$30,4 тыс. Легко заметить, что кредитный портфель французского автобанка превышает по стоимости совокупный портфель 65 российских банков, главным образом за счет большей (в 2,5 раза) средней суммы выданного автокредита.

АВТОГИГАНТАМ ПОКА НУЖЕН РОССИЙСКИЙ ПОСРЕДНИК

Несмотря на то, что российские банкиры паникуют, опасаясь прихода более удачливых иностранных конкурентов, на самом деле заморские автокредиторы уже давно пришли на наш рынок. На первый взгляд, это утверждение не выдерживает никакой критики. Среди ведущих автокредиторов нет ни одного автобанка, контролируемого зарубежной автомобильной компанией (см. диаграмму 2).

Тем не менее операция по захвату российского рынка закордонными автопроизводителями уже началась. Причем она началась не 3 апреля 2007 года, когда ЦБ РФ зарегистрировал первый в нашей стране автобанк ЗАО «Тойота Банк» (Москва), открытый автоконцерном Toyota. Первой начала «окучивать» российский рынок компания Ford, лет пять назад предложившая специальную программу «Ford в кредит». За счет предоставления скидки ставка по кредиту на приобретаемый фордовский автомобиль составляет 4,9% годовых. Ford работает с целой группой банков - ММБ, Райффайзенбанком, МДМ-Банком, Газпромбанком, Банком Москвы.

Лишь 32,4% всех кредитов идет на покупку отечественных легковых автомобилей

Примеру американского автогиганта уже давно последовали и другие автопроизводители. Так, компания Volkswagen Group работает с Банком Сосьете Женераль, компания RenaultNissan - с ММБ через свой дочерний RSI Bank, компания BMW - с Райффайзенбанком.

В результате банки, предлагающие автокредиты по стандартным ставкам, уже не в состоянии конкурировать с банками, предлагающим автокредиты по сниженным ставкам. Разница между стандартными долларовыми и рублевыми кредитами и спецкредитами для покупки иностранных автомобилей сегодня превышает 4-5 процентных пунктов (см. диаграмму 3).

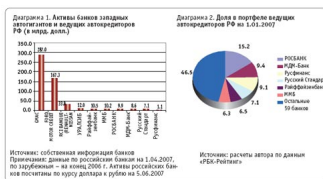
Вполне естественно, что столь большая разница привела к тому, что лишь 32,4% всех кредитов идет на покупку отечественных легковых автомобилей. В то время как их доля в продажах по итогам 2006 года составила 42,6%. Доля спецкредитов четырех крупнейших иностранных автокомпаний, реализуемых через российские банки, за последние два года, по нашим подсчетам, увеличилась с 29,1 до 36,6% (см. диаграмму 4).

Сегодня иностранные производители пока предпочитают продвигать свою продукцию, работая с надежными российскими банками (часто, хотя и не обязательно, с иностранным капиталом), используя их уже сложившуюся филиальную сеть. При этом к своим партнерам автогиганты предъявляют довольно высокие требования. Например, компания General Motors, работающая в России через свою «дочку» «Дженерал Моторс СНГ», в начале ноября 2006 года предпочла заключить договор с Альфа-Банком. Выбор этой кредитной организации был обусловлен тем, что американскому автогиганту для продвижения своей продукции необходим клиентоориентированный банк, имеющий 100% покрытие дилерской сети GM, высокотехнологичную банковскую платформу, облегчающую и упрощающую работу дилера, а также возможность предложить клиентам конкурентоспособные условия кредитования. Сегодня региональная сеть автокредитования Альфа-Банка насчитывает около 900 точек продаж более чем в 50 городах России, при этом почти 70% всех продаж приходится на регионы.

акцент

Спецкредиты на покупку иностранных авто дешевле российских на 4-5 процентных пунктов.

Тем не менее по мере роста сбыта автомобилей иностранные производители начинают думать над тем, как создать свой автобанк в России. Толчком для появления у нас первого автобанка стал фантастически высокий (по меркам развитых западных рынков) рост продаж автомобилей концерна Toyota на российском рынке: в 2006 году их объем увеличился на 58%. О своем желании до конца 2007 года создать свой автобанк уже заявили компании DaimlerChrysler и BMW. Причина та же: реализация автомобилей Mercedes (DaimlerChrysler) и BMW в прошлом году выросла соответственно на 92 и 42%. В общем, с ростом объемов продаж у компаний растет и желание избавиться от посредников.



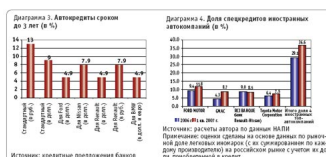
ВЫЖИВУТ ЛИ НАШИ АВТОФИНАНСИСТЫ?

Каковы же будут последствия дальнейшей экспансии автобанков на российском рынке для наших автокредиторов? Будут ли их посреднические услуги попрежнему востребованы, либо иностранные автобанки от них откажутся? Судя по отчету General Motors Acceptance Corp. за 2006 год, в качестве своих конкурентов этот автобанк рассматривает довольно широкий круг компаний. Так, в сфере финансовой розницы GMAC считает своими главными коммерческими соперниками независимые финансовые компании, кредитные союзы, лизинговые компании и автобанки. А в сфере оптовых продаж в качестве основных конкурентов американцы рассматривают обычные банки и дочерние банки других автомобильных компаний. Поскольку автобанковский бизнес по своей сути одинаков, то можно предположить, что по мере становления недавно созданного ЗАО «Тойота Банк» он также будет становиться прямым конкурентом тем российским банкам, которые сейчас работают с Toyota по автокредитованию.



Очевидно, что по мере роста продаж на российском рынке автомобилей, производимых компанией General Motors, ее финансовая «дочка» также будет стремиться создать у нас не только свой автобанк, но и собственную филиальную сеть. Это может привести к вытеснению традиционных банков из области автокредитования. В уже упомянутом отчете компания General Motors Acceptance Corp. довольно подробно объясняет, как она обычно выпроваживает своих конкурентов из дилерских точек: «Мы предоставляем кредиты дилерам для улучшения их торгового оборудования, пополнения оборотного капитала, а также для покупки необходимой в работе недвижимости. Кредиты выдаются под залог недвижимости, а иногда и под личные гарантии собственников дилерских точек». Таким образом, для того чтобы рассчитывать на благосклонность дилеров, российские банки должны быть также готовы их кредитовать на сходных условиях.

Что же по поводу экспансии автобанков думают банковские аналитики? Так, аналитик агентства «Эксперт РА» Марина Чернышева полагает, что ситуация для прихода на российский рынок дочек автоконцернов сложилась самая что ни на есть благоприятная. С ростом доходов населения увеличивается спрос на новые импортные автомобили, объем продаж которых за 2006 год вырос более чем в полтора раза. Скорее всего, в ближайшие два года такие производители, как Renault, DaimlerCrysler, Toyota, BMW, осуществят заявленные намерения о выводе на российский рынок кэптивных финансовых компаний. Их приход не может ни отразиться на структуре отечественного автокредитования. Например, в Европе на долю универсальных банков приходится лишь 65-80% рынка автокредитования подержанных машин и значительно меньшая доля по новым автомобилям.



С нею солидарна аналитик агентства «Рус-Рейтинг» Лариса Макаренко, считающая, что непосредственный выход иностранных автобанков на российский рынок позволит им избежать затрат на посредника, что экономически выгодно. Безусловно, автопроизводители могут составить серьезную конкуренцию российским банкам, предлагая недорогие кредиты за счет более дешевых зарубежных ресурсов. Автоконцерны также будут внедрять свои стандарты и дополнительные услуги, практикуемые во всем мире, которых нет у большинства российских банков. В этой ситуации наши банки будут вынуждены искать новые сегменты для работы. Вполне вероятно, что одним из направлений станет развитие кредитования на покупку подержанных автомобилей, а также автомобилей недорогих марок зарубежных или

отечественных производителей. Впрочем, приход автоконцернов связан с рядом процедурных вопросов. Так, для открытия филиала инобанка в России необходимо получить лицензию Центробанка. Как заявляют участники рынка, процедура получения «с нуля» центробанковской лицензии занимает как минимум два года. Одним словом, бизнес многих отечественных автокредиторов еще сможет какое-то время просуществовать за счет обычных бюрократических проволочек. Впрочем, при желании зарубежные автобанкиры вполне могут приобрести уже действующий российский банк, приспособив его для работы в своих целях.