

**К.Ю. Курилов**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»  
**А.А. Курилова**, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»  
*Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)*

**Ключевые слова:** рынок подержанных автомобилей; трейд-ин; CarFax; salvage title; гарантийный пакет; аукционная форма торгов; структура продаж.

**Аннотация:** Основную долю рынка легковых автомобилей занимают иномарки российского производства. При этом в настоящий момент доля продаж подержанных машин в общем объеме продаж постоянно сокращается. Причина этого – рост доходов и доступность схем оплаты, прежде всего кредитов. Однако тенденция роста продаж новых автомобилей не будет постоянной. Этому есть несколько причин, главная из которых заключается в том, что приобретенные россиянами новые автомобили иностранного производства в последующем попадут на вторичный рынок подержанных автомобилей. Необходимо учитывать и тот факт, что высокие цены на углеводороды, являющиеся залогом благополучия российской экономики, не являются достаточно стабильным фактором. Резкое снижение спроса на углеводороды и последующее колебание цен может серьезно ударить по благополучию россиян, которые в условиях снижения доходов обратят взор на доступные подержанные автомобили. Логично сделать вывод, что к 2020 г. сегмент рынка подержанных легковых автомобилей вырастет и по своим объемам вплотную приблизится к объемам продаж новых автомобилей. При этом существующая практика показывает, что клиент становится все более занятым, у него отсутствует время для тщательного выбора и осмотра автомобиля и ревизии его технического состояния.

Однако существующая схема организации продаж подержанных автомобилей далека от идеальной. Хотя бизнес по продаже подержанных машин с пробегом практически полностью ушел в автомобильные салоны, схемы поступления и оформления автомобилей часто достаточно запутаны.

При этом существует положительный опыт организации системы продаж автомобилей, который может быть использован в российской практике.

По данным известной аудиторской и консалтинговой фирмы Pricewaterhouse Coopers (PWC), в первой половине 2014 г. россияне купили 1,16 млн машин и потратили на них 31,5 млрд долл. США [1, с. 1]. По сравнению с аналогичным показателем 2013 г. падение продаж составило 7 %.

Структура продаж на российском рынке показана на рис. 1.



**Рис. 1.** Структура продаж на российском рынке легковых автомобилей

Как видно из рис. 1, основную долю занимают иномарки российского производства. В стоимостном выражении продажи автомобилей иностранного производства составили, по данным PWC, 16,5 млрд долл.

США. Продажи российских автомобилей составили в 2014 г. 2,5 млрд долл. США.

Необходимо отметить, что в настоящий момент доля продаж подержанных машин в общем объеме продаж постоянно сокращается. Причина этого – рост доходов и доступность схем оплаты, прежде всего кредитов.

Однако тенденция снижения объема продаж подержанных автомобилей иностранного производства, по мнению экспертов из PWC, не будет постоянной.

Этому есть несколько причин, главная из которых заключается в том, что приобретенные россиянами новые автомобили иностранного производства в последующем попадут на вторичный рынок подержанных автомобилей, который, по оценкам экспертов, составит к 2020 г. 11 млрд долл. США. Также необходимо учитывать растущую популярность подержанных автомобилей, импортируемых из США. Их стоимость в среднем на 10–15 % меньше, машины рассчитаны на более плохие условия эксплуатации и бензин с низким октановым числом, а также худшие, по сравнению с Европой, погодные условия. Необходимо учитывать и тот факт, что высокие цены на углеводороды, являющиеся залогом благополучия российской экономики, не являются достаточно стабильным фактором. Резкое снижение спроса на углеводороды и последующее колебание цен может серьезно ударить по благополучию россиян, которые в условиях снижения доходов обратят взор на доступные подержанные автомобили [2, с. 66].

Логично сделать вывод, что к 2020 г. сегмент рынка подержанных легковых автомобилей вырастет и по своим объемам вплотную приблизится к объемам продаж новых автомобилей. При этом существующая практика показывает, что клиент становится все более занятым, у него отсутствует время для тщательного выбора и осмотра автомобиля и ревизии его технического

состояния. Эта тенденция также приведет к тому, что количество «экспертов», желающих, например, совместить летний отпуск с покупкой подержанного иностранного автомобиля за рубежом, по мере увеличения предложения на рынке подержанных автомобилей в России будет сокращаться.

Однако существующая схема организации продаж подержанных автомобилей далека от идеальной. Хотя бизнес по продаже подержанных машин с пробегом практически полностью ушел в автомобильные салоны, схемы поступления и оформления автомобилей часто достаточно запутаны. Например, при перегонке автомобилей из-за рубежа юридические лица обычно оформляют их так, что по документам через таможенную границу России их завозило частное лицо [3, с. 58]. Справедливая оценка стоимости подержанных автомобилей также хромает. Покупатель, приобретая подержанный автомобиль, часто платит деньги за «кота в мешке» т. е. покупает автомобиль, техническое состояние которого может быть далеко от заявленного фирмой-продавцом. Например, можно с недопустимо высокой долей вероятности купить автомобиль, восстановленный после крупной аварии или «всплывший» после стихийного бедствия, например урагана «Катрина».

Причины этого разнообразны, среди них и российская система регистрации автотранспортных средств, не позволяющая достоверно и общедоступно раскрывать информацию об автомобилях, побывавших в ДТП, степени их повреждения и т. д., и недобросовестность и ненаказуемость продавцов подержанных автомобилей, несовершенная система торговли. Конечно же, внедрение в России системы, аналогичной системе CarFax, которая действует на территории США и Канады и позволяет любому человеку определить прошлое легкового автотранспортного средства с американским и канадским происхождением, значительно снизило бы риски покупателя. В этой системе на аварийный автомобиль выдается так называемый salvage title (salvage (англ.) – утиль, title (англ.) – право собственности) – техпаспорт списанного транспортного средства. Данный факт регистрируется в системе CarFax и становится доступным любому желающему на сайте [www.carfax.com](http://www.carfax.com) за 3 долл. США. Автомобиль с такой отметкой сможет двигаться в США только после полного восстановления и ревизии технической инспекции, при этом статус salvage никогда не будет снят с данной машины и она всегда будет дешевле не побывавшего в ДТП аналога более чем на 30 %.

Однако оставим вопрос создания такой системы на совести законодателей, ГИБДД и страховых компаний.

Обратим внимание лишь на следующие факты: в 2020 г. будет продано подержанных автомобилей на сумму 11 млрд долл. США; если допустить, что средний доход от операций с подержанными автомобилями составит около 5 %, то при реализации около половины подержанных автомобилей через фирмы-автосалоны, совокупный валовой доход автосалонов от реализации подержанных автомобилей составит 550 млн долл. США; к 2020 г. в России будет существовать потенциальный покупатель подержанного автомобиля, который в силу загруженности не будет готов проводить придирчивую ревизию подержанного автотранспортного средства, которое он готов купить.

Какой же можно сделать вывод из указанных фактов?

Достаточно скоро в России появится необходимость в услуге по организации процесса покупки подержанного автомобиля. При этом покупателю должна предоставляться гарантия, что он купит автомобиль за справедливую цену, которая объективно соответствует техническому состоянию автомобиля. Затраты времени и денег на осуществление данной покупки должны быть сведены к минимуму [4, с. 83].

Какие же преимущества можно получить, используя данную информацию?

Спрос на услуги по организации процесса покупки подержанного автомобиля найдет соответствующее предложение. Компания, сумевшая предложить покупателю мощный, раскрученный и качественный бренд, получит наибольшую долю рынка. Чем шире бренд охватит крупные города России, тем лучше.

Основным объектом инвестиций станет реклама бренда и поддержание качества услуг по продаже подержанных автомобилей на необходимом уровне. Капитальных затрат на первоначальном этапе будет немного: площадка для стоянки автомобилей; небольшое офисное помещение; пост технического контроля состояния транспортных средств. По мере роста бизнеса и известности бренда капитальные затраты могут возрасти. Например, при предоставлении клиенту гарантийного пакета, позволяющего клиенту при условии прохождения планового ТО на станциях технического обслуживания компании осуществлять ремонт за счет компании, может потребоваться строительство сети станций технического обслуживания [5, с. 130].

Идеальным является создание развертывания бренда на основе существующей дилерской сети (сетей), осуществляющей сбыт легковых автомобилей. Возможно объединение группы дилеров для организации торговли подержанными автомобилями под единым брендом. При этом форма объединения может быть любой, от наиболее жесткой на основе участия в общем капитале компании владельца бренда до организации работы на основе заключенных договоров при условии использования общих стандартов осуществления продаж.

При организации предоставления подобного вида услуг встает вопрос о выборе того или иного способа организации продаж подержанных автомобилей. Практика работы рынка подержанных автомобилей в США и Японии показывает, что наиболее эффективной формой торгов является аукцион. Например, в Японии около 80 % подержанных транспортных средств реализуется через различные аукционные системы. Необходимо также отметить, что аукционная форма торгов является основной при торговле акциями, нефтью и другими финансовыми и товарными ресурсами и позволяет значительно снизить стоимость накладных расходов, ускорить время совершения сделки и снизить до минимума риски всех участников сделки [6, с. 359].

Торги происходят в специальных помещениях – аукционных залах, которые бывают разных размеров (в зависимости от количества участвующих покупателей). Также существуют закрытые аукционные торги, в которых участвуют только крупные дилеры – оптовики. Внешне они отличаются количеством участников. Принцип работы тот же, только на закрытых торгах, соответственно, формируются более низкие цены на

автомобили, а автомобили продаются большими партиями. На одной из стен аукционного зала расположены экраны, демонстрирующие изображение автомобилей, выставленных на продажу, а также их технические характеристики – аукционные листы в электронном виде. Вся необходимая информация о машине дублируется на экраны компьютеров, установленных перед каждым участником торгов. Столы оборудованы электронным устройством, позволяющим нажатием кнопки повышать цену.

Торги проходят втемную, т. е. неизвестно, сколько покупателей в данный момент борются за один лот. Автомобиль можно забрать с аукциона в день покупки. Оплатить купленный автомобиль можно в течение недели до начала следующих аукционных торгов [7, с. 254].

Практический опыт развитых стран показывает что, используя аукционную систему, при условии честности организаторов аукциона, можно построить эффективную систему продаж подержанных автомобилей. Эту систему можно применить и в России, адаптировав ее под нормы российского законодательства. Расширение количества покупателей за счет проведения торгов с использованием сети Интернет увеличит количество участников аукциона и при условии соблюдения стандартов позволит предоставить качественную и недорогую услугу по покупке подержанного автомобиля. При реализации этого проекта клиенты получают автомобиль по объективной цене, а компания-организатор – прибыль. Ведь, как писал Генри Форд в своей книге «Моя руководящая идея», «Делать дела на основе чистой наживы – предприятие в высшей степени рискованное. Это род азартной игры, протекающей неравномерно и редко выдерживаемой дольше, чем несколько лет. Задача предприятия – производить для потребления, а не для наживы или спекуляции. А условие такого производства – чтобы его продукты эти служили на пользу народу, а не только одному производителю».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Литвиненко С. Автомобильный рынок России: результаты 1 полугодия 2014 г. и перспективы развития // Официальный сайт компании PwC. URL: [www.pwc.ru/ru/automotive/publications/automotive-market-2014-results-and-development-outlook.jhtml](http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/automotive-market-2014-results-and-development-outlook.jhtml) (дата обращения 11.11.2014).
2. Иванов Д.Ю. Разработка многопараметрической модели оптимальной согласованной системы материального стимулирования работников авиастроительного предприятия // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С.П. Королёва (национального исследовательского университета). 2011. № 4. С. 65–74.
3. Курилова А.А. Построение сбалансированной системы показателей как эффективного средства финансового механизма управления на предприятиях автомобильной промышленности // Корпоративные финансы. 2011. № 1. С. 55–67.
4. Курилова А.А., Курилов К.Ю. Формирование системы ключевых показателей финансового механизма управления // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2010. № 20. С. 80–87.
5. Курилов К.Ю. Место российского автопрома в мировой автомобильной промышленности: путь тернист, но перспективы при эффективной государственной поддержке светлые // ЭКО. 2012. № 5. С. 117–132.
6. Иванов Д.Ю. Методологические аспекты проектирования систем материального стимулирования на предприятиях машиностроительного комплекса // Экономические науки. 2011. № 76. С. 357–360.
7. Иванов Д.Ю. Разработка системы материального стимулирования работников проектно-конструкторского отдела машиностроительного предприятия // Экономические науки. 2010. № 70. С. 252–256.

#### REFERENCES

1. Litvinenko S. *Russia's automotive market: 1H 2014 results and outlook*. URL: [www.pwc.ru/ru/automotive/publications/automotive-market-2014-results-and-development-outlook.jhtml](http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/automotive-market-2014-results-and-development-outlook.jhtml) (дата обращения 11.11.2014).
2. Ivanov D.Yu. Development of multiparametric model of the optimal consistent system of financial encouragement of the aircraft enterprise employees. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo aerokosmicheskogo universiteta im. S.P. Koroleva (natsionalnogo issledovatel'skogo universiteta)*, 2011, no. 4, pp. 65–74.
3. Kurilova A.A. Construction of a balanced scorecard system as an effective tool of financial management mechanism at the enterprises of automobile industry. *Korporativnie financi*, 2011, no. 1, pp. 55–67.
4. Kurilova A.A., Kurilov K.Yu. Development of the key indicators system of financial management mechanism. *Vestnik Voljskogo universiteta im. V.N. Tatisheva*, 2010, no. 20, pp. 80–87.
5. Kurilov K.Yu. The position of the Russian car industry in the world automobile industry: the way is winding but the opportunities are favorable in case of effective government support. *EKO*, 2012, no. 5, pp. 117–132.
6. Ivanov D.Yu. Methodological aspects of designing a system of financial encouragement at the enterprises of machine-building complex. *Ekonomicheskie nauki*, 2011, no. 76, pp. 357–360.
7. Ivanov D.Yu. Development of a system of financial encouragement of the employees of design and engineering department of machine-building enterprise. *Ekonomicheskie nauki*, 2010, no. 70, pp. 252–256.

## USED CAR MARKET. PERSPECTIVES AND DEVELOPMENT TRENDS

© 2014

**K.Yu. Kurilov**, candidate of economic sciences, assistant professor of the Department «Finance and Credit»

**A.A. Kurilova**, Doctor of Economics, professor of the department «Finance and Credit»

*Togliatti State University, Togliatti (Russia)*

*Keywords:* used car market; trade-in; CarFax; salvage title; warranty pack; auction form of trading; sales pattern.

*Annotation:* Foreign brands of Russian manufacture cover the top market share of passenger cars. At the same moment, the share of used cars in the total sales constantly decreases. The reason for that fact is the growth of income and the availability of payment schemes, particularly the loans. However, the trends of growth in the new cars sales will not be constant. There are some reasons for that; and the main one is that the new foreign cars bought by the citizens of the Russian Federation in the future will get into the secondary market of used cars. It is necessary to take into account the fact that the high prices for hydrocarbons, which are the guaranty for prosperity of the Russian economy, can not be a sufficiently stable factor. Sharp decrease in demand for hydrocarbons and the subsequent price fluctuations can seriously damage the well-being of the Russians who, under the conditions of income decrease, will give their attention to the available used cars. It makes sense to conclude that the market segment of used cars will grow by 2020 and come close by its volume to the volume of sales of new cars. The actual practice shows that a client is becoming busier; he has no time for thorough selection and examination of a car and the inspection of its technical condition.

However, the existing scheme of organization of used car sales is far from an ideal. Although the business on used cars with mileage sales is almost completely delivered to the auto showrooms, the schemes of cars receipt and registration are often complex enough.

However, there is a positive experience of the car sales system organization that can be used in the Russian practice.