

# ДВИЖЕНИЕ ПОД УКЛОН

СПАД НА МИРОВОМ АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ НАЧАЛСЯ ДАВНО: ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ УЖЕ МНОГО ЛЕТ РАСТЕТ В ЛУЧШЕМ СЛУЧАЕ НА НЕСКОЛЬКО ПРОЦЕНТОВ. И В ОСНОВНОМ ЗА СЧЕТ РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКОВ. НО СИТУАЦИЯ ЭТОЙ ОСЕНИ ВЫГЛЯДИТ УЖАСАЮЩЕЙ: ПРОДАЖИ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В США УПАЛИ ПОЧТИ НА ТРЕТЬ ПО СРАВНЕНИЮ С ОКТЯБРЕМ ПРОШЛОГО ГОДА, В ЕВРОПЕ СПАД ПРЕВЫСИЛ 15%. В РОССИИ И НА ДРУГИХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ ТЕМПЫ РОСТА ПОКА ЛИШЬ СНИЗИЛИСЬ, ОДНАКО ВРЯД ЛИ ОНИ КОГДА-ЛИБО СНОВА БУДУТ ВЫРАЖАТЬСЯ В ТРЕХЗНАЧНЫХ ЦИФРАХ. ВАЛЕРИЙ ЧУСОВ

**ДЕНЕГ НЕТ** Главная причина кризиса, конечно, нежелание, точнее неспособность, большинства людей покупать новые автомобили. Причем этот процесс развивается по спирали. Проблемы на финансовом рынке выводят из числа потенциальных клиентов связанных с ним людей. Недоступность кредитов дополнительно сужает круг покупателей.

Но проблемы есть и у самих автопроизводителей, причем уже давно. Их можно разделить на объективные, которые приходится решать всем производителям, и специфические, которые связаны с особенностями положения или методами ведения бизнеса конкретной компанией.

К первой группе относятся высокие и все время растущие затраты на разработку новых моделей. Конкуренция требует внедрять в автомобиль все больше новых систем, но при этом вынуждает удерживать цену на минимальном уровне. Общественное мнение, подкрепляемое во многих случаях законодателями, требует все более экологичных и безопасных автомобилей. Это также усложняет конструкцию.

Стоимость разработки современной модели составляет не менее миллиарда долларов. Причем столько тратят компании в России, где труд конструкторов, дизайнеров и инженеров пока еще стоит в разы дешевле, чем в Европе и США, — в отличие от секретарш и менеджеров разных звеньев, которые у нас получают иной раз больше своих европейских коллег. Для европейских и американских автопроизводителей создание и запуск в производство новой модели сопряжены с расходами не менее 1,5–2 млрд долларов. Не считая затрат на научные исследования, которые исчисляются миллиардами в год.

Эту проблему приходится решать в течение многих лет, и пути более или менее определились. Методы почти социалистические — максимальная унификация моделей разных марок и даже разных производителей. Такая кооперация возможна не только в рамках одного концерна (модели Ford могут иметь много общего с Volvo и Mazda), но и в рамках альянса (Renault Koleos сделан на той же платформе, что и Nissan Qashqai, а теперь к семейству присоединился и Samsung QM5), а то и просто по разовому соглашению (Opel Corsa и Fiat Grande Punto или компактные модели Peugeot 107, Citroen C1 и Toyota Aygo).

**КАПИТАЛИЗМ ПО-АМЕРИКАНСКИ** К специфичным проблемам относится ситуация с американской «большой тройкой». Проблемы General Motors, Ford и Chrysler связаны не только с низким спросом на их продукцию, но и с огромными обязательствами по пенсиям. Например, General Motors должна выплачивать около трех миллиардов долларов в год за медицинскую страховку уже уволенных сотрудников. При этом благодаря усилиям объединенного профсоюза UAW зарплата рабочих «большой тройки» достигает \$70 в час — в полтора раза больше, чем у их коллег на американских предприятиях Тоу-

**ЧЕЛОВЕК В ЗДРАВЫМ УМЕ НЕ МОЖЕТ СЕБЕ ПРЕДСТАВИТЬ, ЧТОБЫ В АМЕРИКЕ ВДРУГ ВНЕДРИЛИ СОВЕТСКУЮ МОДЕЛЬ АВТОПРОМА. ОДНАКО ОНА ПОЗВОЛЯЕТ РЕШАТЬ ВОПРОС ОПТИМАЛЬНЫМ ОБРАЗОМ: НЕ НУЖНО ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ НА ПРОЕКТИРОВАНИЕ НЕСКОЛЬКИХ МОДЕЛЕЙ ОДНОГО КЛАССА**

та или Honda, не охваченных профсоюзами. Расходов требуют и дилеры. Закрытие марки Oldsmobile обошлось в два миллиарда, которые в основном были потрачены на компенсацию бывшим дилерам этой марки.

На фоне производителей массовых моделей относительно уверенно чувствуют себя производители престижных марок. И дело не только в заметно более высокой норме прибыли, которую неизбежно получают создатели более дорогих автомобилей. Их покупатели остаются верными привычным стандартам потребления. Продажи Audi по итогам третьего квартала выросли в мире на 2,9%, в России — на 13,9, а в Китае — на 19,4%. Входящая в группу Audi итальянская Lamborghini прибавила 5,8%. Рост продаж Rolls-Royce в сентябре 2008 года составил 7,5%. Это не значит, что дорогие марки застрахованы от спада, — в США они все-таки теряют по-

купателей. Та же Audi в первые три квартала этого года продала в Америке на 13% автомобилей меньше.

Даже если рынок прекратит падение, неизбежна серьезная реструктуризация автомобильных компаний. В первую очередь это касается Северной Америки. Если американские автомобильные компании получат из федерального бюджета запрошенные ими 25 млрд долларов, это лишь отодвинет решение проблем. Разовые вливания не прибавят спрос на их автомобили и не устроят дисбаланс в их финансовом положении. Крах «большой тройки», конечно, не выгоден никому. Несколько сотен тысяч занятых в самих GM, Ford и Chrysler плюс множество компаний-партнеров — у кого поднимется рука лишить их работы? Однако американская экономика уже переживала нечто подобное с другой отраслью: в результате терактов 2001 года и других факторов серьезный кризис пере-

живали авиакомпании. Многие из них выбрали банкротство. Закон в таких случаях позволяет руководству компаний реализовать жесткие и непопулярные меры в отношении своих работников — сокращение зарплат, медицинских страховок и других выплат. Рано или поздно, но «большой тройке» придется пойти и до таких мер. Вопрос лишь в том, когда это будет сделано и сколько миллиардов потратят США на поддержание нынешнего состояния.

**ПО БОЛЬШОМУ СЧЕТУ** Неизбежным следствием кризиса станут слияния и поглощения. Это совсем не новость для автомобильного мира. Все те годы, что существует американская автомобильная промышленность, компании объединялись друг с другом, пока не дошли до нынешнего состояния: теперь тройку можно даже не называть большой, поскольку остальные американские ком-

ПРОДАЖИ АВТОМОБИЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ* МАРК В РОССИИ						
МАРКИ	10 МЕС. 08	10 МЕС. 07	%	ОКТ. 08	ОКТ. 07	%
CHEVROLET	199288	151039	32%	23490	19386	21%
HYUNDAI	171497	112174	53%	12105	16489	-27%
TOYOTA	162961	121784	34%	17573	11300	56%
FORD	154969	136884	13%	13555	16471	-18%
NISSAN	127459	93269	37%	8659	11437	-24%
MITSUBISHI	99011	79117	25%	9549	9200	4%
RENAULT	92647	79859	16%	8707	8508	2%
DAEWOO	87779	74823	17%	7710	7882	-2%
OPEL	85567	50929	68%	7516	5902	27%
KIA	78483	63696	23%	5380	7060	-24%
HONDA	69949	28578	145%	9509	4736	101%
MAZDA	65794	37940	73%	5669	4758	19%
SKODA	41468	22249	86%	4570	2805	63%
VOLKSWAGEN	41032	25286	62%	5103	3427	49%
PEUGEOT	39864	20579	94%	4998	2475	102%
SUZUKI	33324	22860	46%	3221	2451	31%
FIAT	26401	11761	124%	3593	924	289%
SUBARU	18518	12419	49%	2110	1392	52%
LAND ROVER	17439	9755	79%	1394	1367	2%
VOLVO	17315	15803	10%	1241	1545	-20%
BMW	15663	11833	32%	1654	1200	38%
CHERY	14642	31160	-53%	967	3490	-72%
AUDI	14423	12866	12%	1203	1258	-4%
MERCEDES-BENZ	14317	12983	10%	1615	1281	26%
SSANG YONG	13025	8958	45%	958	964	-1%
LEXUS	12870	11407	13%	1077	1052	2%
CITROEN	9631	9470	2%	1095	979	12%
VOLKSWAGEN COMMERCIAL VEHICLES	8671	4912	77%	1019	707	44%
GREAT WALL	7639	4635	65%	388	618	-37%
INFINITI	6251	4319	45%	878	530	66%
BYD	4677	1812	158%	276	366	-25%
DODGE	4100	2226	84%	190	326	-42%
LIFAN	3873	—	—	440	—	—
JEEP	2582	1664	55%	163	146	12%
MERCEDES-BENZ VANS	2486	2180	14%	272	303	-10%
SEAT	1951	76	—	391	26	—
IKCO	1866	4395	-58%	115	675	-83%
PORSCHE	1810	1925	-6%	90	248	-64%
FAW COMMERCIAL VEHICLES	1551	2046	-24%	63	254	-75%
CADILLAC	1506	1254	20%	120	174	-31%
JAGUAR	1423	882	61%	102	89	15%
CHRYSLER	1297	1059	22%	64	79	-19%
SAAB	1095	582	88%	81	31	161%
MINI	761	540	41%	53	22	141%
HUMMER	572	584	-2%	56	90	-38%
HAFEI (ПРОДАЖИ ОСТАНОВЛЕНЫ)	512	1754	—	0	149	—
BRILLIANCE	444	—	—	65	—	—
ALFA ROMEO	278	747	-63%	25	50	-50%
ISUZU	92	—	—	43	—	—
ВСЕГО	1780773	1307073	36%	169115	154622	9%

\*ВКЛЮЧАЯ МЕСТНО ПРОИЗВЕДЕННЫЕ. ИСТОЧНИК: КОМИТЕТ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ АЕБ.



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА