

Наступает эпоха партнерств

Сергей Сумленный, собственный корреспондент журнала «Эксперт» во Франкфурте-на-Майне.

Экономический кризис нанес тяжелейший удар мировой автопромышленности. С наименьшими потерями из спада выйдут автопроизводители, которые сумеют выстроить эффективную систему гибких глобальных альянсов



Иллюстрация: Кирилл Рубцов

Мировой автопром вошел в один из тяжелейших кризисов в своей истории. По подсчетам компании McKinsey, совокупная прибыль мировых автопроизводителей сократилась в период с 2007-го по 2008 год с 52 до 17 млрд долларов. В 2009 году отрасль и вовсе может получить совокупные убытки до 1 млрд долларов. По данным немецкого союза автомобильной промышленности VDA, объемы продаж автомобилей падают по всему миру. В 2008 году было продано 55 млн единиц, а по итогам 2009 года ожидается 43–46 миллионов.

Хуже всего дело обстоит в США. За февраль здесь продано лишь чуть более 687 тыс. автомобилей

— на 41% меньше, чем за тот же период прошлого года. Немногим лучше ситуация в Японии. Здесь падение продаж составило по сравнению с прошлогодним февралем 24%. А всего несколько недель назад ведущий мировой производитель автомобилей, японская Toyota, заявил о завершении прошедшего года с убытками — это произошло с Toyota впервые за шестьдесят лет.

Европейский рынок тоже переживает тяжелые времена. В Старом Свете февральские продажи автомобилей упали на 18% и составили 968 тыс. новых машин. Лидерами падения стали Испания (49%), Италия (24%) и Великобритания (22%). В «новых» странах Евросоюза падение оказалось еще более стремительным — в среднем продажи новых машин снизились на 30%.

Некуда расти

Нынешние проблемы автопрома уникальны по сравнению с прежними кризисными годами, считает аналитик Немецкого института экономики IWF **Томас Пульс**. «Раньше автомобильная отрасль балансировала между тремя основными рынками — США, Европой и Азией, колебания спроса на которых компенсировали друг друга. Сегодня производители столкнулись с падением спроса на всех рынках сразу. Продажи новых автомобилей по всему миру падают на десятки процентов — это ситуация, с которой автомобильный рынок, работавший в режиме перепроизводства, раньше не сталкивался», — говорит г-н Пульс «Эксперту».

Причина столь мощного глобального спада — значительный переизбыток производства в последние годы. «Мировой автопром в целом имеет



перепроизводство на уровне 20–30 процентов. Перепроизводство в европейском и немецком автопроме — примерно 10–20 процентов», — сказал «Эксперту» аналитик компании Deutsche Bank Research **Эрик Хайманн**. Перепроизводство автомобилей было возможно в условиях дешевых денег и постоянно растущей экономики — именно благодаря этим условиям средняя покупка нового автомобиля на 80% финансировалась кредитными деньгами. Один лишь кризис ликвидности, приведший к тому, что банки резко пересмотрели свою кредитную политику, оказался достаточно сильным ударом по благополучию отрасли — объемы продаж машин резко пошли вниз уже с середины 2008 года.



В случае банкротства Opel количество безработных в Германии возросло бы на 100 тыс. человек, а денежные издержки составили бы 6,5 млрд евро — то есть почти вдвое превысили бы возможные траты на поддержку компании

Фото: AP

Последовавший за кризисом ликвидности полномасштабный мировой экономический кризис нанес еще более мощный удар по отрасли. По мнению аналитиков из McKinsey, для компенсации ущерба от кризиса мировому автопрому потребуются дополнительные 25–35 млрд евро инвестиций, а восстановление показателей прибыли образца двухлетней давности возможно не ранее 2015 года.

Подобное развитие событий стало для рынка полной неожиданностью. Всего лишь пару лет назад разговоры о кризисе мировой автомобильной промышленности если и шли, то касались они проблем создания более экономичных и совершенных двигателей. Главной угрозой прибылям отдельных автомобильных компаний считались штрафные санкции Евросоюза, накладываемые на слишком прожорливые двигатели, а также постоянно растущие цены на топливо — в мире дешевых кредитов и дорогой нефти именно эти два фактора могли испортить экономические показатели автомобильного концерна. Даже испытывавшие хронические проблемы американские гиганты General Motors, Ford и Chrysler казались хромающими, но вечными символами автомобильной эры.

И вот в течение нескольких месяцев мир для автопромышленности изменился до неузнаваемости — целый ряд компаний стоит на грани банкротства. Хуже всего дела обстоят у General Motors. «Ситуация в General Motors крайне опасна. GM уже потеряла более 30 миллиардов долларов, и никто точно не может сказать, сколько миллиардов надо влить в эту компанию, чтобы ее спасти. Вполне возможно, что американский рынок потеряет GM, а также Chrysler. Как будут обстоять дела у Ford, пока неясно», — поделился своими опасениями с «Экспертом» глава исследовательского центра CAR **Фердинанд Дуденхёффер**.

Неясно и то, удовлетворит ли американское правительство просьбу General Motors о выделении 16 млрд долларов финансовой помощи для поддержания американских подразделений концерна, а также выделит ли канадская провинция Онтарио еще 6 млрд долларов для реструктуризации производства на территории Канады.

Падчерицы «детройтской тройки»

По иронии судьбы самые серьезные проблемы испытывают сегодня дочерние предприятия американских концернов в Европе. Volvo, «дочка» Ford, пока что избежала банкротства, получив поддержку шведского правительства. Власти страны выступили гарантом возврата 90% кредита в 445 млн евро, полученного Volvo от Европейского инвестиционного банка (EIB). По утверждениям компании, этих денег хватит, чтобы пережить кризис. Параллельно Volvo начинает программу санации, отменяя премии рабочим и сокращая на 5% зарплаты менеджмента. Всего за 2009 год Volvo планирует сэкономить таким образом 50 млн евро.

Другая шведская компания, Saab, — «дочка» General Motors — не может пока похвастаться получением поддержки властей. Для преодоления последствий кризиса Saab требуется около 500 млн евро, заявил председатель совета директоров компании **Ян Аке Йонссон**, но правительство в этой помощи пока отказало. Опровергли слухи о своем интересе к покупке Saab и китайцы — крупный китайский автопроизводитель Geely, а также группа SAIC. «У нас нет планов приобретения зарубежных автопроизводителей. Мы сохраняем осторожность», — заявил вице-президент SAIC **Чень Хон** на встрече с журналистами.

Но хуже всех в Европе обстоят дела у другой «дочки» GM — немецкого Opel. Стопроцентная «дочка» американского концерна уже который месяц балансирует на грани банкротства. Хотя в 2005 году Opel провел глубокую санацию, почти вдвое сократив количество работников и запустив новый модельный ряд, компании так и не удалось занять устойчивое положение на рынке. Ориентируясь на пример Volkswagen, Opel также решил перейти из сегмента недорогих машин в премиум-класс, но, потеряв свою прежнюю нишу, не смог занять новую.

Политика головного концерна GM, рассматривавшего в течение последних лет Opel как дойную корову для проведения санации американских подразделений концерна, привела к хроническому обескровливанию компании. В частности, по заявлениям инсайдеров, просочившимся в немецкую прессу, у Opel были изъяты все патенты на разработанные в Германии технические решения и компания была вынуждена платить GM до 650 млн евро ежегодно за право использования собственных же разработок.

Мировой кризис лишь усугубил назревавшие проблемы. Руководство Opel уже попросило немецкие власти оказать компании поддержку в размере 3,3 млрд евро — в противном случае ее может ожидать банкротство. Opel имеет в Германии четыре завода, на которых работает более 20 тыс. человек, и банкротство компании означало бы превращение в безработных не только этих людей, но и значительное количество сотрудников смежных предприятий. По подсчетам исследовательского центра CAR, в случае банкротства Opel количество безработных в Германии возросло бы на 100 тыс. человек, а денежные издержки составили бы 6,5 млрд евро — то есть почти вдвое превысили бы возможные траты на поддержку компании.



Фото: AP

Тем не менее немецкое правительство пока не торопится принять окончательное решение. В Берлине опасаются, что деньги, выделенные на спасение Opel из карманов немецких налогоплательщиков, пойдут на поддержание собственно General Motors.

«Федеральное правительство вот уже полгода не может решить, что же делать с Opel, и проводит время в бесплодных дискуссиях. Складывается впечатление, что правительство Меркель хочет выждать время, пока Opel просто обанкротится, и тогда сказать: вот видите, мы не успели им помочь. Впрочем, на автомобильном рынке возможное банкротство Opel не скажется драматически. Оставленную компанией дыру быстро закроют другие — в первую очередь китайцы, восточноевропейцы и русские», — размышляет Фердинанд Дуденхёффер.

Относительное спокойствие Дуденхёффера разделяет и Эрик Хайманн из Deutsche Bank Research: «Самый сложный вопрос в субсидиях заключается в том, где их надо начинать и где заканчивать. С одной стороны, государства не в состоянии помочь всем кризисным компаниям. С другой — в автомобильной отрасли нет компаний, крах которых был бы критическим для отрасли. Уже поэтому другим компаниям

будет очень трудно объяснить, почему данному производителю помощь оказана, а другим — нет».

Чтобы спасти компанию, европейский союз дилеров Opel Euroda объявил о своей готовности собрать 400 млн евро для покупки от 10 до 20% долей Opel. По заявлению вице-президента Euroda **Альберта Штилля**, дилеры Opel приняли предварительное решение создать специальный фонд, в который в течение трех лет будет поступать по 150 евро с каждого проданного автомобиля, этот фонд должен покрыть расходы на приобретение долей Opel. «Конечно, в одиночку мы не сможем спасти Opel, но мы хотим подать ясный сигнал», — заявил г-н Штиль.

Впрочем, эксперты предупреждают об опасности искусственной поддержки компаний, находящихся в глубоком кризисе. «Самая плохая ситуация, которую только можно себе представить, — это помощь правительств наиболее затронутым кризисом компаниям и оставление без помощи производителей, затронутых в меньшей степени. В таком случае спасены будут самые безответственные предприятия, а компании, находившиеся в середине, погибнут. General Motors и так получает сегодня беспрецедентную помощь, о которой другие компании могут только мечтать, и в этом нет ничего хорошего», — сказал «Эксперту» Томас Пульс из IW.

Лихорадочное вздутие

Кризис Opel тем более показателен, поскольку разворачивается он на фоне уникального для нынешнего рынка автомобилей явления — роста продаж легковых автомобилей на немецком национальном рынке. Германия остается единственной страной западного мира, где продажи автомобилей в феврале выросли. Причем скачок продаж составил фантастический 21%, а объем заказов на новые машины взлетел еще больше — на 63%.

Причина такого скачка, наблюдаемого, казалось бы, вопреки всему, — введенная немецким федеральным правительством в конце января премия в 2500 евро, выплачиваемая гражданам, покупающим новый автомобиль при одновременной утилизации старого (если тот выпущен более десяти лет назад). Формально она не имеет отношения к кризису продаж автопрома и называется экологической премией.

Согласно официальной версии правительства ФРГ, она призвана содействовать повышению в автопарке страны доли современных экологических моделей. Между тем настоящую задачу премии — стимулирование продаж в условиях схлопывающегося рынка — скрыть невозможно. Такое накачивание падающего спроса вызывает серьезную критику ряда экономистов.

«Экологическая премия — это субсидирование покупок автомобилей. Она действительно повысила спрос на новые машины, но лишь за счет падения спроса на машины в декабре прошлого года. Когда в конце прошлого года стало понятно, что государство будет субсидировать покупки автомобилей тем или иным образом, граждане, желавшие обновить автомобиль, просто отложили покупку на потом. Сегодняшний рост продаж во многом объясняется спадом продаж в декабре. Фактически правительство само загнало себя в тупик своими обещаниями. Теперь вопрос заключается в том, как федеральные власти будут отменять



Для компенсации ущерба от кризиса мировому автопрому потребуются дополнительные 25–35 млрд евро инвестиций, а восстановление показателей прибыли образца двухлетней давности возможно не ранее 2015 года

фото: AP

эту субсидию и каковы будут последствия. Сейчас спрос на новые машины искусственно повышен, а возможности автопроизводителей влиять на спрос с помощью скидок — уменьшены. Думаю, что в итоге последствием отмены государственной субсидии станет резкое обрушение спроса на машины. В Италии нечто подобное уже происходило в девяностые годы. Показатель перепроизводства в сфере автопрома слишком высок, и решение искусственно поддерживать это нездоровое перепроизводство с помощью государственных субсидий далеко не самое разумное», — говорит Эрик Хайманн из Deutsche Bank Research.

Формально дата окончания субсидирования покупок немцами новых автомобилей определена четко — бюджет программы составляет 1,5 млрд евро, так что правительство субсидирует лишь первые 600 тыс. заявок. На момент подготовки этой статьи власти уже обработали 231,5 тыс. заявок. При сохранении нынешних темпов покупок бюджет субсидии должен закончиться примерно к концу апреля. Неудивительно, что представители немецких автопроизводителей, например глава Volkswagen **Мартин Винтеркорн**, уже потребовали у правительства продлить сроки действия выдачи премий.

Именно Volkswagen больше других автопроизводителей выиграл от государственной политики субсидирования покупок. Из всех машин, приобретенных с помощью «экологической премии», на VW пришлось 35%, так что заинтересованность Винтеркорна в продлении государственной программы субсидий понятна.

На фоне роста спроса на автомобили Volkswagen концерн собирается поднять в следующем году свою долю с нынешних 10,5 до 11,5% мирового рынка и потеснить в мировом рейтинге автопроизводителей концерн General Motors, заняв второе место по объему производства после Toyota. Между тем заявления Винтеркорна как нельзя лучше подтверждают опасения экономистов — поддержание нездорового повышенного спроса за счет государственных средств только затягивает кризис и не дает компаниям возможности всерьез взяться за пересмотр своей долгосрочной политики.

Стратегические партнерства

Кризис автомобильного рынка неминуемо приведет к его перекройке. В ближайшие месяцы рынок ожидают как слияния, так и существенное изменение традиционных форм взаимодействия между концернами, считают эксперты.

«В ближайшее время в автопромышленности усилятся процессы консолидации. В первую очередь это затронет производителей автозапчастей — здесь возможны крупные слияния. Но я не думаю, что масштабная консолидация будет наблюдаться среди собственно производителей автомобилей. Мало кто из участников рынка готов сегодня выкладывать деньги на покупку конкурента, который к тому же, как правило, имеет серьезные проблемы. Многие игроки куда больше будут рады, если их конкурент просто исчезнет. Где мы точно будем наблюдать серьезное оживление, так это в сфере технологического сотрудничества компаний. Там, где раньше компании относились к совместным разработкам весьма скептически, например в разработке моторов или дизайна кузова, появятся совместные проекты, сулящие большие выгоды», — полагает Эрик Хайманн из DB Research.

Согласен с этим и Фердинанд Дуденхёффер из CAR: «Рынку автопроизводителей не грозят слияния. На опыте последних лет компании поняли, что слияния не приносят той выгоды, ради которой затеваются. Но мы входим в период более активных стратегических партнерств. Например, Peugeot-Citroën (PSA) построил совместно с Toyota завод по производству автомобилей — в результате компании получают выгоды от совместного производства без тех проблем, которые принесло бы с собой слияние».

Совместное предприятие Toyota и французского PSA, объединяющего под своей крышей марки Peugeot

и Citroën, — TPCA (Toyota Peugeot Citroën Automobile) — располагается в чешском регионе Колин и уже является более успешным решением, чем заводы немецких производителей в соседней Словакии. С конвейеров TPCA сходят малолитражки Toyota Aygo, Peugeot 107 и Citroën C1, подавляющая часть которых сбывается в странах Западной Европы. В 2008 году TPCA произвел 324 тыс. автомобилей трех марок, на 2009 год планировался рост до 340 тысяч. Сегодня очевидно, что план не будет выполнен, но завод все равно рассчитывает завершить год в плюсе, что резко отличает его от многих других автозаводов. «Именно такие гибкие модели сотрудничества между независимыми концернами имеют шансы стать в ближайшие годы наиболее успешными», — резюмирует Фердинанд Дуденхёффер.

В эту тенденцию вписывается и созданный этой зимой альянс FIAT и Chrysler (см. «Эксперт» № 6 [1]). В рамках партнерства итальянцы поделятся с американским концерном технологиями, а также платформами и конструкторскими разработками микро— и малолитражек. Одно время поговаривали и о том, что к альянсу FIAT и Chrysler может присоединиться PSA. Согласно оценкам руководства FIAT, сегодня, чтобы выжить и успешно развиваться, нужно продавать 5,5–6 млн автомобилей в год. А поскольку прямые слияния не приносят эффекта, мировой автопром, видимо, будет консолидироваться через систему партнерств.

Берлин

Ссылки

[1] [/printissues/expert/2009/06/lotereinuy_bilet_dlya_fiat/](http://printissues/expert/2009/06/lotereinuy_bilet_dlya_fiat/)

Новотекa



[Ученые нашли главную причину рака](#)



[Путин похоронил надежды молодежи](#)



[Тимошенко рассказала, чем занимается по ночам](#)



Как прощались с Яном Арлазоровым. Видео



Американцы признали, что план России сработал



12-летняя школьница узнала, что беременна, только когда



Тимошенко рассказала, как обезоружить Россию



Ученые рассказали, чем опасна супружеская измена



Анастасия Приходько: с каких пор истерика стала пением. Мнение