

## АНАЛИЗ КОНЪЮНКТУРЫ МИРОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

Е.Ю. Трифонова

*Нижегородский государственный университет*

Организационные и технологические процессы, происходящие на ведущих предприятиях мирового автомобилестроения в условиях жестокой конкуренции, требуют детального исследования. В статье проводится подробный анализ конъюнктуры мирового автомобильного рынка. На основании проведенного анализа рассматриваются краткосрочные и долгосрочные перспективы развития автомобильной отрасли.

Изучение конъюнктуры мирового автомобильного рынка является неотъемлемой частью разработки стратегии для отечественных предприятий автомобилестроения, которые намерены всерьез работать на внешнем рынке. Выбору конкретной стратегии действия предприятий рассматриваемой отрасли на внешнем рынке предшествует глубокий анализ, который включает в себя оценку состояния, конъюнктуры мирового рынка автомобилей, позиций на нем отечественных предприятий автомобилестроительной отрасли, выявление степени привлекательности мирового рынка автомобилей для российских предприятий. Проведем исследование конъюнктуры мирового рынка автомобилей с учетом следующих групп факторов.

### ***Рыночные факторы***

Ежегодно объемы мирового экспорта автомобилей растут. Так, в 2000 г. мировой экспорт автомобилей составил 571 320 млн долл., увеличившись по сравнению с 1999 г. на 22 840 млн долл. Вместе с тем на протяжении последних лет темпы роста объема экспортных продаж, реализуемых на мировом рынке автомобилей (в стоимостных показателях), сокращаются. За период 1990–1995 гг. объем мирового экспорта вырос на 133 240 млн долл. (или 26 648 млн долл. в среднем за год), за период 1995–2000 гг. — только на 119 140 млн долл. (или 23 828 млн долл. в среднем за год) в сопоставимых ценах. Это означает, что за период 1995–2000 гг. экспортные доходы автомобилестроительных компаний, сократились на 10,6%. (по сравнению с периодом 1990–1995 гг.). В целом же, по сообщению германской консультационной фирмы «Mercer Managing Consulting» и банка «Нуро Vereinsbank», которые провели опрос примерно 800 производителей автомобилей и комплектующих различных стран мира, в 2000 году совокупные доходы автомобилестроительных компаний сократились на 25% (или на 150 млрд евро) [1]. Таким образом, мировой рынок автомобилей испытывает трудности.

По мнению президента компании «Toyota» Хироши Окуда, автомобильная индустрия переживает подъемы и падения каждые 50 лет. В настоящее время, по всей видимости, *производство автомобилей находится в стадии зрелости жизненного цикла*. Насыщенность рынка проявляется в том, что производители предлагают большой выбор и, самое главное, большое количество машин. Предложение, по крайней мере в развитых странах, начинает превышать спрос. В связи с этим важнейшей экономической особенностью состояния мировой автомобилестроительной отрасли в настоящее время является относительно низкая норма

получаемой в ней прибыли. Снижение экспортного спроса на автомобили в США и на других основных региональных рынках неизбежно оказывает негативное влияние на деятельность ряда автомобильных концернов. Некоторые из них уже приступили к сокращению объема выпуска своей продукции. Так, например, мировое производство легковых автомобилей 2001 г. составило 39 538 157 шт., что на 3,2% меньше, чем в 2000 г., когда было выпущено 40 835 847 шт. Мировое производство легких грузовиков сократилось в 2001 г. по сравнению с 2000 г. на 4,9% — с 15 007 292 до 14 277 916 шт. [2]. По прогнозу экспертов, в частности Высшей школы г. Гейзенкирхен и компании «Jato Dynamics», в ближайшее время на мировом рынке автомобилей следует ожидать сохранения неблагоприятной конъюнктуры. Ниже мы приводим данные, свидетельствующие о наличии неблагоприятной динамики новых регистраций легковых автомобилей в 1997–2003 гг. на основных рынках сбыта [3]:

*Таблица 1*

Динамика новых регистраций легковых автомобилей в 1997–2003 гг.  
на основных рынках сбыта, в млн ед.

	США	Зап. Европа	ФРГ	Япония
1997	15,20	13,50	3,53	4,45
1998	15,60	14,50	3,74	4,09
1999	17,00	15,20	3,80	4,15
2000	17,40	14,90	3,38	4,26
2001	17,10	14,92	3,36	4,26
2002	15,90	14,15	3,25	3,98
2003 (прогноз)	15,50	14,43	3,50	4,30

Наиболее резкого снижения продаж новых легковых автомобилей в ближайшей перспективе следует ожидать в США. С учетом этого ведущие американские автомобилестроительные компании в 2001 г. приступили к сокращению объемов выпуска своей продукции. Так, в 2001 г. выпуск легковых машин в Америке составил 17,1 млн шт. против 17,3 млн шт. в 2000 г. [4]. На фоне экономической стагнации самый крупный автопроизводитель в мире General Motors после сентябрьских событий 2001 г. предложил беспроцентное кредитование для своих клиентов. Но несмотря на это, General Motors предполагал, что продажи концерна в США в 2002 г., составят от 15 до 15,5 млн автомобилей. Это на 10% меньше, чем объем продаж в 2001 г. Примеру General Motors по беспроцентному финансированию были вынуждены последовать и другие производители (например, Ford Motor и Chrysler), хотя для них это означало работу почти без прибыли. В 2002 г. концерн General Motors перестал предоставлять беспроцентный кредит. Вместо этого на большую часть новых автомашин действуют скидки. Так же поступают и другие компании-производители.

Вместе с тем несмотря на сложившуюся неблагоприятную ситуацию на мировом рынке автомобилей, автомобильные компании не унывают. Падение доходов вынуждает производителей автомобилей искать различные пути повышения эф-

фактивности своей деятельности. Они находят для своей продукции новые рынки сбыта и новые ниши, создавая тем самым дополнительный спрос.

Мировой рынок автомобилей характеризуется широкой диверсификацией, которая проявляется в наличии огромного выбора автомобилей самых различных марок, отвечающих требованиям самых различных групп потребителей. Автопроизводители пытаются угодить вкусам буквально всех существующих категорий покупателей: молодым и пожилым людям, защитникам окружающей среды, инвалидам, малообеспеченным слоям населения и т. д. В результате появляются модели, отвечающие вкусам даже самых небольших групп покупателей. Так, например, емкость небольшого сегмента очень дорогих лимузинов на мировом рынке автомобилей оценивается специалистами примерно в 8 тысяч автомобилей в год. Ориентация на самые различные группы потребителей приводит к тому, что производство все больше ориентируется на выпуск ограниченного количества автомобилей определенной модели. Предполагается рост производства полуфабрикатов, которые обретут окончательный вид по индивидуальному заказу покупателя. «Растущая индивидуализация потребительского вкуса не позволит одному направлению в дизайне превалировать над другими», — заявил Эдвард Олин, менеджер американского отделения торгового планирования автомобильной корпорации Toyota Motor Corporation [4]. Автомобильные корпорации не уделяли такого большого внимания внешнему виду автомобиля с 1950–1960-х гг., которые историки называют «золотой эрой» автомобилестроения.

#### **Факторы конкуренции**

Важнейшей особенностью мирового автомобильного рынка является наличие высочайшей конкуренции цен и качества выпускаемых автомобилей. В настоящее время этот рынок представлен ограниченным числом фирм, и можно утверждать, что он фактически сформировался. Еще несколько лет назад 70% мирового автомобильного рынка контролировали полтора десятка компаний, а сегодня ведущих компаний на этом рынке осталось менее десяти, а точнее шесть. Ниже перечислены шесть ведущих автомобильных корпораций мира с указанием доли мирового рынка четырех лидирующих компаний по состоянию на 2001 г.:

1. General Motors (США) «Опель» «Сааб», доля мирового рынка 14,9%;
2. Ford (США) «Мазда» «Ягуар», доля мирового рынка 12,8%;
3. Toyota (Япония), доля мирового рынка 8,9%;
4. Volkswagen (Германия) «Ауди» «Роллс-Ройс», доля мирового рынка 7,9%;
5. Renault-Nissan (Франция – Япония);
6. Daimler Chrysler (Германия – США).

Что касается крупных компаний второго эшелона, на долю каждой из которых приходится от 3 до 5% мирового рынка, — Peugeot, Fiat, Hyundai, Honda, Mitsubishi, — любая из них в ближайшее время может быть куплена компанией первого эшелона. Так, например, для Daimler Chrysler, всю ищущей партнера для производства небольших автомобилей, идеальным мог бы стать альянс с Peugeot или Fiat. Подобные сделки могут привести к некоторому переделу рынка, но в основном структура мировой автомобильной промышленности уже сложилась.

Следует отметить, что в поведении конкурентов на рассматриваемом рынке наблюдаются весьма заметные изменения, которые проявляются в первую очередь в двойственном характере их поведения. С одной стороны, обострение конкуренции ведет к росту агрессивности в поведении предприятий по отношению к своим конкурентам. Например, компания «Фольксваген» находится в состоянии

постоянной конкурентной войны с концерном «Форд» за долю на рынке автомобилей компактного класса. С другой стороны — эти же предприятия выступают в союзе в других секторах рынка, например, в разработках крупнолитражных автомобилей.

Жесткая конкуренция на мировом автомобильном рынке вынуждает его участников идти по пути интеграции и концентрации. Только в 1997–1999 гг. было зафиксировано около 20 крупных сделок, в том числе по приобретению таких известных фирм, как «Ровер», «Роллс-Ройс», «Ламборджини» и «Киа». Компания «Форд» купила значительный пакет акций в подразделении шведской компании «Вольво», специализирующейся на выпуске грузовых автомобилей, а «Рено» объявила о покупке контрольного пакета акций «Ниссан». Апофеозом можно считать 40-миллиардную сделку, ставшую самым большим поглощением, когда-либо происходившим в индустриальном секторе, и образовавшую концерн «Даймлер-Крайслер», ныне шестой по величине автопроизводитель мира.

#### ***Регламентационные факторы***

Характерными чертами мирового автомобильного рынка являются существование высоких таможенных пошлин, введение соответствующих налогов (в том числе зависящих от возраста машин), а также наличие жестких технических стандартов, норм и правил. На последнем остановимся подробнее.

Мировое сообщество все большее внимание уделяет проблеме экологической чистоты автомобильного транспорта, в связи с чем многие страны переходят на производство новых моделей автомобилей, соответствующих экологическим стандартам Евро-3 и Евро-4.

С 1992 года в большинстве стран Западной Европы были установлены жесткие нормы допустимого состава выхлопных газов для автомобилей, причем с каждым годом эти требования возрастают. «В соответствии с договоренностью, достигнутой органами ЕС с Европейской ассоциацией производителей автомобилей («Асеа»), в 2008 г. уровень вредных газовых выбросов на дорогах Европы не должен будет превышать 140 г/км в расчете на 1 автомобиль (против 186 г в 1995 г. и 165 г в 2001 г.). К 2012 г. допустимый уровень выбросов установлен в 120 г/км. Данный показатель будет подсчитываться по совокупному годовому объему продаваемых автомобилей, в связи с чем малогабаритные автомобили должны будут компенсировать более высокие выбросы всех других видов машин» [5]. Понятно, что достижение установленных нормативов по допустимому уровню выбросов в атмосферу потребует от автомобилестроителей решения ряда технологических задач, направленных на снижение массы машин и потребления ими топлива.

18 сентября 2000 года в Европе принята также программа обязательной утилизации подержанных автомобилей за счет автопроизводителей, в соответствии с которой с 2006 года все автомобили, вышедшие из эксплуатации, должны утилизироваться на 85% от общей массы. Другими словами, в соответствии с данной программой приемка предприятием-производителем отслужившего автомобиля от его владельца будет осуществляться бесплатно. Это, во-первых, повышает требования к вновь выпускаемой технике, а во-вторых, утилизация старых автомобилей экономически невыгодна, поэтому большинству промышленно развитых стран выгоднее экспортировать их.

Наряду с ужесточением экологических норм к автомобилям предъявляются все большие требования по соблюдению норм безопасности. В связи с этим одной из проблем, над которой в настоящее время работают автомобильные компании Запада, выступает повышение устойчивости машин при движении. Об актуально-

сти этой проблемы свидетельствуют, в частности, такие факты, как «возврат летом 2000 г. 6,5 млн шин после аварий с летальным исходом на джипах Explorer и повторение через год у компании Ford аналогичной ситуации с 13 млн. шин Firestone (филиала фирмы Bridgestone) [6]. Производители автомобилей все чаще стремятся снимать обеспокоенность своих клиентов путем активизации использования дополнительных средств контроля за безопасностью — таких, как, например, система «ESP», которая позволяет восстанавливать равновесие, модулируя торможение на каждом колесе.

Говоря о требованиях безопасности к автомобилям, следует обратить внимание на тенденции в автомобилестроении, заявившие о себе на Нью-Йоркском автосалоне, который проводится с 1900 г. В этом году он состоялся в 102-й раз. В Салоне принимали участие 43 автомобильные корпорации со всего мира. Среди тысячи выставленных моделей было больше, чем обычно, концептуальных автомобилей, указывающих на тенденции и поиски нового в автомобилестроении. Считаю целесообразным процитировать следующее: «...Как сказал председатель Комитета автосалона Джон ЛаСорса, «новое поколение автомобилей выносливее, безопаснее, умнее и динамичнее». Все больше автомобилей «умеют» теперь автоматически держаться на безопасной дистанции от впереди идущей машины, притормаживая или ускоряя ход. Чувствительная камера фиксирует положение и направление автомобиля в линии, и если водитель непреднамеренно выходит за свою линию, сам автомобиль предупреждает его об этом. Модифицированная компьютерная программа, следящая за техническим состоянием двигателя, через систему спутниковой связи автоматически устанавливает диагноз неисправности и, по возможности, вносит коррективы. Система дезактивации цилиндров позволяет двигателю использовать в работе только половину цилиндров, если автомобиль идет налегке и не требуется большая нагрузка. Если же нужна максимальная мощность для быстрого набора скорости или при перевозке тяжелого груза, активизируются все цилиндры. Эта система позволяет экономнее расходовать горючее и снижать выбросы отходов сгорания. Скоро появится еще одна функция. Как только водитель займет положение за рулем, к нему автоматически «приспособятся» и сидение, и боковое зеркало. Внешние камеры, вмонтированные в двери и зеркала, помогут водителям избавиться от проблемы так называемой «мертвой зоны», в которой не виден автомобиль, идущий рядом и чуть позади. Спутниковая навигация стала уже привычной при определении направления и маршрута. Теперь с ее помощью положение автомобиля определяется с точностью до нескольких сантиметров, и это помогает предотвращать столкновения. Двери «научились» закрываться бесшумно, легко и плотно. Сенсорные датчики регистрируют сердцебиение человека или животного, проникшего в автомобиль или забытого в нем, и сигнализируют об этом. Передний и задний бамперы снабжены ультразвуковыми датчиками, предупреждающими водителя о незамеченных им приближающихся препятствиях. Это поможет водителю уберечь автомобиль — свой и чужой — от наезда в ситуациях, когда он «не вписывается» в стоянку между двумя автомобилями или выезжает со стоянки» [5].

#### ***Технологические факторы***

Автомобилестроение является наукоемкой отраслью. Потенциально оно является крупным заказчиком НИОКР, и ведущие мировые автоконцерны тратят на научно-исследовательские разработки 4–6% объема продаж [7].

Уровень развития новых технологий на мировом рынке автомобилей достаточно высок. И хотя, по мнению экспертов, в ближайшее время от автомобильных

корпораций не следует ждать каких-то крупных технических новшеств, мелких усовершенствований и конструкторских новинок, отвечающих вкусам самых различных групп покупателей, будет множество. «В ближайшее десятилетие производители будут экспериментировать с интерьером салона и с внешней формой автомобиля больше, чем за последние 30 лет» [4]. Отметим также, что в настоящее время крупные автопроизводители ведут разработки и исследования альтернативных видов топлива для автомобилей. По мнению различных ученых, запасов нефти на Земле может хватить на период от 50 до 100 лет. Понимая конечность источника сырья для основных видов топлива, некоторые из мировых автогигантов на международных автовыставках уже представляли новинки, работающие на водороде.

#### ***Финансово-экономические факторы***

По данным журнала БИКИ, суммарный оборот мировой автомобильной промышленности составляет примерно 2 450 млрд. евро [1].

Попытаемся ответить на вопрос, насколько высоким является уровень доходности для участников мирового автомобильного рынка. Ответ на этот вопрос неоднозначен.

Консультационной компанией Stern Stewart при помощи Wealth Added Index (WAI) было проведено исследование с целью выявления ведущих компаний мира, которые принесли наибольшую прибыль своим акционерам в период с июня 1996 г. по июнь 2001 г. Результаты исследования впервые были опубликованы в журнале «The Economist». В индекс включены 5069 компаний мира (включая ряд ведущих автомобилестроительных компаний), акции которых котируются на рынке. Компании в списке WAI располагаются в соответствии с доходами (или потерями), которые они принесли своим акционерам в указанный период времени. Основная идея, заложенная в WAI, заключается в том, что компании приносят доход своим акционерам только в том случае, если прибыль, которую получают инвесторы в результате роста цены акций и выплаты дивидендов, превышает «стоимость активов» этих компаний (которая определяется как минимальная прибыль, которую инвесторы требуют при вложении денег в акции с рисками). Поэтому стоимость активов для всех компаний должна быть выше, чем прибыль от альтернативных ценных бумаг без рисков — таких как государственные облигации. И чем выше риск, который несут инвесторы, тем выше уровень прибыли, которого им следует требовать. Если прибыли той или иной фирмы не превышают «стандартную» стоимость актива, акционерам лучше вкладывать свои средства в другие предприятия. В соответствии с аналитическим подходом, используемым Stern Stewart, компании, цена акций которых не просто растёт, а растёт до уровня выше прибыли, требуемой инвесторами, создают капитал; те же компании, которые обеспечивают доходность ниже этого уровня, со временем разрушают его. Итак, какое же место в этом списке отводится автомобилестроительным компаниям мира? Считаем целесообразным процитировать следующее: «Крупным производителям американских автомобилей похвастаться нечем. Созданная в 1998 г. DaimlerChrysler находится на 14-м месте от конца со среднегодовым доходом 11%, отражающим стоимость ее собственных капиталов. Ford и General Motors страдают от перепроизводства и дорогих приобретений в Европе. Среднегодовая прибыль GM в 13% неплоха, но она ниже стоимости активов компании — 15%. Хотя европейские и японские автомобилестроительные фирмы меньше американских, дела у них идут значительно лучше. Toyota, BMW, PSA Peugeot Citroen и Renault принесли доходы в размере около \$50 млрд» [8].

Сокращение доходов ряда крупнейших автопроизводителей мира не мешает им, тем не менее, вкладывать огромные инвестиции в научно-исследовательские работы, что способствует внедрению в производство автомобилей и комплектующих к ним последних достижений в области электроники, современных материалов и т.п.

**Перспективы развития отрасли до 2010 года**

По сообщению германской консультационной фирмы «Merger Managing Consulting» и банка «Нуро Vereinsbank», которые, как мы уже отмечали, провели опрос примерно 800 продуцентов автомобилей и комплектующих различных стран мира относительно перспектив развития отрасли до 2010 года, «для большинства участников опроса краткосрочные перспективы представляются скорее неблагоприятными, а долгосрочный прогноз — в целом оптимистичным... Несмотря на сокращение доходов автомобилестроительных компаний..., мировая автомобильная промышленность сохранит свой значительный потенциал роста и явится двигателем экономического и технического развития большинства стран в будущем десятилетии» [1]. Это означает, что автомобилестроительная отрасль будет оставаться весьма привлекательной для предприятий, работающих или планирующих работать на данном рынке. По данным упомянутого опроса, «к 2010 г. мировое производство автомобилей всех видов может составить 73 млн шт. против 58 млн в 2000 г., причем 70% машин будут оснащены бензиновыми двигателями. Автомобили нового поколения, 35% себестоимости которых будет приходиться на электронное оборудование (против 22% в 2000 г.), будут более совершенными, надежными и экологически безопасными, так же, как и новые материалы, используемые в их изготовлении. Благодаря развитию методов проектирования и производства автомобилей каждый клиент сможет заказывать машину по собственным техническим характеристикам и дизайну и наблюдать за ее сборкой. В результате технического прогресса продуценты автомобилей получают значительную экономию издержек производства. Однако улучшение конъюнктуры к 2010 г. коснется не всех рынков в одинаковой степени. Наибольший рост продаж автомобилей ожидается на новых, быстро развивающихся рынках стран Азии и Центральной и Восточной Европы. Поэтому в наилучшем положении окажутся фирмы, имеющие сильные позиции в этих странах. Полагают, что это будет 6–10 ведущих фирм...» [1], которые мы называли ранее. Ниже мы приводим данные упомянутого опроса о перспективах мирового производства автомобилей в 2010 году.

Таблица 2

Перспективы мирового производства автомобилей в 2010 году, млн шт.

	2000	2010	2000–2010 гг., среднегодовой темп прироста, %
Мир в целом	58,0	73,0	...
НАФТА	17,7	18,0	0,2
Зап. Европа	17,0	17,7	0,4
Азия, исключая Японию	7,4	18,0	9,3
Япония	10,0	10,5	0,5
ЦВЕ	2,6	4,9	6,5
Южн. Америка	2,0	2,9	3,8
Прочие страны	1,0	1,0	0

В отрасли по производству комплектующих продолжится процесс концентрации. «Так, к 2010 г. с мирового рынка будут вытеснены от 2 до 5,5 тыс. поставщиков. 20 ведущих мировых производителей комплектующих будут поставлять автомобильным фирмам 50% общего объема данной продукции против 27% в настоящее время. Чтобы сохранить свою рентабельность, поставщики комплектующих должны будут внедрить четкую стратегию, направленную на завоевание позиций либо в роли производителей стандартных деталей (путем роста объемов производства и общей экономии издержек), либо в качестве поставщиков уникальных запчастей и инновационных фирм, производителей модулей и комплектных систем». Отмечается, однако, что в течение последних лет «лишь небольшая часть поставщиков комплектующих сумела добиться нормы прибыли более 20% благодаря постоянному внедрению технологических новшеств» [1].

### Литература

1. К 2010 году на мировом авторынке останутся менее 10 фирм-лидеров // БИКИ. 2002. № 1 (8347).
2. Мировое производство автомобилей // БИКИ. 2002. № 55–56 (8401–8402).
3. На мировом рынке легковых автомобилей // БИКИ. 2002. № 39 (8385).
4. Рикошинский А.Е. Мировой рынок автомобилей переживает кризис // Снабженец. 2002. № 37 (341).
5. Проблемы экологической чистоты автомобильного транспорта // БИКИ. 2002. № 64–65 (8410–8411).
6. Пути повышения устойчивости автомобилей // БИКИ. 2002. № 13 (8359).
7. <http://xleborob.ru/xleborob/529964/main/>
8. A global ranking of companies. Marked by the market // The Economist. 2001. December 1st.