

УДК 629.113

# ОБ ИСТОКАХ КРИЗИСА АМЕРИКАНСКОГО АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

Д.М. Эткин, к.э.н.

В США понятие, обозначаемое англоязычным термином «Automobile Industry», по существу вышло за узкие рамки чисто «Автомобильной промышленности». По кругу обсуждаемых под этим термином проблем, оно фактически стало отражать более широкое понятие — «Автомобильная отрасль», которая охватывает здесь не только производство автомобилей и их компонентов, но и всё, что связано с их продажей, обслуживанием и ремонтом, обеспечением бесперебойной работоспособности их парка. В общем социально-экономическом смысле это понятие ещё более широкое и важное. Автомобильная отрасль оказывает прямое влияние на работу многих предприятий добывающей и обрабатывающей отраслей — производство разнообразного технологического оборудования, различных конструкционных и эксплуатационных материалов, включая добычу нефти и её переработку, и т.п. По разным оценкам, в т.ч. по данным расположенного в штате Мичиган Центра Автомобильных Исследований (Center for Automotive Research — CAR), каждое действующее рабочее место непосредственно в автостроении требует создания от 5 до 10 рабочих мест в смежных и сопряжённых отраслях. А каждое функционирующее рабочее место является в США источником роста рыночной активности населения и пополнения (на общую сумму в среднем 20 тыс. долларов в год) государственных фондов социального страхования (Social Security), федерального и региональных бюджетов. В автомобильной отрасли здесь занято около 10% всех трудовых ресурсов страны, на неё приходится 18-20% всех потребительских расходов населения, общая совокупность которых стабильно составляет примерно 2/3 валового общественного продукта.

Активно действующая более века автомобильная отрасль США, совсем недавно являвшаяся самой большой и успешной среди других стран, в значительной мере определяющая социально-экономическое развитие в своей стране и направления технологического развития в мире, в последние годы переживает существенные трудности, вызванные проявлением ряда негативных явлений. Такие негативные явления затронули практически всех многочисленных участников этой отрасли, но особенно тяжело сказались на старых американских

автопроизводителях, входящих в так называемую Большую Детройтскую Тройку — фирмы концернов “General Motors” и “Ford Motor Co.”, группы “Chrysler”. Объём продажи продукции указанных автопроизводителей в 2008 и 2009 годах резко сократился, катастрофически снизились их доходы, которые перестали возмещать производственные расходы; они оказались на грани банкротства и некоторые из них (“General Motors” и “Chrysler”) вынуждены были даже пройти эту неприятную процедуру.

Безусловно, существенным фактором, повлиявшим на быстрое развитие негативных явлений, стала глубочайшая за последние десятилетия в США рецессия, которая была вызвана разразившимся в 2008 г. финансовым кризисом, спровоцированным проблемами рынка недвижимости. Последствием этого стало резкое сокращение общего производства в стране, увеличение безработицы, ужесточение требований к предоставлению кредитов и т.п., что привело к быстрому и значительному сокращению потребительской активности населения, в т.ч. и реального платёжеспособного спроса на массовые автомобили, со всеми вытекающими из этого последствиями. Однако, более детальный анализ, особенно с учётом ретроспективных данных, позволяет считать, что разразившаяся рецессия лишь ускорила проявления негативных явлений в автоотрасли США, в совокупности образовав то, что в мире стало называться «Кризисом американского автомобилестроения».

Эти явления начали зарождаться ещё раньше, зачастую в связи с не совсем правильным выбором некоторыми автопроизводителями стратегических целей развития, которые были направлены не на обеспечение долгосрочной эффективной деятельности с учётом проявившихся изменений условий функционирования местного авторынка, а на получение «сиюминутного» эффекта, что рано или поздно получило бы выход наружу.

Непосредственному описанию результатов проведённого анализа, являющегося целью настоящей публикации, должно предшествовать изложение ряда дополнительных соображений, формулирующих некоторые необходимые определения и ограничения.

Говоря об американском автомобилестроении, в большинстве случаев следует понимать автомобилестроение Северной Америки. Дело в том, что сложившиеся и узаконенные соответствующими межгосударственными соглашениями многолетние экономические связи между странами этого региона (США, Канада, Мексика), к настоящему времени оформленные как «Североамериканское соглашение о свободной торговле» (NAFTA), привели к созданию в них, особенно во второй половине прошлого столетия, технологически и хозяйственно взаимосвязанного единого автостроительного комплекса. В результате, конечная сборка автомобиля какой-нибудь модели может осуществляться на заводе определенной фирмы (концерна), расположенном в любой из перечисленных стран, а изготовление необходимых для этой модели основных комплектующих изделий (двигатель, трансмиссия и т.п.) — на заводах той же фирмы (концерна), расположенных в других таких странах. Всё это позволяет в пределах Северной Америки однозначно определить лишь производителя модели, но не страну её производства.

На рис. 1 [1] показана динамика развития производства автомобилей в Северной Америки за период с 1960 г. Там же выделено производство каждой из стран региона, как это, в значительной степени формально, (в зависимости от места окончательной сборки автомобиля) делается официальной статистикой.

Из приведённого следует, что в период до конца прошлого столетия производство автомобилей в Северной Америке имело устойчивую тенденцию к повышению, достигнув максимума в 2000 г. (17,7 млн. шт.). В период

с 2000 до 2007 гг. наблюдалось относительно стабильное состояние производства (примерно на уровне около 16 млн. шт. в год) с последующим резким сокращением при наступившей глубокой экономической рецессии в 2008 и 2009 гг. (соответственно 12,9 и 8,8 млн. шт. в год). Одновременно, за этот период прослеживается тенденция к сокращению в общем североамериканском производстве автомобилей участия расположенных в США сборочных заводов в пользу аналогичных предприятий Канады, а в последнее время — и Мексики.

Рассматривая далее автомобилестроение Северной Америки, можно увидеть две его составляющие. С одной стороны, это предприятия старых американских фирм, как правило, созданных ещё в первой половине прошлого столетия, объединённых в концерны “General Motors”, “Ford Motor Co.” и “Chrysler Group”, образующие Большую Детройтскую Тройку (БДТ). С другой стороны, это построенные в Северной Америке сравнительно недавно (главным образом в последние 30 лет) предприятия европейских (германских) и азиатских (японских и в последние годы корейских) автопроизводителей. Продукцию таких предприятий в США обозначают термином «Transplant Production» («Пересаженная» продукция). Эти две группы автопроизводителей различаются не только своей принадлежностью местным или зарубежным владельцам, но и некоторыми особенностями стратегии управления (номенклатурная политика, организация процесса производства и др.), а также структурой производственных затрат. Поэтому сила негативного влияния на них имевших место кризисных явлений, как уже отмечалось выше, оказалась разной.

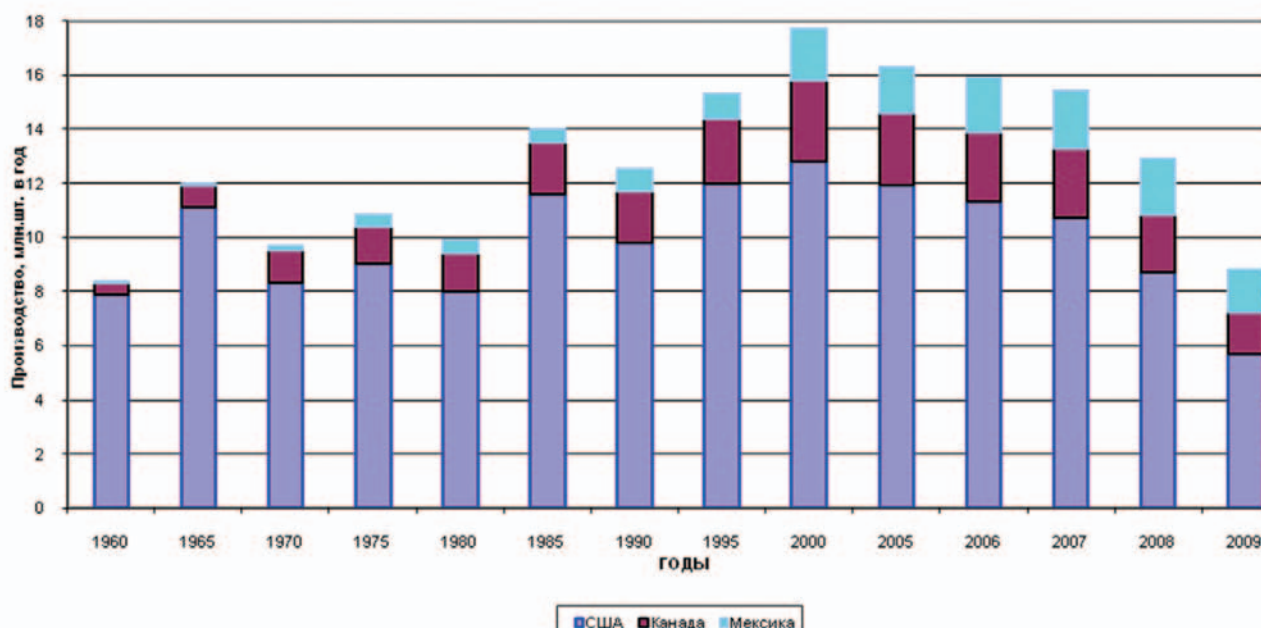


Рисунок 1. Развитие производства автомобилей в Северной Америке и отдельных странах региона

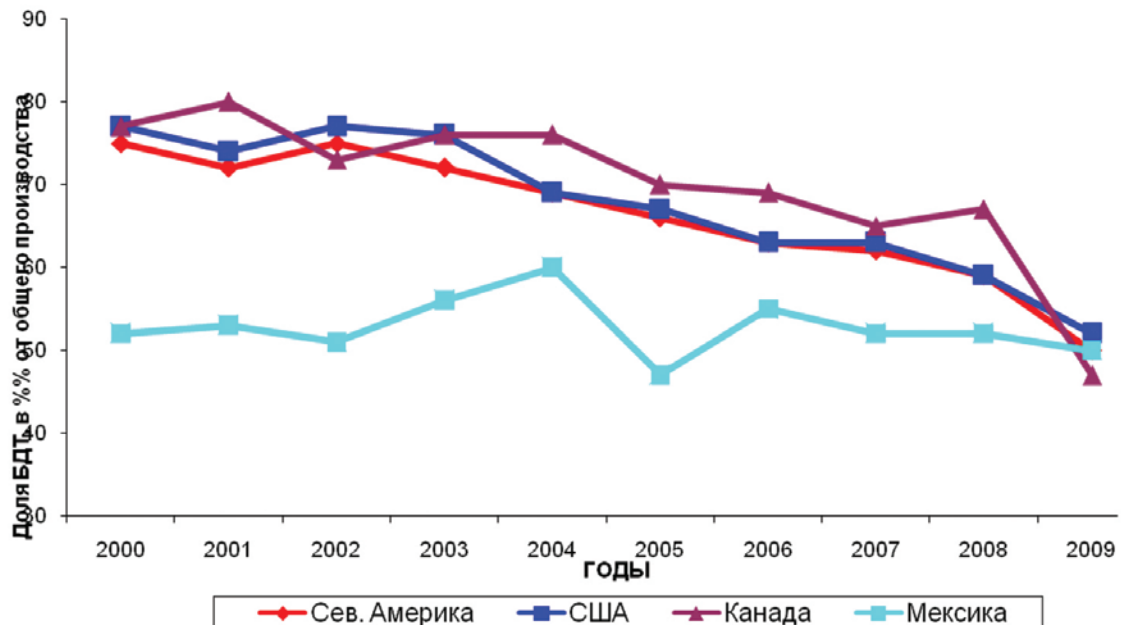


Рисунок 2. Изменение доли БДТ в общем производстве автомобилей Северной Америки и отдельных стран региона

На рис. 2 показано изменение доли продукции БДТ в общем производстве автомобилей Северной Америки и отдельных стран региона [1].

Как следует из этих данных, только за последнее десятилетие в общем производстве автомобилей Северной Америки доля продукции БДТ сократилась с 75% до 50%. Сказанное предопределило необходимость соответствующего анализа данных отдельно для продукции старых предприятий БДТ и продукции сравнительно новых предприятий, принадлежащих зарубежным (преимущественно японским) концернам и объединениям, в дальнейшем именуемой «Пересаженной». И ещё. Основным потребителем продукции расположенных в Северной Америке всех автомобильных фирм традиционно является авторынок США. Как показывает сопоставление ретроспективных данных [2, 3], на его долю приходится не менее 80% всего автомобильного производства Северной Америки. При этом собранные в Канаде и Мексике автомобили считаются на рынке США отечественными (Domestic) и к импорту не относятся (со всеми вытекающими последствиями в части таможенных пошлин). Поэтому, рассматривая объём продажи продукции Североамериканского автостроения, представляется возможным ограничиться данными по авторынку США, тем более, что здесь доступен более детальный статистический материал. Анализируя продажу авторынка США, кроме продукции БДТ и «пересаженной», закономерным является отдельный учёт импортной составляющей, которая охватывает автомобили, произведённые в других странах, кроме США, Канады и Мексики.

Далее, анализируя состояние автостроения Северной Америки, представляется возможным ограничиться лишь той его частью, которая выпускает автомобили массового применения, преимущественно предназначенные для использования населением в качестве индивидуальных транспортных средств (Vehicles for personal travel). Они до последнего времени охватывают легковые автомобили (Cars) с кузовами разных типов (седан, хэтчбэк, кабриолет, универсал, спортивные и т.п.) и лёгкие грузовики (Light Trucks) с допустимым полным весом (Gross Vehicle Weight) преимущественно до 10 тыс. фунтов, которые включают пикапы, минивэны и обозначаемые английским термином «Sport-Utility Vehicle», предназначенные для активного отдыха, приспособленные для перевозки объёмного туристического и спортивного инвентаря, по существу автомобили общего назначения. Этимология часто применяемого для названия таких автомобилей английского слова «Jeep» («Джип») восходит именно к этому понятию («Jeep» — результат быстрого и слитного произнесения букв английского алфавита G и P, являющихся аббревиатурой слов «General Purpose» — «Общего назначения»). Использование термина «Внедорожник» для названия таких автомобилей не всегда правильно по сути, т.к. далеко не все они приспособлены для движения вне сети дорог с твёрдым покрытием, ибо необходимой для этого полноприводной трансмиссией типа 4WD обладают не более 65% объёма их продажи (полноприводная трансмиссия типа AWD такими свойствами не обладает) [7]. Остальные типы автотранспортных средств (средние и тяжёлые грузовики, различные автобусы, прицепная

техника и т.п.), как правило, используемые в коммерческих целях, устойчиво составляют примерно 5% всего производства и всей продажи автомобилей в Северной Америке и поэтому здесь отдельно не учитываются.

Необходимо отметить, что в соответствии с принятым в мае 2010 г. законодательным актом, начиная с 2011 модельного года некоторые разновидности минивэнов и автомобилей общего назначения (SUV) будут включаться в категорию легковых автомобилей (Cars) с соответствующим распространением на них государственных ограничений по топливной экономичности и экологии, свойственных легковым автомобилям.

В доступной современной экономической литературе не удалось найти объективного и общепризнанного определения понятия «экономический кризис», особенно применительно к отдельным предприятиям или образующим отдельные отрасли группам предприятий, технологически взаимосвязанным производством определённой продукции. Исходя из самого общего понимания целей функционирования любого коммерческого предприятия как получение прибыли, а общего понимания термина «кризис» как критического состояния, в результате которого может наступить невозможность обеспечения функционирования, кризисом промышленного предприятия (их объединения или отдельной отрасли) можно признать такое состояние хозяйственной деятельности, при котором получаемые доходы не возмещают расходы (имеет место наличие отрицательной прибыли или убыточность). Тогда часто без внешней помощи нарушается нормальная платёжеспособность текущей работы, и потому возникает реальная угроза резкого сокращения или даже прекращения (остановки) производства. Последнему сопутствуют волнообразно распространяющиеся нарушения сложившихся производственных и хозяйственных связей, что, в зависимости от масштабов, особенностей технологии и организации производства, в совокупности может вызывать необходимость сокращения работающих не только на самом предприятии (в объединении) и у непосредственных поставщиков комплектующих изделий, но и в промышленности, производящей необходимые материалы и технологическое оборудование, а также в сферах торговли и обеспечения использования соответствующей продукции. Как известно, это может стать причиной различных негативных социально-экономических последствий в обществе, смягчение которых зачастую требует экстренного использования значительных средств государственного бюджета.

Естественно, что реальный кризис со всеми возможными его последствиями может не наступить сразу после первых проявлений убыточности предприятия. Во-первых, такие проявления могут быть краткосрочными, вызванными случайными внутренними или внешними факторами временного характера, когда образовав-

шийся относительно небольшой дефицит быстро компенсируется накопленной в прошлом прибылью, легко получаемым кредитом или за счёт других источников. Во-вторых, даже при относительно продолжительном проявлении убыточности у предприятия могут ещё сохраняться собственные сбережения, доверие кредиторов и т.п., что позволяет обеспечить покрытие дефицита текущих (оборотных) средств. Но, тем не менее, предвестником возможного появления кризисных явлений можно считать убыточность предприятия, превышение его расходов над доходами. Поэтому обязательным условием отсутствия риска кризиса предприятия является наличие прибыли, стабильно сохраняющееся превышение его доходов над расходами.

В отдельных случаях экономическое положение предприятия может находиться в пограничном состоянии, характеризующимся равенством доходов и расходов. Но такие, по существу, частные случаи не могут быть продолжительными, ибо противоречат общим целям функционирования коммерческого предприятия и здесь не рассматриваются.

Если для упрощения принять допущение, что объём продажи равен объёму выпуска (производства) всех типоразмеров продукции, то, исходя из простейшего представления о формирующих прибыль факторах, во избежание риска кризисных явлений на предприятии (объединении) необходимо стремиться к увеличению продажи продукции и увеличению средней прибыли на одно продаваемое изделие за счёт поддержания на возможно высоком уровне цены при сохранении на минимально возможном уровне издержек производства. Изложенное является совершенно очевидным; оно не требовало бы даже столь краткого рассмотрения, если бы его игнорирование не стало истоком «кризиса американского автомобилестроения», что следует из помещённого ниже ретроспективного анализа соответствующих данных отдельно по основным группам поставщиков авторынка США.

## 1. РАЗВИТИЕ ОБЪЁМА И СТРУКТУРЫ ПРОДАЖИ

На рис. 3 на основе обобщения опубликованных данных [2, 3, 4], приведено графическое изображение развития продажи массовых автомобилей в США и её состава по основным группам поставщиков (БДТ, производителей «пересаженной» продукции и импорт).

Как следует из этих данных, в период до 2000 г. наблюдалась устойчивая тенденция к росту общей продажи массовых автомобилей на рынке США (при наличии лишь 2-х точек спада в 1982 и 1991 гг., когда в стране была экономическая рецессия), что привело к достижению в 2000 г. исторического максимума продажи на местном рынке — 17,4 млн. автомобилей в год. Основной причиной такого интенсивного развития продажи,

особенно в последнем десятилетии прошлого столетия, были осуществлённые к тому времени, но не совсем обеспечившие достижение намечавшихся целей, огромные инвестиции в развитие коммуникационных технологий, вызвавшие существенный рост доходов и потребительских расходов населения США (в т.ч. взаимосвязанных расходов на жильё и автомобили). Причём происходило это на фоне умеренной долговечности автомобилей, требовавшей их значительных поставок на возмещение естественного выбытия, а также на фоне ещё сохранявшегося разрыва между предельным и фактическим уровнем обеспеченности автомобилями в расчете на тысячу жителей и роста численности населения. Иными словами, в то время увеличение покупательной способности населения происходило при сохраняющейся (хотя и сокращающейся по абсолютным размерам) потенциальной потребности рынка, что, как представляется, является одной из составляющих реального роста продаж (подробнее об этом см. [9]). В период 2001-2007 гг. в США сохранялась относительная стабильность общей продажи массовых автомобилей (16-17 млн. шт. в год), которая в период небывало сильной рецессии 2008-2009 гг. сменилась резким падением (соответственно до 13,2 и 10,4 млн. шт. в год).

Отмеченные изменения общей продажи автомобилей получили своё адекватное отражение и в продаже продукции БДТ, за исключением периода 2001-2007 гг., когда (при общей стабильности всей продажи) наблюдалось значительное снижение её продажи (с 10,9 млн. шт. или 63% от всей продажи до 8,3 млн. шт. или

51% от всей продажи). За тот же период доля «пересаженной» продукции возросла с 3,2 млн. шт. (19% продажи) до 4,0 млн. шт. (25% продажи). Примерно аналогичные изменения произошли в это время и в продаже импортных автомобилей (рост с 3,1 млн. шт. или 18% до 3,9 млн. шт. или 24%). Всё это и стало первым предвестником «кризиса американского автостроения». Представляется, что одна из причин происшедшего кроется в значительном повышении качественных характеристик импортных и «пересаженных» автомобилей.

Проникновение на рынок США иностранных массовых автомобилей в заметных объёмах началось с конца 60-х годов прошлого столетия. Тогда импортировались преимущественно малые по размеру европейские и японские легковые автомобили. Кроме повышенной топливной экономичности, по остальным потребительским свойствам (динамика, плавность хода, управляемость, комфортабельность, надёжность и др.) они не превосходили американские легковые автомобили, а зачастую уступали им. В отличие от Западной Европы, в США, которые характеризуются большими размерами территории и существенно свободной застройкой даже центральной части их относительно молодых городов (спроектированных и построенных не ранее чем 200-300 лет назад), не было ограничений на использование больших по габаритным размерам американских легковых автомобилей. Да и сама топливная экономичность для американских потребителей в то время не играла существенной роли, поскольку, в отличие от Европейских стран, в США до 1970 г. потребность в автомо-

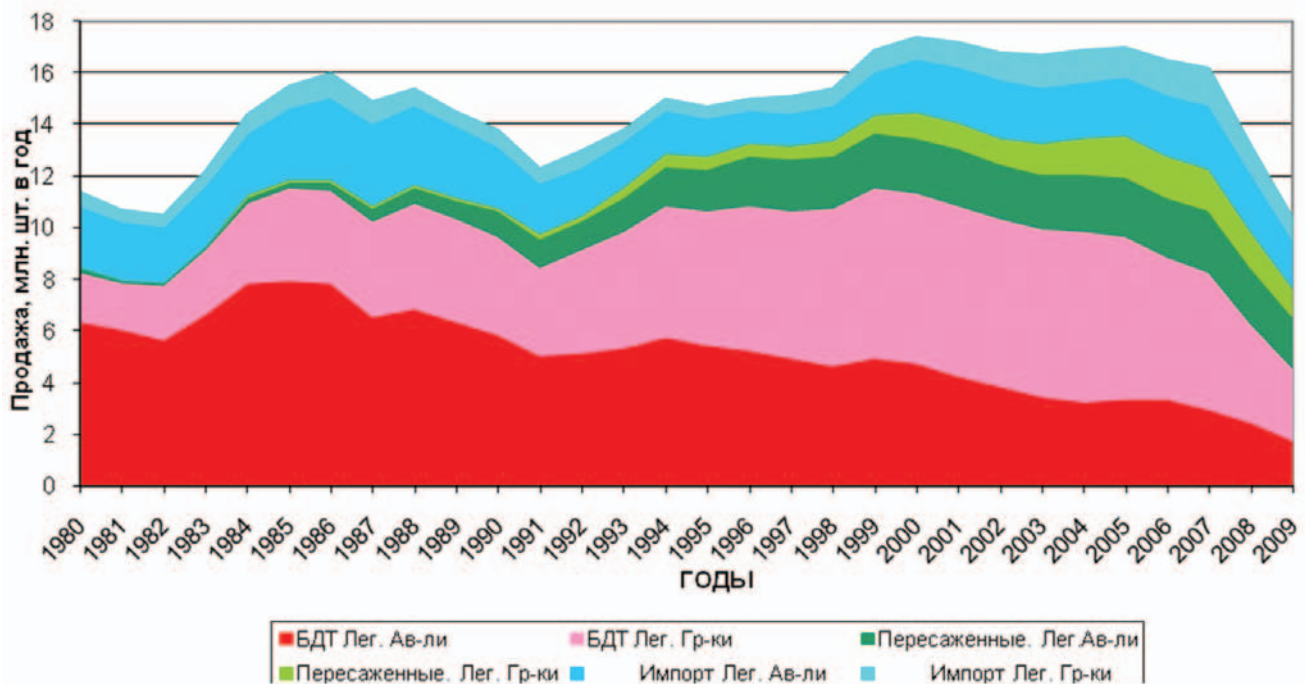


Рисунок 3. Динамика продажи массовых автомобилей в США

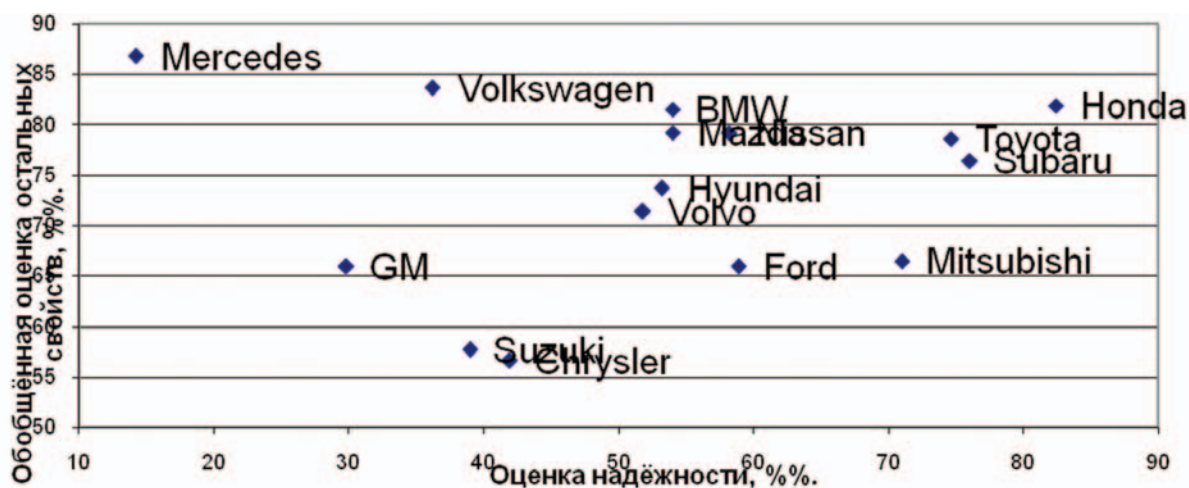


Рисунок 4. Оценка продукции основных поставщиков авторынка США в системе «Надёжность — Свойства»

бильном топливе преимущественно обеспечивалась добычей собственной нефти и величина включаемых в розничную цену бензина налогов была многократно ниже. Всё это предопределяло тогда относительно небольшой спрос на импортные автомобили (в пределах 10% общей продажи), которые большинством потребителей рассматривались как своеобразная «экзотика».

Картина изменяется с начала 70-х годов, когда впервые обнаруживаются сокращения добычи собственной нефти и увеличения её импорта, особенно после 1-го энергетического кризиса 1973 г. Одновременно быстро стал развиваться процесс повышения потребительских свойств импортных, особенно японских, автомобилей и их габаритных размеров. В результате всего этого, к 1980 г. доля импорта превысила 20% всей продажи авторынка США и в ней преваляровала продукция японских автопроизводителей.

С 1984 г., в дополнение к существовавшему до того в Мексике заводу фирмы Volkswagen (выпускавшему популярные тогда в мире автомобили Beetle), в США начали функционировать сначала завод фирмы Honda, а затем и фирмы Toyota. По мере дальнейшего увеличения в Северной Америке мощностей по выпуску «пересаженной» продукции (преимущественно предприятиями фирм Toyota, Honda, Nissan, Volkswagen и др.) доля этой продукции в продаже стала возрастать, временами существенно потеснив импорт (в значительной мере состоящий из продукции заокеанских предприятий тех же фирм). Это сопровождалось созданием зарубежными фирмами специально предназначенных для рынка США моделей автомобилей и существенным общим повышением качества их продукции. В результате, многие «пересаженные» и импортные модели автомобилей стали качественно превосходить одинаковые по классу автомобили БДТ. Этот процесс достиг апогея во второй половине 90-х годов.

И, несмотря на то, что с начала XXI века очень много делается для реального повышения качества автомобилей БДТ, для значительной их части сохраняется отставание по конкурентоспособности. Последнее, в частности, подтверждается приведённой на рис. 4 диаграммой, на которой в координатах «Надёжность — Обобщённая оценка остальных свойств» показано место продукции основных автопроизводителей — поставщиков авторынка США.

Исходные данные для этой диаграммы заимствованы из публикации издания Consumer Report [5], где надёжность оценена на основе регулярно проводимых многочисленных опросов владельцев различных автомобилей, а обобщённая оценка остальных свойств выполнена по особой методике на основе натурных испытаний различных моделей автомобилей.

Продолжение в следующем номере

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. OICA. Production Statistics.
2. WARD'S Automotive Yearbook (2000-2009).
3. WARD'S Motor Vehicle Facts & Figures (1997-2009).
4. Automotive News.
5. Consumer Report (April, 1996- 2009).
6. Transportation Energy Data Book (Editions 27-29).
7. Д.М. Эткин, С.А. Морозов. Автомобили с разными схемами привода в США (Журнал Автомобильных Инженеров, 2008, № 1).
8. Д.М. Эткин. Современное состояние рынка массовых автомобилей США (Журнал Автомобильных Инженеров, 2007, № 5 и 2008, № 1).
9. Д.М. Эткин. Возможный подход к прогнозированию объёма продаж массовых автомобилей («Проблемы Прогнозирования», 2009, № 1).