**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**

**высшего профессионального образования**

**«Национальный исследовательский университет   
«Высшая школа экономики»**

**Факультет Мировой Экономики и мировой политики**

**КафедраМеждународных экономических организаций и европейской интеграции**

**ВЫПУСКНАЯ** **КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

На тему **«Влияние финансово-экономического кризиса в Европе на развитие автомобилестроительной отрасли в Германии»**

Студент группы № 464

Борисова Юлия Михайловна

Руководитель ВКР

Мешкова Татьяна Анатольевна,

доцент, к.п.н.,

доцент кафедры международных экономических организаций и европейской интеграции:

факультета Мировой

экономики и мировой политики

(должность, звание, Ф.И.О.)

Москва, 2013 г.

**Оглавление.**

Введение…………………………………………………………………..………….3

Глава 1. Общая характеристика и тенденции развития автомобилестроительной отрасли……………………………………………………………………..…………6

1.1.Мировые и европейские тенденции развития автомобилестроения: анализ состояния автомобилестроительной отрасли ведущих стран-производителей………………………………………………………………………6

1.2.Немецкое автомобилестроение: сравнение текущего состояния автомобилестроительной отрасли Германии с другими ведущими странами-производителями автомобилей……………………………………………………19

Глава 2.Автомобилестроительная отрасль Германии в кризисном и пост - кризисном контексте………………………………………………………………33

2.1.Негативное воздействие финансово-экономического кризиса на автомобилестроительную отрасль Германии и предпринятые меры для ее восстановления……………………………………………………………………33

2.2.Перспективы дальнейшего развития автомобилестроения Германии: оценка и прогноз……………………………………………………………………………54

Заключение…………………………………………………………………………58

**ВВЕДЕНИЕ**

**Темой** данной работы является влияние финансово-экономического кризиса в Европе на развитие автомобилестроительной отрасли в Германии. Выбор данной темы не случаен и обусловлен двумя факторами. Во-первых, Германия в настоящий момент является одним из важнейших игроком на мировой арене, как в плане политики, так и в экономической сфере, поэтому любые изменения в данной стране, вызванные, в том числе и мировым финансовым кризисом, по-своему отражаются на хозяйственной жизни Европы и мира в целом. А во-вторых, в связи с углубляющейся интеграцией и процессом превращения общего мирового хозяйства в единый для всех стран рынок капитала, товара и услуг, мировая торговля становится одним из наиболее важных показателей при определении позиции стран в мировой экономике. Германия, занимая 3-е место в мировом товарном экспорте и импорте, влияет на формирование всей мировой торговли. Таким образом, выбор темы **актуален**.

На 2013 г. Германия продолжает оставаться одной из ведущих промышленных держав, основной отличительной чертой экономики которой считается ориентация на экспорт. Немецкая экономика опирается на научную деятельность, поэтому основную часть экспорта занимают продукты автомобилестроительной, химической, машиностроительной и электротехнической отраслей. Помимо этого автомобилестроительная отрасль является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей, что приводит к возрастанию конкуренции между уже проявившими себя немецкими компаниями-производителями автомобилей и новыми компаниями. Немецкая автомобилестроительная продукция славится во всем мире своим качеством и надежностью, что положительно сказывается на объеме экспорта всей отрасли. Однако свою лепту в стабильное развитие данной отрасль внес мировой финансовый кризис, разразившийся в 2008 г. и затронувший все мировой хозяйство без исключения. До сих пор страны принимают меры по преодолению последствий данного кризиса. Анализ автомобилестроительной отрасли Германии, мер, которые предпринимаются для улучшения позиции отрасли в мире, и причин, которые позволяют Германии оставаться одним из лидеров в мире по производству и экспорту автомобилей, может помочь другим странам поднять данную отрасль на более высокий уровень. Это объясняет **важность** изучаемой темы.

**Объектом** исследования является автомобилестроительная отрасль Германии, а **предметом** – тенденции развития автомобилестроительной отрасли Германии в период кризиса и после него. Утверждение, что автомобилестроительная отрасль экономики Германии, несмотря на финансовый кризис, смогла преодолеть серьезные трудности, вызванные им, и вновь показать стабильный рост, успешно конкурируя с автоконцернами из других стран, является **тезисом** данной работы.

**Целью** выпускной квалифицированной работы является изучение тенденций автомобилестроительной отрасли Германии в период с 2000 года по настоящее время и непосредственно влияние кризиса на развитие отрасли. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1) определить ведущих стран-производителей автомобилей в мире и в Европе;

2) сравнить состояние автомобилестроительной отрасли Германии с другими ведущими странами в этой области;

3) изучить влияние кризиса на данную отрасль, и каким являлось ее состояние после кризиса;

4) рассмотреть варианты развития событий в будущем и прояснить прогнозы дальнейшего развития автомобилестроительной отрасли Германии.

При выполнении работы в качестве **источников** использованы отчеты ведущих немецких автоконцернов, отчеты и публикации Союза немецких автопроизводителей, ежегодники Международной организации автопроизводителей, монографии, обзоры актуальных событий в автомобилестроительной отрасли Германии в прессе, отчеты международных организаций, в том числе, ВТО и Всемирного Банка, а также необходимые статистические базы. Использование источников, которые являются наиболее актуальными и отражают самые последние тенденции в мировой экономике, а также в автомобилестроительной отрасли в частности, вносит **новизну** в данную работу.

**Результаты**, полученные в ходе работы, могут быть интересны и полезны исследователям, анализирующим причины и следствия мирового экономического и финансового кризиса и возможности противостояния кризисным явлениям в дальнейшем, специалистам, изучающим автомобилестроительную отрасль Германии, для дальнейших разработок, а также служащим и руководителям автоконцернов для пересмотра политики компании с целью улучшить свои позиции на рынке и в будущем избежать повторения неудачного опыта немецких компаний. Это определяет теоретическую и практическую **значимость** исследования.

**Структура** работы соответствует всем необходимым требованиям. Выпускная квалификационная работа содержит 68 страниц, оформлена в соответствии с принятыми стандартами, содержит все необходимые ссылки и включает следующие части: план, введение, две главы, заключение, а также список использованной литературы и источников.

**Глава 1. Общая характеристика и тенденции развития автомобилестроительной отрасли**

**1.1. Мировые и европейские тенденции развития автомобилестроения: анализ состояния автомобилестроительной отрасли ведущих стран-производителей**

Автомобилестроение является одной из самых важных отраслей, которая во многом определяет развитие экономики и социальной сферы стран-производителей автомобилей. Автомобилестроительная отрасль вносит свой вклад в экономику стран, занятость населения, уровень развития технологий, не только непосредственно связанных с производством автомобилей, но и смежных с автомобилестроением областей. Последние десять лет наблюдается устойчивый рост в объемах производства автомобилей по всему миру. Так, в 2002 г. общее количество произведенных единиц равнялось 58 млн., а к 2012 г. это количество превысило 84,1 млн. автомобилей. Согласно Всемирной ассоциации автопроизводителей OICA первое место в мире по количеству произведенных автомобилей в 2012 г. занял Китай с объемом 19,2 млн. единиц. За ним следует США, которые произвели 10,3 млн. автомобилей. На 3-ем месте находится Япония с 9,9 млн. единиц, и, наконец, на 4-ом месте располагается Германия, которая произвела 5,6 автомобилей в 2012 г.[[1]](#footnote-1)

Для определения общих мировых тенденций в автомобильной отрасли, стоит изучить благодаря каким факторам страны-лидеры по производству автомобилей смогли достичь таких высот.

Китай стал самым крупным производителем автомобилей в 2009 г., обогнав США по объемам производства и продаж, начиная с 2001 г. – года вступления КНДР в ВТО. После вступления в ВТО были снижены тарифные и нетарифные барьеры, в том числе импортный тариф для ввоза иностранными автопроизводителями готовых автомобилей или их компонентов снизился на 25%, а импортные квоты вообще были отменены. Дальнейший рост был предопределен большими экономическими возможностями для выхода на мировой рынок, а также либерализацией внутреннего рынке. Помимо этого в Китае наблюдается рост среднего класса, рост доходов и возросший уровень поддержки производителей со стороны правительства. Правительство предпринимает все необходимые меры для поддержания конкурентоспособности китайских автомобилей: происходит приток иностранных инвестиций, вкладываются значительные средства в развитие инноваций и в улучшение дизайна, разрабатываются новейшие технологии по борьбе с загрязнением окружающей среды, изучаются способы по увеличению производительности на китайских заводах.

Также немаловажной чертой китайской автомобилестроительной отрасли является большое количество слияний и поглощений с иностранными компаниями. Причиной тому служат субсидии, сокращение налогов и огромные производственные возможности китайских компаний. На 2-ом месте после Китая по количеству слияний и поглощений идет Восточная Европа, и все благодаря высокому уровню существующих исследований и разработок, заманчивой возможности объединения производственных мощностей.[[2]](#footnote-2) Однако, несмотря на быстрый рост продаж автомобилей, количество автомобилей на душу населения в Китае относительно низко по сравнению с мировыми стандартами. Так в 2011 г. население КНДР составляло 1347 млн. человек, ВВП равнялось 7,298 трлн. долларов, а из 1000 человек автомобилями владело лишь 56, что значительно ниже среднего мирового значения в 125 автомобилей на 1000 человек. Но даже этот, казалось бы, минус, можно сделать выигрышным для Китая. Столько низкое количество автомобилей среди населения позволяет расширять продажи на внутреннем рынке. Правительство при помощи политики «балансирования» поощряет потребление, что к 2015 г. сможет повысить количество автомобилей на 1000 человек до 113. Что касается производства автомобилей, то количество произведенных единиц с каждым годом увеличивается. Это объясняется растущим спросом на недорогие автомобили, а также сравнительно низкими затратами на производство. Помимо этого многие иностранные производители автомобилей предпочитают закупать дешевые компоненты, произведенные китайскими компаниями, для своего производства, что приводит к сокращению прибыли и производительности других фирм.

На настоящий момент в Китае свою деятельность ведут более 100 фирм-производителей автомобилей и свыше 8000 производителей компонентов для автомобилей, которые в большинстве своем расположены на юге, востоке и северо-востоке, а так же в центральной части КНДР. Однако 10 ведущих китайских компаний обладают более 90% всего китайского рынка автомобилей. К ним относятся Китайская государственная автомобилестроительная компания SAIC совместно с General Motors и VW Group, китайская государственная автомобилестроительная компания «Автомобильный завод № 1» (FAW) с Toyota, VW Group и Mazda, автомобильная компания «Восточный ветер» (Dongfeng) с Nissan и Honda и т.д. В 2012 г. на экспорт было отправлено 18 млн. единиц автомобилей и это значение с каждым годом увеличивается.[[3]](#footnote-3) (таблица 1)

**Таблица 1. - Десять ведущих автопроизводителей Китая**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Место** | **Компания** | **Расположение** | **Партнер** |
| **1** | Shanghai Volkswagen Automotive Co | Шанхай | GM, VW |
| **2** | FAW-VW Automobile Co Ltd | Чанчунь | VW, Toyota, Mazda |

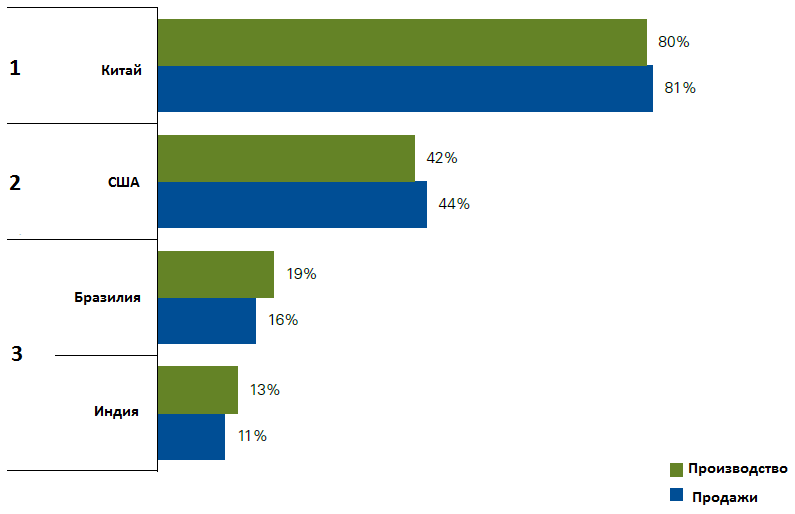
Продолжение таблицы 1.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **3** | Shanghai General Motors Co Ltd | Ухань | PSA, Nissan, Honda |
| **4** | Beijing Hyundai Motor Co | Чонкинг | Ford, Mazda, Suzuki |
| **5** | Dongfeng Nissan Ltd | Пекин | Daimler, Hyundai |
| **6** | BYD Co Ltd | Гуанчжоу | Honda, Toyota, Fiat |
| **7** | Chery Automobile Co Ltd | Хэфэй | - |
| **8** | Guangqi Honda Automobile Co Ltd | Шэньчжэнь | - |
| **9** | Tianjin FAW Toyota Motor Co Ltd | Шэньян | BMW, Toyota |
| **10** | Geely Holding Group Co Ltd | Тайгжоу | - |

**Источник: CAAM, 10 ведущих производителей автомобилей в Китае. -** [**http://www.caam.org.cn/english/**](http://www.caam.org.cn/english/)**.**

В будущем аналитики прогнозируют дальнейший рост объемов производства и продаж со стороны Китая, так к 2016 г. ожидается объем продаж китайских автомобилей на уровне 20-24 млн. единиц. Однако самое интересное произойдет с лидерами на 3-ем месте. Вместо нынешней Японии на ее место придут Бразилия и Индия, что позволит странам БРИКС завоевать долю в 43% мирового рынка в 2016 г. вместо 36% на 2011 год.[[4]](#footnote-4) Это отражено на графике 2.

**График 2.** - **Страны-лидеры по производству и продаже автомобилей в 2016 году**

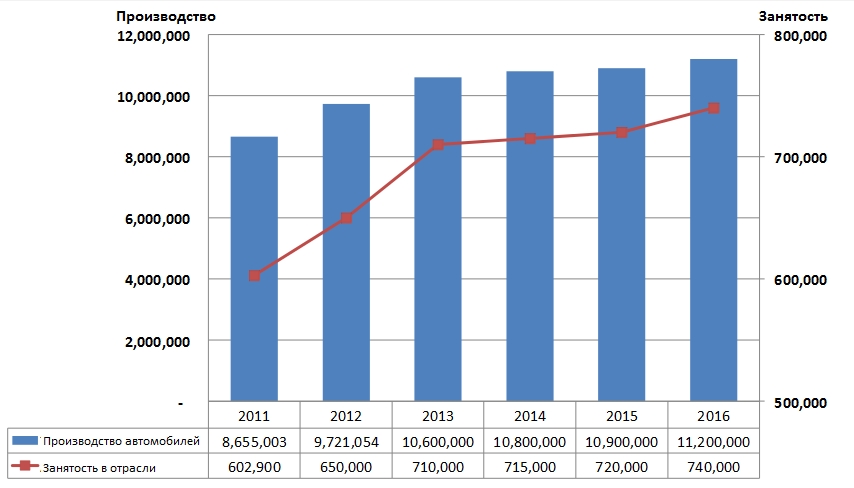


**Источник: KPMG International. Op. cit. P.38**

Одной из основополагающих индустрий в США является автомобилестроительная отрасль. За последние 10 лет эта отрасль испытывала и период роста и драматичного падения в 2009 году, однако 2012 г. был удачным для автопроизводителей. Впервые за 5 лет рост продаж составил 14,4 млн. единиц продукции, или на 13% больше, чем было в предыдущем году. Объем производства составлял 11 млн. единиц. В 2013 г. ожидается дальнейшее увеличение производства до 12 млн. единиц и продаж до 14,9 млн. единиц продукции автомобилестроительной отрасли США. Рост продаж привел к увеличению выручки 20 ведущих мировых производителей автомобилей, среди которых присутствуют американские компании Chrysler, GM, Ford. Именно Chrysler показал максимальный рост продаж в 39% по сравнению с 2011 годом.[[5]](#footnote-5) Наибольшая доля на американском внутреннем рынке распределяется между 7 компаниями-производителями автомобилей. Первое место с долей в 19,4% занимает GM, a 7-ое место у Hyundai с 8,1%.

Производители играют важную роль в предоставлении рабочих мест и, таким образом, увеличению благосостояния американских жителей. Свыше 700 тыс. человек работают на производстве, а свыше 5,5 млн. занято в сопутствующих отраслях. Так, например, в торговле, страховании, обслуживании и т.д. Максимальное количество занятых в данной отрасли находится в Калифорнии, Мичигане и Техасе, также 20 штатов славятся наличием 100 тыс. видов рабочих мест, которые связаны с автомобилестроительной отраслью. В будущем аналитики прогнозируют рост занятости до, как минимум, 740 тыс. человек в 2016 году. Это показано на графике 3.

**График 3. - Производство автомобилей и прогноз в США**



**Источник: Hill.Kim The U.S. Automobile Industry Outlook.**

Американское правительство поставило три главные задачи в области энергетики для дальнейшего развития автомобилестроительной отрасли. В связи со стремлением во всем мире к сокращению отрицательных выбросов, США поощряет инвестиции, как со стороны частных лиц, так и компаний. Инвестиции в 2012 г. составили 11 млрд. долларов. Это первая задача. Второй задачей является поиск более эффективных источников энергии и путей замещения стандартных источников. А после произошедших событий в Японии и Таиланде, правительство всерьез задумалось об эффекте глобализации на всю экономику.[[6]](#footnote-6)

Автомобильная индустрия внесла свой существенный вклад в национальное благосостояние. В 2011 г. она выплатила свыше 140 млрд. долларов налогов, которые состоят из налога на продажу, на использование, подоходный налог и налоги на бизнес. Что касается территориального разделения на количество принесенных налоговых сборов в казну, среди штатов – лидеров выделяются Калифорния, Техас и Флорида.

Интересным фактом можно назвать тенденцию к большему увеличению цен на покупку использованных автомобилей, чем на новые автомобили. Среднее количество лет использования автомобилей в США – 10,8 лет.[[7]](#footnote-7)

Что касается кооперации с другими странами, США наращивает потоки экспорта в развивающиеся страны, а также активно создает совместные предприятия с другими странами-лидерами в автомобилестроительной отрасли. Среди важных партнеров выделяется Япония. Американская компания Ford совместно с японской Mazda создали международный автомобильный альянс, где каждая компания обладает 50% долей. Также Ford и Toyota занимаются улучшением двигателей для грузовиков.

Итак, прогнозы на дальнейшее развитие автомобилестроительной отрасли в США весьма оптимистичные, и каждый показатель эффективной работы отрасли в ближайшие несколько лет будет изменяться в положительную сторону.

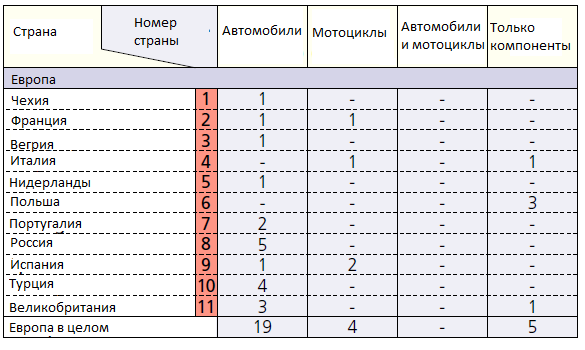
Автомобилестроительная отрасль является ключевой для Японии. Объем производства автомобилей в 2012 г. в Японии составил 9,9 млн. единиц. Производители автомобилей и комплектующих предоставляют рабочие места 5,45 млн. человек, а это составляет 8,7% от всех занятых в Японии. Люди занимаются либо непосредственным производством, либо продажей, предоставлением сопутствующих услуг и т.д. Причем в производстве занято всего 787 тыс. человек. В связи со сложным процессом производства всех необходимых деталей и частей для готовой продукции, а порой их количество достигает 30 тыс., автопроизводители с каждым годом увеличивают закупки необходимых составляющих из-за границы. Особой тенденцией в автомобилестроительной отрасли Японии является увеличение инвестиций в исследования и разработки, в особенности в автомобильное оборудование и информационные технологии.

Однако говоря о Японии, стоит возвратиться к 2010 году. В результате разрушительного землетрясения в Японии, а также наводнения Таиланде во всем мире наблюдался спад спроса на продукты автомобилестроительной отрасли. Покупатели сомневались в экологической безопасности японских автомобилей и отказывались от приобретения данных автомобилей. В связи с этим, в 2011 году был отмечен спад экспорта автомобилестроительной отрасли на 8,4% или, в числовом выражении, до 11,5 трлн. йен. То есть, таким образом, на экспорт было направлено 4,75 млн. единиц продукции автомобилестроительной отрасли. В то же время внутренний спрос был на уровне 4,45 млн. единиц.[[8]](#footnote-8) Основными рынками сбыта для Японии являются США и Европа, однако ежегодно увеличивается объем экспорта в развивающиеся страны. То есть растет доля в экспорте азиатских стран и стран Латинской Америки. В начале 2012 г. количество автомобилей, которыми пользовались в Японии, насчитывало 75,5 млн. единиц, из которых 58,7 млн. единиц – личный транспорт. В среднем количество лет использования автомобилей составляло 13 лет.[[9]](#footnote-9) Производство также пострадало от природных катастроф. Так в 2008 году данной отраслью было произведено 12 млн. единиц продукции, в 2011 г. это значение составляло только 8,34 млн. единиц. Для преодоления негативных последствий катастроф правительство Японии в конце декабря 2011 г. ввело программу по поддержке автомобилестроительной отрасли при помощи субсидий, в том числе и на покупку экологических видов автомобилей. Поэтому уже в 2012 г. был отмечен рост продаж на азиатском и американском рынках, что благоприятно сказывается на общем состоянии отрасли и экономики в целом: увеличился спрос на внутреннем рынке до почти 5 млн. единиц, а также увеличился объем экспорта. В настоящий момент производство автомобилестроительной отрасли производит 20% от ВВП Японии и налоговую выручку в размере 10% от общего количества налогов. К ведущим производителям автомобильной продукции в Японии относятся Honda, Isuzu, Mazda, Mitsubishi, Mitsuoka, Nissan, Subaru, Toyota.

Возвращаясь к экологии, Япония как член Киотского протокола согласилась на сокращение выбросов в атмосферу до уровня 1 186 млн. тонн. Из них около 20% вредных выбросов приходится на транспортную отрасль, так в 2011 г. значение составляло 250 млн. тонн. Таким образом, первоначальным целями в автомобилестроительной отрасли Японии являются улучшение работы и эффективности работы мотора, сокращение использования топлива и поиск альтернативных источников энергии. В 2011 г. были выпущены свыше 1,5 млн. единиц автомобилей, работающих не на обычном топливе или использующие электричество.[[10]](#footnote-10)

Японские автомобильные производители активно развивают свой бизнес за рубежом, перенося туда свое производство. Перенос может осуществляться как в виде постройки филиалов, так и создании совместных предприятий. Некоторые производители предпочитают производить за границей исключительно комплектующие, а итоговое производство осуществлять в Японии, а другие, напротив, переносят все производство в другие страны, например, в США, страны Южной Азии, Европы, а с недавних пор к ним присоединились Россия, Китай и некоторые другие развивающиеся страны. Это создает дополнительные рабочие места, экспортную выручку для принимающих стран и возможность использовать в дальнейшем более совершенные технологии для собственного производства. (таблица 4)

**Таблица 4. - Заграничные базы автопроизводителей Японии: количество заводов, 2012**

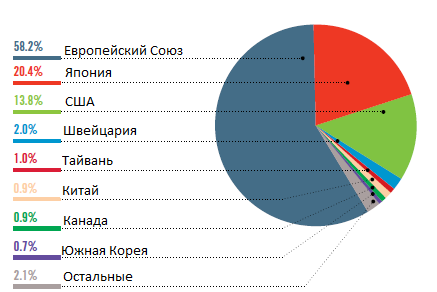
**Источник: Jidosha Kaikan. The motor industry of Japan 2012. P.47.**

Так Япония совместно с производителями из США, Японии и Китая успешно расширяет свою сферу деятельности. Например, американская компания General Motors имеет 100% долю в собственном капитале фирмы GM Japan, а японская фирма Isuzu, в свою очередь, является поставщиком двигателей для GM. В будущем ожидается увеличение производства японским автопроизводителем и, как следствие, увеличение экспорта, а также Япония будет ставить на первое место заботу об окружающей среде и разработку новых технологий.

Помимо рассмотрения автомобилестроительной отрасли Китая, США и Японии, стоит уделить внимание Европе. Европейский Союз, который является важным игроком на мировой арене, также оказывает влияние на автомобилестроительную отрасль в мире.

Европу в целом можно назвать лидером по производству автомобилей в год, т.к. это значение за последние несколько лет в среднем составляло 17 млн. автомобилей в год, что в доле составляет 24% от мирового уровня. Однако, сравнивая со странами БРИК, чья мировая доля составляет 36,4%, европейская автомобилестроительная отрасль является второй по значимости. Являясь основополагающей отраслью в Европе, фирмы-производители, а также производители компонентов предоставляют рабочие места свыше 12 млн. человек по всему Европейскому Союзу. Из общего числа занятых лишь 2 млн. человек работают непосредственно на производстве автомобилей и оборудования для автомобилей. Лидером по количеству предоставленных рабочих мест в Европе является Германия, которая обеспечила 775 тыс. человек в 2011 г. рабочими местами в автомобилестроительной отрасли. Одно рабочее место в основной деятельности создает дополнительно 5 рабочих мест в смежных предприятиях. Ежегодно в отрасль поступают инвестиции в размере 26 млрд. евро или 5% от общего оборота автомобилей. В то же время общий оборот составляет 625 млрд. евро, а из них количество единиц автомобилей и других составляющих идет на экспорт в сумме 104 млрд. евро. В ЕС непосредственно наблюдается тенденция приобретения автомобилей среднего класса. В 16 странах ЕС действуют около 177 заводов по производству автомобилей и автозапчастей, и они являются основным экономическим фактором благосостояния не только городов, но и целых регионов. Максимальное количество заводов расположено в Германии - 46 заводов, и во Франции - 29 заводов. (график 5) Однако Европа, ничем не отличаясь от других производителей в автомобилестроительной отрасли, тоже переносит производство в развивающиеся страны.

**График 5. - Количество поданных заявок на получение патента в автомобилестроительной отрасли, 2011**



**Источник: The automobile industry pocket guide. European automobile manufacturers association (ACEA). P. 25.**

Главной отличительной чертой европейской автомобилестроительной отрасли является высокий уровень используемых технологий, которые обеспечивают максимально возможную защиту окружающей среды. Таким образом, благодаря долгосрочной стратегии, направленной на сокращение использование водных ресурсов при производстве автомобилей, Европе удалось снизить это значение до 60 млн. квадратных кубометров воды в 2011 г. с 95 млн. в 2005 г. Помимо этого, в связи с растущими требованиями к качеству, безопасности, в том числе и экологической, и оснащенности автомобилей, растет потребность в энергии. Европа, активно работая над эффективностью использования энергии, смогла снизить количество затраченной энергии на 3,4%. Она находится на 1-ом месте по количеству поданных заявок на получение патентов. Количество заявок составляло 8 568 патентов в 2011 г. Что касается европейского экспорта автомобилестроительной отрасли, то 34,6% направляется в Азиатские страны. Внутреннее потребление в Западной Европе составляет 28%. Импортирует же Европа преимущественно из Японии и США, 27,5% или 450 тыс. единиц и 19,5%, соответственно. В дальнейшем ожидается рост производства в ЕС, который будет идти параллельно с мировым ростом автомобилестроительной отрасли.[[11]](#footnote-11)

Таким образом, изучив автомобилестроительную отрасль трех стран-лидеров, по производству автомобилей, а также Европейского союза, было обнаружено, что им всем были присущи схожие характеристики. Именно благодаря ниже перечисленным тенденциям Китай, США, Япония и Европа могут выступать и дальше в качестве ведущих стран по объему производства и экспорта автомобилестроительной отрасли.

Во-первых, все большее значение уделяется развивающимся странам, в частности БРИКС. Однако в дальнейшем к ним присоединяться страны, так называемые «Next 11». Это Бангладеш, Египет, Иран, Пакистан, Турция, Вьетнам и т.д. Эти страны будут оказывать сильной влияние на дальнейший рост автомобилестроительной отрасли в мире. С их стороны ожидается увеличение спроса, что позволит расширять и дальше производство.

Во-вторых, увеличивается контроль и регулирование пользования автомобилей со стороны правительств с целью сократить отрицательный эффект на окружающую среду, уменьшить количество автомобильных пробок и снизить затраты при помощи использования новейших технологий. Все больше инвестиций привлекается в автомобилестроительную отрасль с целью разработки более эффективных и экологических технологий при производстве автомобильной продукции. Эту тенденцию можно назвать стремлением к экологическому балансу.

В-третьих, компании-производители автомобилей вынуждены все больше использовать информационный маркетинг, чтобы привлечь новых покупателей, а также своевременно обнаруживать изменения на рынке с целью избежать потерь. Особенно актуально это в связи с нестабильной экономической обстановкой в мире.

И, наконец, в-четвертых, из-за усиленных мер по защите окружающей среды, компании вынуждены производить автомобили с меньшими выбросами, а также автомобили, которые легко пустить в переработку или утилизировать. Немаловажную роль начинают играть автомобили не на топливе, а с использованием электричества.

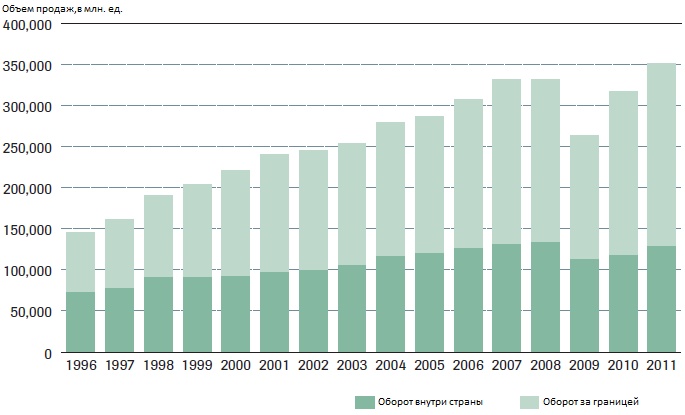
*Итак, проведенный анализ ведущих стран в автомобилестроительной отрасли позволяет точно сказать, что имея с ними аналогичные характеристики, любая страна может успешно конкурировать на мировом рынке, предлагая высококачественную продукцию и удовлетворяя спросу со стороны иностранных покупателей. Конечно, происходящие колебания в мировой экономике отражаются на стабильной работе каждой отрасли, но правильная оценка обстановки и верно выбранный курс позволяют оставаться среди лидеров.*

**1.2. Немецкое автомобилестроение: сравнение текущего состояния автомобилестроительной отрасли Германии с другими ведущими странами-производителями автомобилей**

Германия является одной из передовых стран в мире, что выражается в ее значительной роли в проведении политики не только ЕС, но и всего мира в целом. ФРГ обладает сильной экономикой и не раз подтверждала свою способность успешно справляться со всеми возникающими трудностями. Экономика Германии имеет свою отличительную черту, которая заключается в ориентации на экспорт. Особое внимание в Германии уделяется технической составляющей, поэтому во всем мире ценится немецкая продукция. На настоящий момент более 60% совокупного немецкого экспорта приходится на четыре основные отрасли промышленности: электротехническую, машиностроительную, химическую и автомобилестроительную. Однако ведущей отраслью можно назвать автомобилестроительную.

Автомобилестроительная отрасль Германии считается самой крупной, и подтверждением тому является ежегодный оборот, который в 2011 г. насчитывал 351 млрд. евро или 20% от общего оборота всей немецкой индустрии. (график 6) Ежегодно, начиная с 2010 г., индустрия показывала рост реальной добавочной стоимости в размере 15,8% в 2010 г**.** и 6,2% в 2011 г. В то время как вклад сельского хозяйства, лесничества и рыболовства снижается в структуре немецкой экономики. Особенно заметна возрастающая роль автомобилестроительной отрасли в сравнении с 90-ми годами прошлого века, когда доля составляла 12%.[[12]](#footnote-12)

**График 6. - Ежегодный оборот в автомобилестроительной отрасли Германии, 1996–2011 гг**



**Источник: Федеральное Статистическое Агентство Германии. -** [**https://www.destatis.de/EN/Homepage.html**](https://www.destatis.de/EN/Homepage.html)**.**

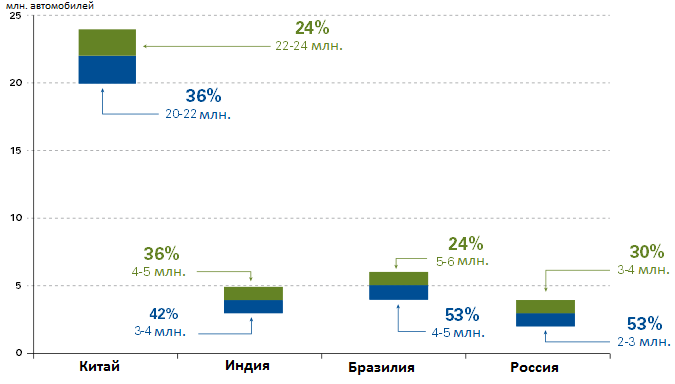
Другим показателем успешности отрасли считается объем производства автомобилей. Так, в 2012 г. немецкие автопроизводители выпустили 5,64 млн. единиц автомобилей, однако это значение на 8% ниже аналогичного значения предыдущего года, когда было выпущено 6,31 млн. единиц. В 2012 г. из общего числа произведенных автомобилей 260 813 единиц приходилось на автомобили для коммерческих перевозок.[[13]](#footnote-13) В целом 2011 г. можно считать более успешным, чем 2012 г. В этот год немецкие автопроизводители отметили возобновившийся рост продаж автомобилей после резкого спада, вызванного отменой выплат утилизационных премий. Кстати, именно в 2011 г. Германия отпраздновала 125-летие появления автомобиля в стране.

Основные немецкие автоконцерны Volkswagen, BMW Group, Daimler AG входят в двадцатку ведущих автоконцернов мира, а Volkswagen, например, находится на втором месте после американского производителя General Motors в рейтинге ведущих мировых автопроизводителей. Каждая компания содержит в своем профиле несколько брендов. Компания Volkswagen Group состоит из Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, MAN, Porsche, Scania, SEAT, Skoda, Volkswagen,Volkswagen Commercial Vehicles. В профиле автоконцерна BMW AG представлены BMW, BMW i, BMW M, MINI, Rolls-Royce. И, наконец, Daimler AG включает в себя BharatBenz, Denza, Freightliner, Master, Mercedes-AMG, Mercedes-Benz, Mitsubishi Fuso, Setra,Smart, Thomas Built,Western Star. Среди трех производителей лидером по продажам автомобилей на внутреннем рынке в 2012г. выступал Volkswagen.

В 2011 г. в Германии было приобретено 3,5 млн. автомобилей. Из них 3,1 млн. единиц приходилось на личный транспорт, а 334 тыс. на коммерческий. Однако из-за спада в объеме продаж, количество приобретений новых автомобилей в 2012 г. снизилось до значения 3,39 млн. единиц, потеряв 3,3%. Говоря о предпочтениях немцев определенных брендов автомобилей, то оно отдается немецким автоконцернам. В 2012 г. немцы приобрели 2,18 млн. автомобилей под немецкой маркой, а из них в свою очередь 1,32 млн. автомобилей были произведены в ФРГ. Безукоризненным лидером является Volkswagen, который реализовал 672 921 единицу продукции и обошел своих конкурентов. На втором месте находится BMW с 284 494 автомобилями, однако Mercedes практически догнал BMW, т.к. реализовал 282 353 единиц. Audi занимает 4-ое место с 266 582 единицами автомобилей, Пятое место отдано Opel, который потерял одну позицию за последний год. Из не немецких марок, в Германии преимущественно покупают Renault, Nissan и Fiat.[[14]](#footnote-14)

Что касается зарубежной торговли автомобилями, то в 2012 г. ФРГ отправила на экспорт 4,1 млн. единиц. Но в прошлом году немецкие автопроизводители экспортировали 4,5 млн. единиц продукции. Продажи автомобилей составляли 356 973 млн. евро в 2012 г. и это на 1,6% большего прошлогоднего значения. Из них продажи автомобилей внутри страны равнялись 128 238 млн. евро. Основными торговыми партнерами Германии являются страны Западной и Восточной Европы, США и Китай. Из большего объема экспорта 17% приходится на Великобританию, 11% - Италию, 9% - Францию, по 14% на Америку и азиатские страны. Одним из ключей к дальнейшему успеху немецких автопроизводителей можно с уверенностью назвать огромные темпы прироста экспорта в развивающиеся страны, в частности в страны БРИКС. (график 7) За период 2010-2011 гг. и по сей день Германия увеличивает объемы экспорта в Бразилию на 34%, в Россию на 61,4%, в Индию на 60,8%, в Китай на 22,5%, а также в ЮАР.[[15]](#footnote-15) Это позволяет существенно расширять имеющийся рынок сбыта и компенсировать сокращение спроса в Европе из-за нестабильного финансового положения. Германии удается расширять свою долю за счет высокого качества своей продукции, высокому уровню безопасности и экономичности. Во всем мире ценятся автомобили немецких производителей, и нет сомнений, что такая репутация автомобилестроительной отрасли Германии имеет значительное влияние на мировой спрос.

**График 7. - Объем продаж в странах БРИКС в 2016 году (Прогноз)**



**Источник: KPMG’s Global Automotive Survey 2012.(Global version). 2012. January P. 39.**

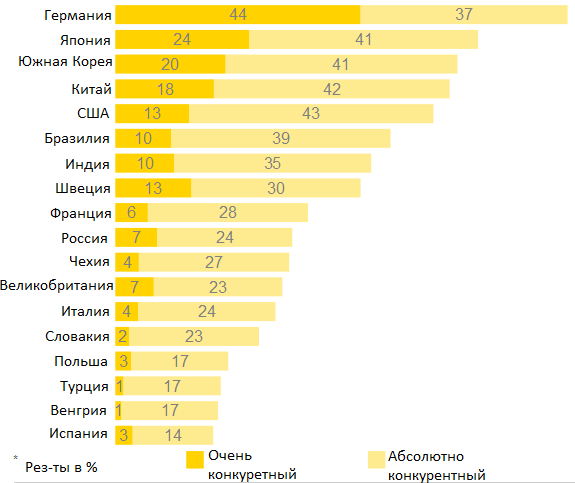
Столь позитивное положение дел в 2011 году в автомобильной индустрии хорошо сказалось на деятельности компаний по производству запчастей и компонентов. Их главными поставщиками считаются немецкие производители, которые предоставляют заказы на большую часть произведенной продукции. В 2011 г. оборот производителей компонентов для автомобилей составил 69 млрд. евро.[[16]](#footnote-16) Однако в 2012 г. ведущие автоконцерны, среди которых Daimler, объявили о своем намерении сэкономить, заменив часть дорогих компонентов на более дешевые, а также используя одни и те же запчасти для нескольких моделей автомобилей. Помимо этого компании Mercedes и Volkswagen осуществляют производство автомобилей разных классов на базе универсальных платформ и с использованием общих для всех части деталей. Это позволяет сократить производственные издержки.

Основные ведущие немецкие автопроизводители придерживаются стратегии по наращиванию производства автомобилей люкс - класса. В 2011 г. было неясно, что произойдет со спросом на автомобили данного класса в 2012 году, т.к. ожидался спад спроса со стороны Европы. Но все же, несмотря на общее сокращение экспорта немецких автомобилей со стороны европейских стран, а именно Западной и Восточной Европы, и происходящего в настоящий момент долгового кризиса в Европе, автопроизводители сообщили в 2012 г., что вырос спрос на автомобили класса люкс. Немецкий автопроизводитель Porsche в 2012 г. объявил об увеличении спроса на люксовые автомобили на 14% и о дальнейших ожиданиях на увеличение роста спроса вдвое по сравнению с 2011 г. Это объясняется выпуском новой модели автомобиля новейшего поколения. Сам же рост обеспечивается стабильным спросом со стороны Китая: поставки автомобилей высокого класса выросли на 24%. Audi, как еще один производитель дорогих автомобилей, не остался в стороне. Его правление сообщило о росте мировых продаж на 12,3%, который подкреплялся выросшим на 38% спросе в Китае и на 16,5% - в США. Кстати, почти четверть всех продаж Audi направляется именно в КНР. Продажи Mercedes в Китае также выросли на 8%. Несмотря на то, что экономика Китая в 2012 г. потеряла свой прежний импульс, продажи в стране растут. И это отличная возможность для вышеназванных производителей автомобилей премиум - класса расширять свою деятельность во всех регионах мира. Однако среди автоконцернов до сих пор обитает настроение некой неуверенности в будущих успешных продажах, т.к. влияние долгового кризиса чувствуется достаточно сильно. В связи с этим компании ведут постоянный мониторинг рынка автомобильной продукции и положение экономики в целом, чтобы при любом колебании быстро приспособиться к изменившимся обстоятельствам. [[17]](#footnote-17) Но это не помешало, например, компании Audi продать в 2012 г. 1,3 млн. единиц авто, хотя это количество ниже 1,54 млн. единиц в 2011 г. А компания BMW активно занимается выпуском новых моделей автомобилей. Помимо спроса на автомобили премиум класса, второй тенденцией является увеличение спроса на автомобили низшего класса.

Для производства продукции автомобилестроительной отрасли на нее работают 742 199 человек, из которых 419 551 занимается производством транспорта, 291 751 – производством аксессуаров для автомобилей.[[18]](#footnote-18) Столь большое количество занятых в данной отрасли экономики Германии объясняется множеством факторов. Среди них: высокий уровень прямых иностранных инвестиций, большое количество заводов на территории страны (47), высокий уровень инноваций в отрасли, достойный уровень образования и т.д.

Германию считают самой привлекательной страной в Европе для инвесторов и пятой в мире. Рейтинг доверия у Германии составляет 1, 52, а максимальный рейтинг 1,87 у Китая. Согласно мнению аналитиков и директоров крупных корпораций, в их числе сотрудники Ernst and Young, именно в Германию направляется максимальное количество прямых иностранных инвестиций. В 2011 г. количество инвестиций составляло 49 млрд. долларов.[[19]](#footnote-19) Также большим притоком ПИИ обладает Бельгия, Великобритания, Франция. Возможность привлекать дополнительный капитал положительно сказывается на конкурентоспособности и в дальнейшем к удовлетворению акционеров. Наибольшую выгоду приносят сотрудничество с немецкими исследовательскими институтами и центрами. Даже США предпочло открыть собственные исследовательские центры в Германии для непосредственного и непрерывного контакта с немецкими специалистами. В 2012 г. общее количество инвестиций в данную отрасль насчитывало 14,1 млрд. евро. Все инвестиционные проекты поощряются финансовой поддержкой, которая осуществляется при помощи различных инструментов. Инструменты, направленные на стимулирование инвестиционной активности, охватывают все виды деятельности и к ним можно прибегнуть на любой стадии воплощения проекта. Поддержка проектов может осуществляться независимо от того, в какой стране положили начала инвестиционному проекту. К видам инструментов поддержки относятся, в том числе, стимулирование немедленной оплаты, субсидии для капитальных вложений, налоговые льготы за инвестирование капитала, государственные гарантии и т.д. Помимо этого предоставляются гранты, субсидии на выплату заработных плат, стимулируется НИОКР, происходит софинансирование затрат на покупку зданий, оборудования, необходимых материалов. Все это позволяет значительно снизить затраты.[[20]](#footnote-20) В качестве примера можно обратиться к графику 8.

**График 8. - Опрос: Насколько конкурентны рынки в зависимости от уровня инноваций, 2013**



**Источник: European Automotive Survey 2013. Ernst & Young GmbH. 2013. P. 19. -** [**http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European\_Automotive\_Survey\_2013\_eng/$FILE/European%20Automotive%20Survey%202013%20eng.pdf**](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European_Automotive_Survey_2013_eng/$FILE/European%20Automotive%20Survey%202013%20eng.pdf)**.**

В зависимости от стадии воплощения проекта появляется необходимость в различных видах финансовой поддержки. Для только положивших свое начало инновационных проектов важным является поиск венчурного капитала. Для упрощения этого процесса Германия предоставляет возможность быстрого поиска партнеров при обращении в Ассоциацию венчурного капитала и частного капитала, также предприниматели участвуют на специальных конференциях и событиях, посвященных старт-апам. Помимо этого свои услуги предлагают предприятия венчурного капитала и банки развития. Для предприятий, уже осуществляющих свою деятельность, предоставлены другие возможности стимулирования бизнеса. Основным источником финансирования для них являются займы. Помимо обращения к стандартным для этого случая коммерческим банкам, компании в Германии могут прибегнуть к специализированным государственным программам.

Автомобилестроительная отрасль также считается самой инновационной отраслью в Германии. Вся продукция создана с использованием самых совершенных технологий. Ежедневно в Германии регистрируется около 10 патентов, связанных с автомобилями, а это значение максимальное во всем мире. Также ФРГ является первой в мире по количеству патентов, зарегистрированных в Европейском Патентном Бюро, Японском Патентном Бюро и Американском Патентном Бюро. Особо важно, что половина всех немецких патентов связана с технологиями, позволяющими оберегать окружающую среду.[[21]](#footnote-21)

Из-за большого количества изготовителей комплектного оборудования в Германии, составляющих 17% от мирового производства личного транспорта, ведут и расширяют свою деятельность поставщики и фирмы по предоставлению услуг. Эти компании имеют возможность получать прибыль от взаимодействия с клиентами. Автомобилестроительная отрасль включает в себя непосредственно производство, науку и образование, без которого невозможно двигаться в ногу с наукой. Именно затраты на НИОКР в автомобильную отрасль максимальны в ФРГ. В 2012 г. их объем составил около 20 млрд. евро, из которых внутренние затраты были на уровне 16 млрд. евро. А это больше чем треть всех расходов на НИОКР в Германии. Германия занимает 1-ое место в мире по расходам на НИОКР. А штат людей, занятых НИОКР в автомобилестроительной отрасли, составляет свыше 90 тыс. людей в 2011 г.[[22]](#footnote-22)

В целом Германия обладает уникальной системой образования. Почти 84% всего населения получило образование в университетах или специализированное образование. Это на 17% выше среднемирового значения. Таким образом, высокие стандарты немецкого образования никто не ставит под сомнения. Среди всех выпускников 30% заканчивают институты по технической и научной специальностях.[[23]](#footnote-23) За последние несколько лет количество студентов, изучающих механику и инжиниринг, увеличилось практически в 1,2 раза, а новый технические специальности, связанные с автомобилестроением, очень быстро привлекают внимание будущих специалистов. Большинство студентов с техническими специальностями по окончанию учебных заведений выбирают карьеру в автомобильной отрасли, что гарантирует будущий успех отрасли.

Другим важным фактором для определения привлекательности Германии в качестве объекта вложения инвестиций служит конкурентный рынок труда. [[24]](#footnote-24)Высокий уровень производительности, выше чем в среднем по Европе, а также медленно растущие затраты на рабочую силу наряду с возможностью выбора работы с фиксированным временем или сменной работы привлекает международный бизнес.

Немаловажным является развитая инфраструктура Германии. Согласно Международному отчету по конкурентоспособности в 2012 г. ФРГ заняла 9-ое место в мире по наличию развитой инфраструктуры.[[25]](#footnote-25) Большое количество транспортных узлов, развитой железной дороги, скоростных автострад и других транспортных путей сообщения упрощает процесс доставки готовой продукции, как в стране, так и за рубежом, а также комплектующих для дальнейшего производства.

Немецкое правительство также осуществляет выгодную систему налогообложения. Были проведены реформы в каждой отрасли, т.к. в зависимости от отрасли нужно выставлять приоритеты по-разному. В среднем компании должны платить налог в размере 30%, однако, в некоторых муниципалитетах это значение ниже на 8%. В целом налоговое бремя по стране для компаний должно придерживаться 22,83%.

Большое внимание в ФРГ уделяется защите окружающей среды. С каждым годом очень быстро растет спрос на малые по размеру автомобили и использующие малое количество энергии. Этот спрос позволяет Германии оставаться на первом месте в Европе по производству автомобилей. Согласно проведенным опросам, нынешние владельцы автомобилей класса люкс предпочтут в дальнейшем заменить существующий автомобиль на маленький и экологически более выгодный. В настоящее время наличие дорого автомобиля больше не является решающим фактором для его покупки. Люди покупают автомобили в зависимости от объемов выбросов в атмосферу и количества потребляемого топлива. Однако этот тренд никак в будущем не повлияет на спрос на автомобили высшего класса. Так к 2015 г. ожидает рост до 4,8 млн. единиц. Ведь, как уже было сказано выше, спрос будет увеличен за счет развивающихся стран и стран БРИКС.

Обеспокоенность защитой об окружающей среде подтолкнуло немецкое правительство к более пристальному регулированию вредных выбросов. Правительство Германии установило предельные уровни разрешенного загрязнения для заводов, личного транспорта, коммерческого транспорта, мусоросжигательных заводов и т.д. Также были повышены налоги, связанные с экологией. Что касается потребления топлива и выбросов оксида углерода в атмосферу сократились до 130 г/км. Это можно достичь за счет постоянных разработок немецких инженеров и поисков альтернативных источников энергии. К 2020 г. планируется снизить выбросы со 130 г/км до 95 г/км. В целом по стране поставлена цель - сократить вредоносные выбросы на 34 млн. тонн. Кстати, немецкие автоконцерны уже производят некоторые модели автомобилей в соответствии с предъявляемыми требованиями.[[26]](#footnote-26) (таблицу 9)

**Таблица 9. - Загрязнение безрельсовым транспортом оксидом серы в тоннах**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Страна/год** | **2001** | **2002** | **2003** | **2004** | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** |
| **Европейский Союз** | 106 320 | 86 109 | 81 528 | 77 397 | 25 221 | 23 490 | 21 871 | 16 203 | 8 012 | 7 072 |
| **Гемания** | 16 036 | 3 453 | 826 | 830 | 808 | 819 | 813 | 811 | 815 | 827 |

**Источник: Материалы Eurostat. (Евростата). Загрязнение воздуха. -** [**http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do**](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do)**.**

Таким образом, Германия, как ни одна другая страна совмещает в себе все необходимое для стабильного роста автомобилестроительной отрасли. Производители постоянно совершенствуют технологии для производства, создают новую продукцию, предоставляют рабочие места большому количеству людей, улучшают дизайн уже имеющихся продуктов и, самое главное, никогда не стоят на месте. Успех автомобилестроительной промышленности, одной из основополагающих отраслей, напрямую зависит от выбранных стратегий автоконцернов. Три крупнейших мировых автопроизводителя расположены именно в Германии - Volkswagen, BMW и Daimler AG. Они играют значительную роль на мировом автомобильном рынке, влияя на мировое производство. Их нацеленность на рынок развивающихся стран вместе с высоким уровнем конкурентоспособности обеспечивает им и дальше нахождение в мировых лидерах. Однако и немецкое правительство не остается в стороне. Оно заботится не только о благосостоянии своих граждан, но и об окружающей среде, всячески поощряя производство экологических видов автомобилей, поиск новых видов энергии и вклады в исследования и разработки.

*Таким образом, Германия полностью подтверждает свое высокое положение в рейтинге по объемам производства автомобилестроительной отрасли. Основные ее черты схожи с характеристиками стран-лидеров. Автопроизводители прикладывают все усилия, чтобы достичь больших высот и завоевать все большую долю рынка. Продукция немецких автоконцернов является достойной, чтобы ее приобретали. Также для оперативного реагирования на изменения в мировой экономике проводится постоянный мониторинг мирового рынка автомобильной отрасли. Вполне вероятно, что в будущем Германия сможет обойти свои конкурентов и попасть в тройку лидеров, ведь она не раз показывала свою способность быстро восстанавливаться после серьезных колебаний конъюнктуры. Одним из них был мировой финансовый кризис, который затронул Европу в 2009 году.*

**Глава 2. Автомобилестроительная отрасль Германии в кризисном и пост - кризисном контексте**

**2.1. Негативное воздействие финансово-экономического кризиса на автомобилестроительную отрасль Германии и предпринятые меры для ее восстановления**

Последние 10 лет в мире происходили различные события, которые охватывали все страны без исключения. Одним из них был мировой финансовый кризис, который серьезно пошатнул все экономики миры, в том числе и наиболее мощные. Данный кризис разразился в 2007 г. в финансовом секторе, но вскоре перекинулся и на реальный сектор экономики. В 2008 г. все мировые производители автомобилей объявили о серьезных убытках, сокращениях спроса и частичном прекращении производства. Автоконцерны пытались противостоять силе мирового кризиса. Особенно сильные сокращения в автомобильной отрасли наблюдались в Европейских странах, которые оказались наиболее подвержены кризису. Однако еще в 2007 г. в данной отрасли все шло достаточно хорошо.

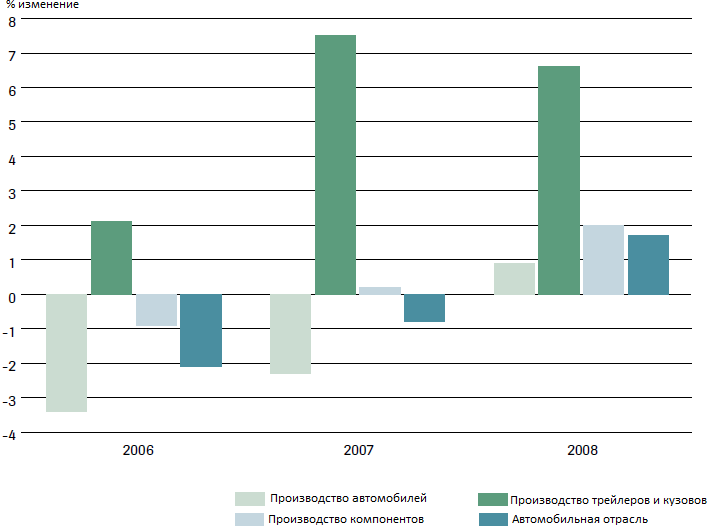
В 2007 г. и вплоть до октября 2008 г. немецкие автопроизводители сообщали о росте спроса на продукцию, а также об увеличении производства. Автоконцерны Германии произвели 6,2 млн. единиц автомобилей в 2007 г., что на 6,8% больше значения прошлого года. Выручка компаний составляла 202,5 млрд. евро, а оборот отрасли достиг 290 млрд. евро. Экспорт за рубеж упал на 2% по сравнению с 2007 г. и составлял 180 млрд. евро. Что касается продаж внутри страны, то в сумме продажи насчитывали 107 млрд. евро. [[27]](#footnote-27) В общей сложности в 2007 г. было куплено 3,15 млн. единиц автомобилей, а в 2008 г. только 3,09 млн. Количество автомобилей на дорогах Германии увеличилось в 2008 г. всего на 0,3%, достигнув значения в 41,3 млн. автомобилей. Помимо прочего наблюдается постоянный рост продолжительности эксплуатации одного автомобиля. В 2008–2009 гг. личный транспорт использовали в среднем 8 лет. Также на 1000 человек в 2009 г. в Германии приходилось 550 автомобилей для личного пользования. Для коммерческих целей в 2009 г. было приобретено также больше автомобилей, чем в 2008 г и составило это значение 35 автомобилей на 1000 человек. Важно также, что немецкие концерны смогли завоевать большую долю на мировом рынке. Если сравнить данные показатели с показателями 1993 г., а именно в этот год был серьезный спад в отрасли, то они выросли практически в два раза.

Однако, начиная с ноября 2008 г., начали проявляться последствия кризиса в автомобилестроительной отрасли. В ноябре спад продаж составил 18% по сравнению с ноябрем 2007 г., затем в декабре значение вновь было на 7% ниже. В итоге общее сокращение в отрасли составило 8%. По всему миру инвесторы и покупатели автомобилей, опасаясь последствий рецессии, были вынуждены отказываться от приобретения автомобилей. Но даже в такой период некоторым немецким автоконцернам удалось не только избежать сокращения продаж, но и увеличить их. К их числу относится Volkswagen Group с пусть и небольшим, но ростом в 0,4%. Германия могла до 2009 г. сдерживать кризис за счет продаж на рынки развивающихся стран.[[28]](#footnote-28) Другими производителями, которые увеличили свою долю на рынке, были немецкие BMW, Daimler AG, а также зарубежные Renault, Fiat и Mazda. Однако во второй половине 2008 г. ведущие мировые автопроизводители уже начали ощущать влияние кризиса. Среди них была Toyota, которая после рекордной выручки в 2007 г. понесла серьезные потери в 2008 г.

В связи с тем, что кризис наносил вред автомобилестроительной отрасли стран-лидеров относительно неравномерно в 2008 г., в 2009 г. произошла смена позиций в рейтинге ведущих автопроизводителей мира. Вместо американского концерна Daimler, который долгие годы был лидером в мире по производству автомобилей, на первое место попала японская компания Toyota с объемом продаж в 9 млн. единиц. На третьем месте располагался Volkswagen Group, а за ним следовал Ford. В рейтинге стран Германия по-прежнему занимала 4 строчку.

В 2008 г. немецкие автопроизводители предоставили рабочие места 386 тыс. человек, а вместе с количеством рабочих в сопутствующих областях всего в автомобилестроительной отрасли было занято 757 тыс. людей. В предыдущем году 750 тыс. людей работали в данной отрасли. Впервые за 10 лет по числу занятых отрасль увеличила свою долю до 14% от всех людей, занятых в экономике Германии. [[29]](#footnote-29) (график 10)

**График 10. - Количество занятых в автомобильной отрасли Германии**



**Источник: Jahresbericht 2009. Op.cit. S. 266.**

Автомобилестроительная отрасль, как высоко технологичная, обладает максимальным объемом вложений в НИОКР по Германии. В период с 1998 по 2008 гг. в отрасль было вложено свыше 100 млрд. евро. В 2008 г. наблюдался незначительный спад в инвестициях в НИОКР, однако в общей сложности затраты составляли 18,9 млрд. евро.

Итак, анализ 2008 г. показал, что и в тот момент уже ощущался серьезный отрицательный эффект на автомобилестроительную отрасль, однако в отличие от других стран, Германии удавалось оттягивать момент максимального удара.

В 2009 г. Германия испытала самую серьезную рецессию в экономике, произошедшую за последние 60 лет. В период с ноября 2008 г. по апрель 20009 г. ВВП по ППС Германии сократилось на 6,5%. Особенно сильное влияние кризис оказал на объем спроса, в частности на продукцию немецкой промышленности. Даже экспорт в развивающиеся страны и высокий объем инвестиций также оказывали уже отрицательный эффект. В общей сложность весь оборот промышленность Германии упал на 20% в 2009 г.

Автомобилестроительная отрасль в 2009 г. испытала серьезные сокращения в объеме производства, экспорта и заказов. Производство в отрасли сократилось больше чем на 25% по сравнению с предыдущим годом. Производство личного автотранспорта упало на 31%, для коммерческого использования больше чем на 50%, а экспорт составил 70% от прошлогоднего значения. Продажи в Германии достигли своего минимального значения за 10 лет. Во всех странах, куда направлялась немецкая продукция, упал спрос. Однако исключением являлся Китай. Со стороны других развивающихся стран было отмечено сокращение заказов, т.к. покупатели становились все менее уверенными в скором преодолении кризиса. Во всей автомобильной отрасли максимальный отрицательный эффект ощутили не автоконцерны, а поставщики автомобилей.

Поставщики автомобильной продукции понесли серьезные потери в первой четверти 2009 г. В этот период выручка поставщиков сократилась почти на 35%, а в дальнейшем не предвиделось улучшения ситуации. Однако еще в 2007 и 2008 гг. они сообщали о росте выручки на 3% и прибыль до вычета налогов на 6%. Но находиться долго в столь выгодном положении во время кризиса они не смогли и в итоге в начале 2009 г. 31 компания в Германии объявила себя банкротом. Поставщики были вынуждены сократить свой штат сотрудников, особенно это коснулось временных работников и контрактников. А если учесть тот факт, что почти 70% всех работников в фирмах – поставщиках работают по краткосрочным контрактам, становится понятно, как серьезно кризис отразился на их работе. Максимальное количество сокращений было отмечено в марте 2009 г. Помимо этого работодатели ввели срочные контракты и сокращенный рабочий день для большинства своих сотрудников. После данных мероприятий 15% занятых остались без места работы, а это практически 1 млн. людей. [[30]](#footnote-30) До сих пор поставщики автомобилей ощущают на себе последствия кризиса, и достижение выручки и объема продаж уровня 2007 г. будет возможно лишь в 2014 г. (таблица 11)

**Таблица 11. - Самые крупные поставщики в автомобилестроительной отрасли, 2011**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рейтинг** | **Компания** | **Страна** | **Оборот(млрд.евро)** |
| **1** | Bosch | Германия | 37,2 |
| **2** | Denso | Япония | 35,0 |
| **3** | Continental | Германия | 32,6 |
| **4** | Bridgestone | Япония | 27,0 |
| **5** | Aisin Seiki | Япония | 24,7 |
| **6** | Magna | Канада | 24,1 |
| **7** | Michelin | Франция | 23,2 |
| **8** | Johnson Controls | США | 21,5 |

Продолжение таблицы 11.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **9** | Goodyear | США | 18,8 |
| **10** | Faurecia | Франция | 18,2 |

**Источник: Top 100 Automotive Suppliers – das neue Ranking 2010/2011. // Automobilproduktion. July, 2011. -** [**http://www.automobil-produktion.de/2010/06/sonderausgabe-top-100-automotive-suppliers-das-neue-ranking-20102011/**](http://www.automobil-produktion.de/2010/06/sonderausgabe-top-100-automotive-suppliers-das-neue-ranking-20102011/)**.**

Что касается непосредственно производителей автомобилей, то многие из них не только сократили производство продукции, но и были вынуждены провести закрытие на время своих заводов. Со второй четверти 2008 г. по март 2009 г. автоконцерны на некоторое время объявляли о закрытии заводов по сборке автомобилей. К ним относились 4 завода BMW (завод в Дингольфинге закрылся на 16 дней, в Мюнхене на 8 дней, в Регенсбурге на 25 дней и в Лейпциге на 12 дней), а также 4 завода Daimler AG (в Бремене была прекращена деятельность завода на 34 дня, в Зиндельфинге на 28 дней, в Дюссельдорфе на 26 дней и в Раштате на 26 дней). Больше всего закрытий заводов наблюдалось у Volkswagen Group. Данный автоконцерн приостановил свою деятельность практически по всей Европе в Чехии, Словакии, Германии, Великобритании, Венгрии, Польше и Португалии. В среднем закрытие одного завода длилось 15 дней, однако, например, завод в Великобритании, Креве, простоял без работы 40 дней. Зарубежные автопроизводители также проводили вынужденные закрытия, и иногда это касалось заводов, расположенных в Германии. Так компания Ford закрыла два немецких завода на 5 и 6 дней.[[31]](#footnote-31) Более того немецкие автоконцерны, которые ведут свою деятельность в 23 странах мира, в том числе в Китае, Бразилии, Испании, Бельгии, США, Польше и т.д., вынуждены были сократить свой штат минимум на 10%, кроме увеличения количества сотрудников в Китае и Бразилии. В самих этих странах немецкими компаниями в 2009 г. было произведено 10,4 млн. единиц продукции. В общей сложности сокращение производства внутри страны составило 13,8%, а за границей – 13,1%. (таблица 12)

**Таблица 12. - Производство автомобилей германскими концернами за границей (тыс. единиц)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2010/2009**  **+/- %** |
| **Audi** | 85 537 | 156 584 | 83,0 |
| **BMW** | 429 870 | 539 949 | 25,6 |
| **Ford** | 183 863 | 185 692 | 1,0 |
| **Porsche** | 10 414 | 6 385 | -38,7 |
| **VW** | 3 850 179 | 4 865 000 | 26,4 |
| **Daimler AG** | 542 960 | 747 460 | 37,7 |

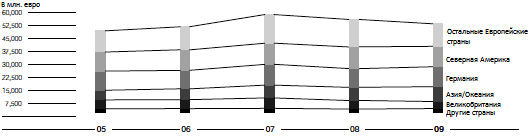
**Источник: Рынок автомобилестроения в Германии. - Министерство экономического развития РФ. Май 6, 2011. Стр. 1 – 5. -** [**http://www.ved.gov.ru/rus\_export /pages/market\_review/market\_states/279?locale=ru**](http://www.ved.gov.ru/rus_export%20/pages/market_review/market_states/279?locale=ru)**.**

Обращаясь к автоконцернам, стоит изучить их положение дел в 2009 г. Volkswagen Group удалось увеличить продажи на 0,6%, однако общее производство сократилось на 4,6% и достигло значения 6,05 млн. единиц. Также концерну пришлось уволить порядка 700 человек. Компания ввела сокращенную рабочую неделю и сократила зарплату части своих сотрудников. С выручкой дела обстояли значительно хуже. Выручка от продаж упала на 7,6%, а операционная прибыль на целых 70%. По регионам продажи изменились достаточно неравномерно. Так в Европе выручка от продаж Volkswagen Group упала на 9,2%, достигнув значения 72 млрд. евро. Продажи в Северной Америке сократились на 15,4%, а в Южной Америке, напротив, удалось увеличить объем продаж на 1,8% за счет стабильного роста спроса со стороны Бразилии. В Азиатском регионе рост был рекордным, особенно благодаря спросу в Китае. Несмотря на мировой кризис продажи в этот регион увеличились на 37,4%. Среди брендов Volkswagen Group максимальное падение в объемах продаж испытал в 2009 г. Bentley. В 2008 г. было продано 8 тыс. автомобилей, а в 2009 г. только 4 тыс. единиц. Но есть бренды, которые увеличили свои продажи. К ним относилась Scania. Вместо 31 тыс. проданных в 2008 г. автомобилей, компании удалось в 2009 г. продать уже 43 тыс., а выручка Scania выросла практически на 50%. Однако Scania в ответ на спад спроса на коммерческие автомобили была вынуждена сократить 12 тыс. своих сотрудников рабочую неделю до 4 дней в неделю, а также снизить заработную плату некоторым сотрудникам на 10%.[[32]](#footnote-32)

Другим важным автоконцерном, как уже известно, является Daimler AG. В 2009 г. Daimler AG потерял 20% выручки, и она была на уровне 78 млрд. евро. В основном автоконцерн потерял часть своей выручки от продажи в Европе и Северной Америке. Выручка по продажам в Европе сократилась на 21%, а в Северной Америке на 17%. В Азиатском регионе Daimler AG потерял часть заказов. Однако Китай, как и в случае с Volkswagen Group, позволил увеличить продажи на 35%. В ответ на кризис компания сократила количество работников на 18 тыс., а также ввела сокращенный рабочий день для 60 тыс. других сотрудников. Помимо прочего компания снизила на 8,75% заработную плату 60 тыс. работников, а также не выплатила ежегодные бонусы и дивиденды. В подразделениях Daimler AG максимальные потери понесли Daimler Trucks и Mercedes-Benz Vans. Выручка от продаж Daimler Trucks сократилась на 36% при сокращении продаж на 45%, а Mercedes-Benz Vans на 34%,в то время как продажи упали на 42%. В каждом подразделении сокращение сотрудников составило 10% от прежнего количества сотрудников. И в сумме в двух подразделениях в 2009 г. работали 86 тыс. человек. Так как спрос на автомобили для личного транспорта упал меньше, чем на коммерческие автомобили, сокращение выручки Mercedes-Benz Cars составило только 14% и достигло значения 41 млрд. евро. В 2009 г. это подразделение продало 1 млн. автомобилей. Несмотря на убытки, Daimler AG лишь незначительно снизил количество инвестиций в НИОКР, а в Daimler Busses вообще получил на 19% инвестиций больше по сравнению с 2008 г.[[33]](#footnote-33)

И, наконец, изучим BMW Group. В 2009 г. BMW Group понесла серьезные потери, вызванные кризисом. Особенно заметен был спад продаж в первой половине года, когда даже, несмотря на стимулирующие меры, спрос на продукцию BMW снизился. Однако во второй половине 2009 г. началось восстановление деятельности компании, что позволило закончить год со всего лишь 10% спадом объема продаж по сравнению с аналогичным показателем 2008 г. В тоже время BMW Group увеличила свою долю на рынке автомобилей класса люкс. По сравнению с другими ведущими производителями автомобилей компания достигла выручки в 50 млрд. евро с потерей всего лишь 4,7%, что значительно ниже потерь Daimler AG и Volkswagen Group.В зависимости от региона наблюдались как спад, так и рост выручки автоконцерна. Так, в Северной Америке продажи автомобилей принесли выручку компании ниже, чем в 2008 г. в размере 11 млрд. евро, в Германии продажи увеличились и также достигли выручки 11 млрд. евро. Максимальный рост продаж наблюдался в Азиатском регионе, а особенно в Китае. Это отражено на графике 13.

**График 13. - Выручка BMW Group по регионам, 2005 – 2009гг**



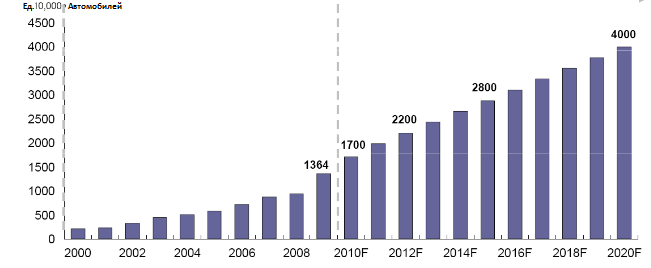
**Источник: Annual Report 2009. BMW Group. 2009. P. 13.**

Среди брендов BMW Group проще всего кризис переносило MINI. Объем производства MINI сократился на 9,1%, в то время как Rolls- Royce испытал падение производства на 35,2%. С целью максимально быстрого выхода из кризиса компания прибегла к сокращению производства и временному закрытию заводов. BMW Group приняла решение в 2009 г. сэкономить на рабочей силе около 500 млн. евро. Во-первых, сокращения касались временных сотрудников. После прекращения действия договора они зачастую меняют место занятости и переходят на другие предприятия. Во-вторых, автоконцерн ввел сокращенный рабочий день для части своих сотрудников. И, наконец, компания сократила ежегодные бонусы для топ менеджеров. Однако, по окончанию 2009 г. BMW Group выплатила своим акционерам 197 млн. евро.[[34]](#footnote-34)

Таким образов, изучив положение дел в ведущих немецких автоконцернах с точки зрения того, как их затронул кризис, и каким образом компаниям удавалось преодолевать возникшие трудности, стало ясно, что антикризисные стратегии в данных автоконцернах схожи между собой. BMW Group, Volkswagen AG и Daimler AG прибегли к временному закрытию некоторых заводов, к сокращению штата, к сокращению заработных плат для части своих сотрудников, а также частично отказались от выплат дивидендов своим акционерам.

Особо важным фактором успеха немецких концернов был экспорт в Китай. Даже в периоды спада мировой экономики и затруднительного положения промышленности всех ведущих мировых держав Китай придерживается стратегии увеличения импорта. Китай наращивает объемы импорта немецкой продукции по множеству причин. Во-первых, КНР стремится поднять свою промышленность до мировых стандартов, а немецкая продукция со своими новейшими технологиями ускоряет этот процесс. Китай хочет увеличить долю на внутреннем рынке до 40% к 2015 г. особенно в автомобилестроительной отрасли. Во-вторых, Китай активно развивает инфраструктуру: строит дороги, совершенствует виды транспорта (корабли, поезда и т.д.). За 2 года с 2011 по 2013 гг. были построены 7 скоростных автотрасс до Пекина, 9 на Севере и Юге страны и 18 на Востоке и Западе Китая, а железная дорога согласно плану правительства к 2015 г. должна достичь 30 млн. миль. В-третьих, из-за большого объема вредных выбросов в атмосферу китайское правительство пытается улучшить имеющиеся технологии по защите окружающей среды. Одна из целей КНР в плане защиты окружающей среды – это увеличение количества автомобилей с минимальным загрязнением атмосферы и использованием альтернативного топлива. (график 14) Помимо этого Китай планирует достичь значения 3,3 патента на 10 тыс. человек. И последнее именно немецкий Volkswagen Group является лидером на рынке Китая.[[35]](#footnote-35)

**График 14. - Автомобильные продажи в Китае, продажи прошлых лет и прогноз**



**Источник: Global Automotive Industry ‐ Trends and development – 2011. - Yatsen Associates Co. Beijing, China, 2011. P. 8. -** [**http://www.yatsenassociates.com/userfiles/file/Automotive%20Industry%20Trends.pdf**](http://www.yatsenassociates.com/userfiles/file/Automotive%20Industry%20Trends.pdf)**.**

Помимо собственных стратегий немецких автопроизводителей по выходу из кризиса большую роль в дальнейшем успехе сыграло немецкое правительство. Оно планомерно боролось с возникавшими трудностями. Первоначально правительство предприняло меры, касающиеся общей экономической ситуации в Германии. Таким образом, в октябре 2008 г. был создан Стабилизационный Фонд (SoFFin). Его целью было стабилизировать финансовую систему страны при помощи выпуска гарантий, принятия на себя долгов финансовых институтов, а также изменение структуры капитала этих институтов. Далее были приняты Пакеты мер по стимулированию экономики. Первый Пакет был принят 5 ноября 2008 г., а второй - 15 февраля 2009 г.. Более того 4 января 2009 г. был принят также Пакет мер по поддержке автомобилестроительной отрасли Германии, включающий в себя 1,5 млрд. поддержку отрасли при помощи гарантий от невыплат по кредиту, а также упрощенную систему подачи заявок на кредит и дальнейшего его получения. Однако еще до кризиса Германия сделала все возможное для быстрого реагирования на колебания мировой экономики. Были проведены социальные реформы, реформы по дерегулированию, либерализации и т.д.

В целом все программы затрагивающие экономику и промышленность, в том числе автомобилестроение, можно поделить на 3 группы. Первая группа – это программы Европейского Союза, вторая – немецкого правительства и третья – федеральных земель.

Все страны-члены Европейского Союза вносят свой вклад в создание единого фонда, направленного на поддержку европейской экономики. Также существуют специальные фонды для поддержки отраслей. В 2009 г. общий бюджет фонда был 126, 5 млрд. евро, из которых 45,5 млрд. евро приходилось на промышленность. Основной задачей структурных фондов являлась поддержка различных отраслей экономики в неразвитых по европейским меркам регионах. С их помощью решались не только экономические, но и социальные проблемы. Помимо этого в случае, когда ВВП в регионе меньше среднего по Европе, предприятия имеют право на получение дополнительных инвестиций.

Немецкое правительство осуществляет поддержку промышленности при помощи немецкого государственного банка KfW. В 2008 г. банком было выделено свыше 70 млрд. евро на финансирование компаний, осуществляющих свою деятельность в промышленности. В основном помощь направлена на предприятия малого и среднего размера, а также на венчурные компании. Однако были и программы для крупных предприятий с ежегодным оборотом более 500 млн. евро. Предприятия подавали заявку на получение кредита для осуществления определенного проекта на сумму не более 300 млн. евро. Это было сделано с целью повышения конкурентоспособности немецких автопроизводителей. Предприятия могли использовать полученный кредит не только для осуществления проекта, но и для осуществления каждодневной деятельности, в том числе и финансирования рабочего капитала.

Для того, чтобы банки могли без опасения выдавать кредиты пошатнувшимся от кризиса компаниям в промышленности малого и среднего размера, правительство Германии в рамках Второго Пакета мер по стимулированию экономики создало программу, нацеленную на выдачу кредитных гарантий. Данная программа включала в себя финансирование в объеме 15 млрд. евро с целью поддержания финансовой стабильности малых и средних предприятий. Требованием для получения поддержки являлась годовой оборот предприятия менее чем в 500 млн. евро. Поддержка компаний осуществлялась вплоть до 18 сентября 2009, и за период действия программы к ней прибегли почти 3 тыс. предприятий, которые в итоге получили поддержку в размере 13,3 млрд. евро. Для автопроизводителей правительство Германии предложило гарантии в размере 100 млн. евро.

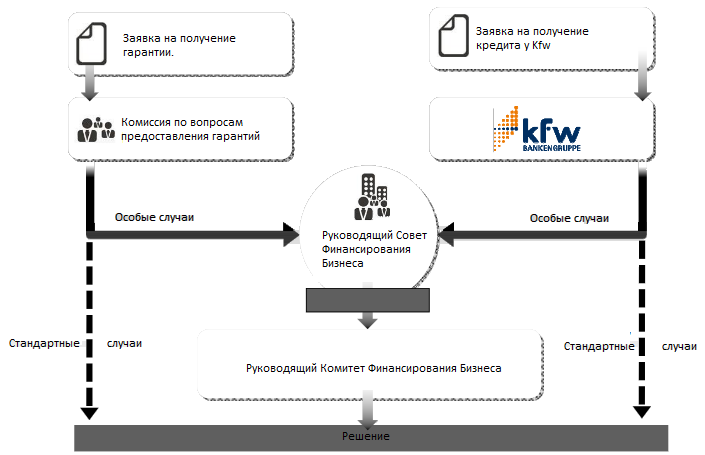
К основным видам помощи со стороны федеральных земель ФРГ относятся гарантии, субсидии, инвестиции и выдача кредитов. В зависимости от федеральной земли видны различия в предоставляемой поддержке. В одной земле максимальные усилия могут быть направлены на сокращение уровня безработицы, а в другой, напротив, улучшение имеющейся инфраструктуры.

Как уже было сказано, Германия приняла два пакета мер по стимулированию экономики. Первый пакет мер предоставлял поддержку в размере 70 млрд. евро, из которых 50 млрд. пошли на инвестиции, а 20 млрд. на достижение финансовой стабильности предприятий. Второй пакет мер был направлен на защиту занятости, а также экономический рост немецкой экономики. Помимо инвестирования в образования, инфраструктуру, выдача кредитов предприятия в Пакет мер входили мероприятия по поддержке автомобилестроительной отрасли.[[36]](#footnote-36)

Во-первых, было выделено 5 млрд. евро на приобретение автомобилей с целью преодоления сокращающегося спроса на внутреннем рынке. Во-вторых, владельцам автомобилей, которые хотели приобрести новую машину, предоставляли 2,5 тыс. евро на новый автомобиль, если автомобиль имел срок службы больше 9 лет и был в распоряжении владельца более 1 года, а также, если новый автомобиль был куплен до 30 июня 2010 г., и была предоставлена соответствующая справка. Правительство не забывало и про окружающую среду. Новый автомобиль должен был иметь стандарт как минимум «Евро 4». За время действия данных мер, а это около 8 месяцев, к ним прибегли около 2 млн. людей. Свои предпочтения покупатели отдавали компаниям Volkswagen Group, Opel, Skoda, Ford и Fiat. Однако абсолютным лидером был Volkswagen Group, т.к. каждый пятый новый автомобиль был марки данного автоконцерна. Благодаря данной мере удалось избежать более серьезного спада продаж на внутреннем рынке. Но положительный эффект на продажи автомобилей был временным. За период действия программы производители автомобилей эконом класса и розничные торговцы получили дополнительную выручку, однако в тоже самое время долгосрочный эффект был скорее негативным. Более того данная программа ставит под сомнение соблюдение принципа конкурентного рынка. Причиной тому является резко изменившееся отношение покупателей к приобретению автомобиля. Если ранее они хотели приобрести подержанный автомобиль, то после введения программы предпочтения были отданы новому автомобилю, т.к. его цена снизилась за счет государственной субсидии. В свою очередь это привело к падению цен на старые автомобили. Также покупатели, которые хотели приобрести автомобиль немного позже, купили его сейчас, а это значит, что в будущем объемы продаж должны снизится. Таким образом, цены, которые неожиданно изменились, в итоге отрицательно сказались на ожиданиях покупателей и их уверенности в будущем. Но в то же время в 2009 г. наблюдался пик продаж новых автомобилей в размере 3,9 млн. единиц.[[37]](#footnote-37)

В рамках поддержки автоконцернов были предложены упрощенные схемы получения кредитов. Для того чтобы банки не брали на себя риски невозвращения кредитов, правительство и федеральные земли частично брали на себя риски от невыплаты. Для получения кредита компании подавали заявления в Комитет Федеральной Земли по вопросам поручительства и в немецкий государственный банк KfW. Затем, если не требовалось дополнительных согласований из-за превышающих определенную сумму заявок на кредит, специальная комиссия принимала окончательное решение. К данной возможности прибегли некоторые автопроизводители. (рисунок 15)

**Рисунок 15. - Упрощенная схема для получения кредита или банковской гарантии в Германии**



**Источник:. Broich Josef. Op.cit. P. 16.**

В 2009 г. компания Porsche подала заявку на получение кредита в размере 1, 75 млрд. евро. В требованиях к получению требуемой суммы государственный банк KfW выдвинул необходимость предоставления детального плана по выплате уже имеющихся у компании долгов на 12,5 млрд. евро, а также в случае получения кредита его нельзя будет использовать для покупки акций. Однако сделка в итоге не состоялась из-за выдвинутого предложения об объединении с другим автоконцерном Volkswagen Group. После длительного согласования обе стороны согласились объединиться, и с 2012 г. Volkswagen Group является материнской компанией Porsche.

Другим заявителем являлась компания Adam Opel GmbH. В отличие от Porsche компания получила кредит на сумму 1,5 млрд. евро в мае 2009 г. Кроме того в дальнейшем компании была предоставлена возможность на дополнительный кредит в размере 4,5 млрд. евро. Данная помощь была осуществлена в рамках Пакета мер по поддержке автомобилестроительной отрасли Германии .[[38]](#footnote-38)

Автомобилестроительная отрасль, как было сказано ранее, является лидером по количеству предоставленных рабочих мест. Кризис сказался и на занятости в данной отрасли. В связи с сокращением штата в 2009 г. наблюдался спад занятости в автомобилестроении на 2,1%, а зарплата сотрудников упала на 10,8%. По сравнению с остальными отраслями экономики показатели занятости упали сильнее. Так в промышленности в целом сокращение занятости составило 1%, а заработных плат 5,1%. Однако государство поддерживало сотрудников, которые работали сокращенную рабочую неделю. Государственная поддержка во время кризиса длилась свыше 18 месяцев. Работникам по контрактам предоставлялось больше возможностей найти место занятости, а сотрудники с инженерным образованием имели право быть в постоянном штате. Это объяснялось нехваткой квалифицированных работников в данной отрасли. 75% всех работников, занятых сокращенную рабочую неделю, работали на предприятиях немецкой промышленности, а максимальное количество занятых было в автомобилестроительной отрасли. Более того профсоюзы проводили сдержанную политику в отношении заработных плат, а также в связи со сниженной заработной платой нагрузка на автопроизводителей была снижена. Также во время кризиса некоторые производители практиковали временный найм людей, которые были работниками других компаний.[[39]](#footnote-39)

Все принятые меры, а в особенности выдача гарантий от невыплат по кредиту со стороны государства и упрощенные схемы получения кредитов автоконцернами, полностью соответствовали представлениям управляющих ведущих компаний в автомобилестроительной отрасли. Для них первоочередной задачей было обеспечение ликвидности предприятия. Затем были пересмотрены все проекты, и некоторые из них было решено закрыть в связи с их нерентабельностью в сложный экономический период. Более того ни одна компания не смогла не сократить свой штат, т.к. необходимо было снизить расходы без обращения к еще большим долгам. Всем было ясно, что невозможно обойтись без увольнений, временного закрытия заводов и сокращения рабочей недели для части сотрудников. Причем чтобы достичь максимально положительного эффекта от внедрения всех программ, руководству автоконцернов следовало принять решение как можно быстрее. Однако были и оговорки касательно программы по выдаче кредитов пошатнувшимся компаниям. Необходимо было четко отслеживать, в какую компанию направлялась помощь, т.к. выдача кредитов и гарантий компаниям, которые уже проявляли себя как убыточные, являлась бесполезным. В связи с этим многие банки были не готовы предоставлять кредиты или расширять кредитные линии компаниям в автомобилестроительной отрасли, а без получения необходимых для дальнейшей деятельности средств компания не могла преодолеть кризис. В этом случае на помощь пришла правительственная программа в размере 100 млн. евро. В то же время такие принятые меры как сокращенная рабочая неделя, сокращение заработных плат были частью пересмотра общих затрат автоконцернов. Для поставщиков приоритетным также оказалась смена структуры затрат. Было необходимо создавать специальные команды, которые занимались разработкой плана по выходу из кризиса, и внедрять программы по сокращению операционных расходов.

Помимо отрицательного эффекта кризис оказал и положительный. Особенно он отразился на поставщиках. Самые слабые поставщики, неспособные преодолеть кризис, были вынуждены прекратить свою деятельность, а более сильные, напротив, могли проще объединяться с крупными компаниями, а также легче устанавливать партнерские отношения с ними. В то же время, согласно мнению руководителей крупных компаний, несмотря на положительный эффект от проводимых немецким правительством программ, государству стоит немного ограничивать себя во вмешательстве в автомобилестроительную отрасль. Автоконцерны смогли правильно выбрать антикризисные стратегии, опираясь на современные технологии, в том числе направленные на защиту окружающей среды, на производство наиболее затребованных моделей автомобилей и сокращение операционных расходов. Помимо прочего за счет высокого уровня образования немецких инженеров, пусть их количество в тот период и по настоящий момент недостаточно, и возможности расширения рынка сбыта автоконцерны успешно преодолевали финансовый кризис.

К другим факторам успеха немецкого автомобилестроения и промышленности в целом можно отнести возможность найма дешевой рабочей силы из стран ЦВЕ. Поскольку Германия находится в непосредственной близости от Польши, Украины и Чехии, она может производить свою продукцию в данных странах. Это в свою очередь позволяет значительно сократить издержки производства и увеличить производительность. Таким преимуществом пользуются автоконцерны. Далее в связи с тенденцией промышленности к созданию предприятий по размеру больше, чем аналогичные предприятия в других странах, возникает экономия на масштабе.[[40]](#footnote-40)

Итак, в 2010 г. промышленность начала восстанавливаться после основного удара кризиса. После сокращения объема продаж автомобилей и спада производства почти на 22% деятельность автоконцернов стабилизировалась. Германия была одной из стран, которые предприняли все меры для улучшения экономического положения. За счет нарастающего экспорта в Азиатские страны и многочисленных программ по стимулированию производства и спроса в первое полугодие 2010 г. было отмечено быстрое восстановление экономики. Экспорт немецких автомобилей в Китай в 2010 г. был почти в 2 раза больше объема экспорта в 2009 г. В то же время увеличивались продажи в США, которые возросли на 46,2%. (таблица 16)

**Таблица 16. - Экспорт автомобилей германскими концернами по регионам**  **в 2009-2010гг (тыс. единиц)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2010/2009**  **+/- %** |
| **Европа** | 2 462 764 | 2 821 662 | 14,6 |
| **Америка** | 472 666 | 697 091 | 47,5 |
| **Африка** | 70 972 | 90 577 | 27,6 |
| **Азия** | 506 899 | 779 754 | 53,8 |
| **Австралия/Океания** | 65 603 | 86 704 | 32,2 |
| **Прочие страны** | 4 816 | 5 118 | 6,3 |
| **Всего:** | 3 583 720 | 4 480 906 | 25,0 |

**Источник: Рынок автомобилестроения в Германии. - Министерство экономического развития РФ. Май 6, 2011. Стр. 1 – 6. -** [**http://www.ved.gov.ru/rus\_export/pages/market\_review/market\_states/279?locale=ru**](http://www.ved.gov.ru/rus_export/pages/market_review/market_states/279?locale=ru)**.**

В автомобилестроении после проведения программ по субсидированию покупки новых автомобилей вместо старых объем продаж увеличился на 23%. Однако из-за относительной дороговизны немецких автомобилей и ее более дешевых зарубежных аналогов немцы предпочитали покупать иностранную продукцию. В связи с этим доля на внутреннем рынке немецких автоконцернов снизилась до 66% с 70% прежних. Но в дальнейшем доля начала постепенно увеличиваться за счет конкурентоспособности немецкой автомобильной продукции. За период с января по июль 2010 г. выпуск автомобилей увеличился на 27% , а экспорт в 2010 г. был на 36% прошлогоднего значения. Особенно позитивный рост показали продажи автомобилей для коммерческого пользования, которые особенно сильно подверглись влиянию кризиса. Их продажи увеличились на 59%. В последующие годы спрос на коммерческие автомобили увеличивался, но темпы прироста были ниже, чем в 2010 г. Однако из-за прекращения действия программ по стимулированию продаж заказы начали сокращаться, но в то же время общий тренд был положительным. По сравнению с 2005 г. количество заказов со стороны иностранных покупателей увеличилось примерно на 7%, а на внутреннем рынке стабилизировалось после спада на 35% и достигло значения 2005 г. [[41]](#footnote-41) Далее в 2011 г. продолжилось восстановление отрасли: увеличился объем экспорта, продаж на внутреннем рынке и объем производства. Но уже в 2012 г. было отмечено сокращение в основных показателях автомобилестроительной отрасли.

*Таким образом, Германия и ведущие немецкие автоконцерны приложили все усилия для борьбы с финансово-экономическим кризисом в автомобильной отрасли и достигли значительных успехов в данной деятельности. Благодаря грамотной расстановке приоритетов в плане политики занятости, в различных программах, нацеленных на стимулирование покупательной активности, и в определении целевой аудитории немецкая автомобилестроительная отрасль меньше чем за год восстановилась после кризиса и показала стабильный рост. И по настоящий момент автоконцерны создают специальные группы для разработки наиболее выгодной стратегии с целью преуспеть и обогнать своих конкурентов. Дальнейшие прогнозы отражают настоящую деятельность компаний и будущие ожидания, а также возможность немецких автоконцернов увеличить свою долю на мировом рынке автомобилей.*

**2.2. Перспективы дальнейшего развития автомобилестроения Германии: оценка и прогноз**

После финансово-экономического кризиса Германии потребовалось чуть меньше года, чтобы пусть и не полностью, но восстановиться от его последствий. В 2010 г. немецкая автомобилестроительная отрасль показывала хороший рост, то же самое продолжилось и в 2011 г., однако уже в 2012 г. темпы роста снизились и показатели производства, экспорта и продаж на внутреннем рынке сократились. По всему Европейскому Союзу наблюдался спад производства автомобилей в 2012 г. Среди всех европейских стран лучшие показатели даже в 2012 г. показывала Германия.

По прогнозам ведущих аналитиков в 2013 г. будет наблюдаться и дальше спад темпа полного восстановления экономики Германии, однако показатели 2013 г. будут лучше прошлогодних показателей. Так в 2012 г. рост ВВП Германии составил 0,8%, а в 2013 г. уже 0,9%. [[42]](#footnote-42) В ближайшие несколько лет аналитики также прогнозируют рост личного потребления, что может положительно сказаться на объеме продаж внутри Германии. В то же время немецкие автопроизводители увеличат объем производства автомобилей внутри страны на 1%, а за границей на 7% до значения свыше 8 млн. единиц.

Так как инвестиции в НИОКР являются отличительной чертой немецкой экономики и промышленности, любые решения, касающиеся сокращения или, напротив, увеличения объема инвестиции, сразу отражаются на деятельности немецких предприятий. В 2012 г. было отмечено сокращение инвестиций в НИОКР, и в 2013 г. ожидается то же самое. Однако если в 2012 г. количество инвестиций упало на 5%, то в 2013 г., согласно прогнозам, спад составит 1%.[[43]](#footnote-43)

Уже известно, что продажи на внутреннем рынке Германии сокращаются, дальнейшие прогнозы абсолютно схожи с настоящей картиной на рынке автомобилей ФРГ. Для того чтобы избежать отрицательных последствий немецкие автоконцерны наращивают и будут продолжать наращивать объем экспорта в развивающиеся страны, особенно в страны БРИКС. Вместе с тем ожидается спад в Восточной Европе, но он будет постепенно восстанавливаться из-за улучшающейся экономической обстановкой в данном регионе.

Немаловажное значение играет забота об окружающей среде. Люди все чаще при покупке автомобиля задумываются о вреде, наносимом новой покупкой. В связи с этим компании разрабатывают новые модели автомобилей, в том числе с использованием альтернативных источников энергии.

Также люди склонны приобретать два типа автомобилей: автомобили класса люкс и эконом класса, причем стоимость автомобиля эконом класса не должна превышать 15 тыс. евро. [[44]](#footnote-44)В ближайшие несколько лет эксперты не могут сойтись во мнении, будет ли расти спрос на автомобили класса люкс, однако вероятнее всего спрос вырастет. Однако в 2012 г. популярность набирали дорогие автомобили, в то время как дешевые автомобили потеряли часть своих покупателей. Также все больше внимания покупатели уделяют безопасности. В связи с этим автопроизводители Германии работают над разработкой и усовершенствованием технологий, связанных с безопасностью, экологичностью и энергоэффективностью. К 2015 г. выбросы в атмосферу в размере 120 г. на 1 км не должен превышать ни один автомобиль.

Стоит также кратко рассмотреть долгосрочные стратегии ведущих немецких автоконцернов. Компания Volkswagen Group придерживается Стратегии 2018. Ее основной целью является улучшение качества продукции, увеличение доли на рынках развивающихся стран, сокращение затрат на производство продукции, сокращение времени при продаже продукции, использование эффекта экономии на масштабе, расширение линейки автомобилей, а также максимальное распределение обязанностей. Volkswagen Group стремится увеличить свою долю к 2018 г. на рынке Индии на 77%, Китая на 55%, Восточной Европы и России на 36% и Южной Америки на 33%.[[45]](#footnote-45) Компания Daimler AG на ежегодном собрании в 2012 г. объявила свои главные цели к 2020 г. Во-первых, компания планирует ежегодно вплоть до 2015 г. продавать 1,6 млн. автомобилей Mercedes-Benz и увеличить количество продаж автомобилей класса люкс до 2020 г. Во-вторых, Daimler AG стремится увеличить свою долю на рынке грузовиков за счет ежегодных продаж 500 тыс. единиц до 2015 г. и 700 тыс. до 2020 г. И, наконец, главной целью является расширения объемов производства и продаж всех автомобилей концерна Daimler AG.[[46]](#footnote-46) Что касается BMW Group, то ее стратегия заключается в объединении двух целей: расширения товарной линейки и увеличения рыночной доли. Компания, являясь показательной в области защиты окружающей среды, стремится к 2020 г. во всех автомобилях использовать более экологичные технологии и сократить объем вредных выбросов до 95 г/км. BMW Group поставила себе цель продать 2 млн. автомобилей по всему миру к 2016 г., основываясь в основном на увеличении продаж в Китай, США и Европу. Также к 2020 г. компания стремится стать мировым лидером на рынке автомобилей класса люкс и предоставлять лучший сервис для автовладельцев.[[47]](#footnote-47)

Что касается автомобилей для коммерческого пользования, то после серьезного падения в период кризиса и восстановления после этот сектор автомобилестроительной отрасли будет и дальше продолжать расти. В 2013 г. отрасль может достичь пика производства коммерческих автомобилей. В том числе спрос на данный вид автомобилей будет расти и в самой Германии.

*В целом автоконцерны Германии будут испытывать падение спроса на продукцию в одном регионе, например, Европе, и рост в Азиатском регионе, а также в развивающихся странах. Немецкие ведущие концерны будут стараться увеличивать свою долю, основываясь на выборе наиболее выгодных географических регионах и предлагая покупателям все более экологичные и безопасные автомобили. Также компании планируют расширять линейку автомобилей, чтобы охватить большую целевую группу. Вся автомобилестроительная отрасль Германии в 2013 г. может достичь увеличения общего выпуска на 2% в 2013 г. Однако долгосрочные прогнозы на мировой арене пока складывается не в пользу Германии. Причиной тому служит увеличение доли БРИКС на автомобильном рынке, что приведет к вытеснению Японии в 2016 г. с 3-его места в мировом рейтинге, а значит и Германии вплоть до 2016 г. не удастся попасть в ведущую тройку.*

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

На настоящий момент Германия является важным игроком на мировой арене. Она принимает активное участие в мировой торговле и в том числе занимает ведущие места в мировых рейтингах по экспорту той или иной продукции. Экспорт Германии в основном формируется за счет 4 отраслей, среди которых наиважнейшую роль играет автомобилестроительная.

В результате изучения автомобилестроительной отрасли мировых лидеров по экспорту автомобилей, а именно США, Китая, Японии и Европейского Союза в целом, были определены их основные характеристики, и доказано, что во всех этих стран тенденции в отрасли и ее характеристики аналогичны. Страны все больше меняют свои приоритеты в пользу развивающихся стран и стран БРИКС, уделяют большее внимание желаниям покупателей, в том числе и требованиям к безопасности, экологичности. Более того правительством принимаются все необходимые меры с целью поддержания конкурентоспособности автомобильной продукции. Для того, чтобы другие страны могли конкурировать с лидерами, им необходимо приблизить характеристики своей отрасли к автомобилестроению стран-лидеров.

Далее благодаря анализу автомобильной отрасли Германии было выявлено, что стратегия немецких автоконцернов и политика правительства, направленная на регулирование промышленности, схожа с мировыми лидерами. Германия обладает особыми отличительными чертами, которые позволяют ей идти в ногу со временем. Сильными сторонами немецкой экономики, которые напрямую влияют на развитие автомобилестроения, являются развитая инфраструктура, высококвалифицированные сотрудники и конкурентный рынок труда, защита окружающей среды, возможность сотрудничества с различными исследовательскими институтами, самые современные технологии, получаемые за счет высоких затрат на НИОКР, а также хорошая репутация. Стоит отметить и роль немецкого правительства при выходе из мирового кризиса. Благодаря финансовой поддержке и специальным программам немецкая автомобилестроительная отрасль справлялась с возникающими проблемами. Однако, как и всегда, существуют определенные минусы. Во-первых, чрезмерный контроль и регулирование со стороны государства не всегда оказывает лишь положительный эффект. И доказательством тому служит введение программы по выплате 2500 евро на покупку нового автомобиля. Во-вторых, высокие затраты на выплату заработных плат приводит к сокращению штата в случае необходимости снизить издержки при производстве, а также немецкие автоконцерны нанимают более дешевую рабочую силу в странах ЦВЕ. И, наконец, Германия не обладает природными ресурсами, что вносит корректировку в деятельность промышленности, и появляется необходимость импортировать недостающие ресурсы. В любом случае перечисленные меры позволили немецкому автомобилестроению преодолеть финансовый кризис быстрее остальных стран.

Мировая экономика постоянно подвергается колебаниям, как положительным, так и отрицательным. Финансово-экономический кризис сказался на автомобильной отрасли Германии. Автоконцерны отмечали сокращение выручки, снижение заказов, временное приостановление деятельности некоторых заводов, а также вынужденно сокращение количества сотрудников и размера заработных плат. Но меньше, чем за год отрасль быстро восстанавливалась. Факторами успеха были рост экспорта в развивающиеся страны и, в особенности, в Китай, поддержка со стороны ЕС, правительства ФРГ, федеральных земель, дешевая рабочая сила из ЦВЕ и высокий уровень технологий.

Сейчас состояние автомобилестроительной отрасли Германии находится в несколько затруднительном положении из-за сокращающегося спроса на автомобили со стороны Европы, но в ближайшее время аналитики прогнозируют улучшение ситуации. В долгосрочной перспективе автоконцернам придется учитывать меняющиеся требования к продукции и меняющиеся предпочтения покупателей, только так они смогут увеличить темпы роста.

Одним из наиболее важных стратегических партнеров Германии в автомобильной отрасли является Россия. Взаимодействия двух стран позволяет развивать уровень инноваций в России и использовать наличие богатых месторождений в РФ Германией. Более того масштабы России позволяют автоконцернам Германии не только расширять объемы продаж, но и частично переносить туда свое производство. Помимо непосредственного производства автомобилей, страны заинтересованы в развитии отношений в смежных отраслях, которые влияют на автомобилестроение. Наиболее популярные города у немецких автопроизводителей и инвесторов в России это Санкт-Петербург, Москва, Калуга, Самара, Новосибирск, Тверь, а также все принадлежащие им области. Германия, в качестве одной из ведущих стран-инвесторов в автомобилестроении России, направляет свыше 11 млрд. евро ПИИ, значительная часть из которых приходится на автомобильную отрасль. Например, в ближайшее время пройдет Олимпиада в Сочи, в которой немецкий автоконцерн VW Group является генеральным партнером. Ежегодно наблюдается тенденция малого и среднего бизнеса двух стран к сотрудничеству, особенно инвестиционному. С целью развития двухсторонних отношений в автомобильной отрасли создаются специальные фонды, которые осуществляют поддержку предприятий и России, и Германии.

В заключение важно добавить, что при изучении автомобилестроительной отрасли были выявлены наиболее важные характеристики, которые необходимо достичь с целью улучшения конкурентоспособности данной отрасли любой страны, а также недостатки, которые нужно не допускать в процессе становления отрасли.

1. Материалы OICA (Международная ассоциация автопроизводителей). Статистика по производству автомобилей в мире. - <http://oica.net/category/production-statistics/>. [↑](#footnote-ref-1)
2. KPMG’s Global Automotive Survey 2012.(Global version). - KPMG International. January, 2012. P. 40. - <http://www.kpmg.com/GE/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Global-automotive-executive-survey-2012.pdf>. [↑](#footnote-ref-2)
3. Market Analysis Report: China’s automotive industry. - APCO Worldwide. Beijing. November, 2010. P. 3-9. - <http://www.export.gov.il/uploadfiles/03_2012/chinasautomotiveindustry.pdf>. [↑](#footnote-ref-3)
4. Automobile Market Outlook: China. - BBVA Research. Hong Kong. July, 2012. P. 3 – 11. - <http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/120619_China_Automobile_Outlook_EN_Edi_tcm348-334127.pdf?ts=7122012>. [↑](#footnote-ref-4)
5. U.S. Auto Industry: 2012 in Review. / Compete. A Katar media company. - Boston. February, 2012. P. 3-5. [↑](#footnote-ref-5)
6. Hill Kim. The North American Auto Industry: An Overview of Opportunities and Risks.- New Orleans, LA. (CAR). June 6, 2011. P. 4-26. [↑](#footnote-ref-6)
7. Hill Kim. The U.S. Automobile Industry Outlook. // FTA Conference Providence, Rhode Island. (CAR). October 22, 2012. P. 35 -43. - <http://www.taxadmin.org/apps/re_pres/hill.pdf>. [↑](#footnote-ref-7)
8. Akimune Kimura, Tomomi Saito. Japan industry outlook/ 38. // 2012. №1.. Mizuho Corporate Bank, Ltd.. P. 2-6. [↑](#footnote-ref-8)
9. Jidosha Kaikan. The motor industry of Japan 2012. - Japan Automobile Manufacturers Association. Tokyo. Japan. May, 2012. P. 2 – 19. - <http://www.jama-english.jp/publications/MIJ2012.pdf>. [↑](#footnote-ref-9)
10. Ibid. P. 21 – 51. [↑](#footnote-ref-10)
11. The automobile industry pocket guide. - European automobile manufacturers association (ACEA). Brussels. September, 2012. P. 23-82. - [http://www.acea.be/images/uploads/files/ACEA\_POCKET\_GUIDE\_2012\_ UPDATED.pdf](http://www.acea.be/images/uploads/files/ACEA_POCKET_GUIDE_2012_%20UPDATED.pdf). [↑](#footnote-ref-11)
12. Jahresbericht 2012. - VDA Abteilung Presse. Berlin. Juli 3, 2012. S. 14. -[http://www.vda.de/de/publikationen/ jahresberichte/index.html](http://www.vda.de/de/publikationen/%20jahresberichte/index.html). [↑](#footnote-ref-12)
13. Материалы OICA (Международная ассоциация автопроизводителей). Статистика по объему производства. 2011 г. - <http://oica.net/category/production-statistics/2011-statistics/>. [↑](#footnote-ref-13)
14. Материалы VDA. (Союз немецких автопроизводителей). Статистика по количеству регистраций/покупок новых автомобилей в Германии. - <http://www.vda.de/en/zahlen/jahreszahlen/neuzulassungen/index.html>. [↑](#footnote-ref-14)
15. Материалы VDA. Статистика по объему экспорта легковых автомобилей до их страны назначения. - <http://www.vda.de/en/zahlen/jahreszahlen/export/>. [↑](#footnote-ref-15)
16. Jahresbericht 2012. Op. cit. S. 15-18. [↑](#footnote-ref-16)
17. McCathie Andrew. Germany Luxury Car Sales Buck Economic Gloom. // Deutsche Presse-Agentur GmbH. July 11, 2012. - <http://www.hispanicbusiness.com/2012/7/11/germany_luxury_car_sales_buck_economic.html>. [↑](#footnote-ref-17)
18. Материалы VDA. (Союз немецких автопроизводителей). -<http://www.vda.de/en/zahlen/jahreszahlen/allgemeines/index.html>. [↑](#footnote-ref-18)
19. Материалы OECD (ОЭСР).FDI in figures. April, 2013. <http://www.oecd.org/daf/inv/FDI%20in%20figures.pdf>. [↑](#footnote-ref-19)
20. The Automotive Industry in Germany. Issue 2012/2013. // /Ed. by William MacDougall. Germany Trade & Invest. (GTAI). - Berlin, 2013. P. 12-14. [↑](#footnote-ref-20)
21. Jahresbericht 2011. - Deutsches Patent- und Markenamt. (DPMA) München, May, 2011. S. 2-4. - <http://www.dpma.de/docs/service/veroeffentlichungen/jahresberichte_en/dpma-annualreport2011_barrierefrei.pdf>. [↑](#footnote-ref-21)
22. The Automotive Industry in Germany. Issue 2012/2013 (GTAI). Op. cit. P. 2 – 6, 10. [↑](#footnote-ref-22)
23. Материалы OECD (ОЭСР). Education at a Glance: OECD Indicators 2012. Germany. P. 11 - 13. - <http://www.oecd.org/edu/EAG2012%20-%20Country%20note%20-%20Germany.pdf> [↑](#footnote-ref-23)
24. The Global Competitiveness Report 2012–2013. Insight Report. // Ed. by Klaus Schwab, World Economic Forum. Geneva, 2012. P. 177. - <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf> [↑](#footnote-ref-24)
25. Ibid. [↑](#footnote-ref-25)
26. Official website of the European Union. (Официальный сайт Европейского Союза) Европейское законодательство. Защита окружающей среды. - <http://europa.eu/legislation_summaries/environment/air_pollution/index_en.htm>. [↑](#footnote-ref-26)
27. Thiele Michael. Update on German Automotive Industry. / Angermann M&A International GmbH. - Stuttgart. December, 2008. P. 2 – 5. [↑](#footnote-ref-27)
28. Jahresbericht 2009. - VDA Abteilung Presse. Berlin. Juli 2, 2009. S. 266 – 272. - <http://www.vda.de/de/publikationen/jahresberichte/index.html>. [↑](#footnote-ref-28)
29. Jahresbericht 2008. - VDA Abteilung Presse. Berlin Juli 2, 2008. S. 5 – 15. - <http://www.vda.de/de/publikationen/jahresberichte/index.html>. [↑](#footnote-ref-29)
30. Wyman Oliver. New automotive deal? // VDA. Frankfurt am Main/Munich, May 19, 2009. P. 1 - 3. - <http://www.oliverwyman.com/media/PR_New_Automotive_Deal_dig.pdf>. [↑](#footnote-ref-30)
31. Impacts of the Financial and Economic Crisis on the Automotive Industry.-IHS Global Insight. March, 2009. P.13-14 <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/automotive/files/pagesbackground/competitiveness/ihs_gi_paper_march2009_en.pdf> . [↑](#footnote-ref-31)
32. Annual Report 2009. // Ed. by Kayser Harald. Volkswagen Group. Volkswagen Aktiengesellschaft. Wolfsburg, February 17, 2010. P. 2 - 4, 88 – 89, 166 - 167. - <http://www.volkswagenag.com/content/vwcorp/info_center/en/publications/2010/03/Annual_Report_2009.bin.html/binarystorageitem/file/Y_2009_e.pdf>. [↑](#footnote-ref-32)
33. Annual Report 2009. - Daimler AG. Stuttgart, 2009 . P. 2- 10. -<http://www.daimler.com/Projects/c2c/channel/documents/1813321_DAI_2009_Annual_Report.pdf>. [↑](#footnote-ref-33)
34. BMW Group. Bayerische Motoren Werke, Munich 2009. P. 5 – 6, 12 – 36. - [http://www.bmwgroup.com/bmwgroup\_prod/e/0\_0\_www\_bmwgroup\_com/investor\_relations/finanzberichte/\_pdf/BMW\_Group\_2009\_EN.pdf - Annual Report 2009](http://www.bmwgroup.com/bmwgroup_prod/e/0_0_www_bmwgroup_com/investor_relations/finanzberichte/_pdf/BMW_Group_2009_EN.pdf%20-%20Annual%20Report%202009). [↑](#footnote-ref-34)
35. Post Crisis German Manufacturer Strategies. - Fein and Associates, Business consultants. February 7, 2012. P. 18 - 27 [↑](#footnote-ref-35)
36. Broich Josef. Symposium on Governmental Assistance for Industries and Businesses. Germany’s response to the Financial Crisis. / Governmental Assistance for Industries in Germany. - Tokyo. December 16, 2009. P. 4 – 22. [↑](#footnote-ref-36)
37. German industry. Recovery on its way but capacity utilization still low! // Ed. by Just Tobias. Deutsche Bank Research. Frankfurt am Main. November 2, 2009. P. 9-10. - <http://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000249956/German+industry%3A+Recovery+on+its+way+but+capacity+utilisation+still+low!.PDF>. [↑](#footnote-ref-37)
38. Eubanks W.Walter. The European Union’s Response to the 2007-2009 Financial Crisis. - Congressional Research Center, August 13, 2010. P. 9 -11. [↑](#footnote-ref-38)
39. Post Crisis German Manufacturer Strategies.- Fein and Associates, Op. cit. P. 8 -12. [↑](#footnote-ref-39)
40. Iwulska Aleksandra. Golden Growth. Restoring the luster of the European economic model. // Country Benchmarks. World Bank, 2012. P. 55 – 58. [↑](#footnote-ref-40)
41. German industry. Upswing losing some momentum. // Ed. by Just Tobias. Deutsche Bank Research. Frankfurt am Main. October, 5, 2010 . P. 1 – 5. - <http://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000263199/German+industry%3A+Upswing+losing+some+momentum.pdf>. [↑](#footnote-ref-41)
42. German industry. Western European car market. Light at the end of the tunnel. // Ed. by Graf Bernhard. Deutsche Bank Research. Frankfurt am Main. January, 9, 2013. P. 3 – 5. - <http://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000299634/Western+European+car+market%3A+Light+at+the+end+of+the+tunnel.PDF>. [↑](#footnote-ref-42)
43. Ibid. [↑](#footnote-ref-43)
44. <http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/European_Automotive_Survey_2013_eng/$FILE/European%20Automotive%20Survey%202013%20eng.pdf> – Обзор Европейского автомобилестроения. Ernst and Young. 2013 г. Стр. 8 [↑](#footnote-ref-44)
45. Factbook 2013. Volkswagen Group. P. 45 -50. - [http://www.volkswagenag.com/content/vwcorp /info\_center/en/publications/2013/03/Factbook2013.bin.html/binarystorageitem/file/Factbook\_2013.pdf](http://www.volkswagenag.com/content/vwcorp%20/info_center/en/publications/2013/03/Factbook2013.bin.html/binarystorageitem/file/Factbook_2013.pdf) [↑](#footnote-ref-45)
46. Материалы сайта Daimler AG. / Новости. – Берлин. Апрель 10, 2013. - <http://www.daimler.com/dccom> [↑](#footnote-ref-46)
47. Материалы сайта BMW Group - <http://www.bmwgroup.com/e/0_0_www_bmwgroup_com/home/home.html>. [↑](#footnote-ref-47)