

вопрос цены



директор исследовательского центра Center Automotive Research в университете Дуйсбурга-Эссена, профессор

Фердинанд Дуденхоффе

В течение десятилетий General Motors была крупнейшим автопроизводителем мира. Но размеры GM не уберегли ее от растущих убытков и от банкротства в 2009 году.

Toyota использовала эту слабость GM, незаметно накапливавшуюся в течение последних 20 лет. Старой философии GM — дешевые автомобили и крупные скидки — Toyota противопоставила новую парадигму: качество. Пару лет назад благодаря упору на качество и созданию заводов на самом большом авторынке в мире — американском — Toyota стала крупнейшей автокомпанией мира. И что же с ней случилось? Нового лидера подвела его собственная честолюбивая программа роста. Отзывы автомобилей, скрытые недостатки качества, аварии так подкосили Toyota за последние три года, что она потеряла лидерство. Toyota опрокинуло ее стремление как можно быстрее стать самой крупной.

Концерн Volkswagen уже давно стремится стать крупнейшей автокомпанией мира. Об этом мечтает

Volkswagen идет на высокие риски. В 2012 году мировая экономика будет расти медленнее, чем ожидалось

честолюбивый глава компании Фердинанд Пиех. VW ставит все на карту роста и, по нашим прогнозам, в этом году окажется на втором месте в мире с 8,3 млн автомобилей после GM, которая продаст за год 9 млн автомобилей и выйдет на первое место. Toyota сдвинется на третье место с 7,7 млн проданных автомобилей.

VW идет на риски. В 2012 году мировая экономика будет расти медленнее, чем ожидалось еще шесть месяцев назад, из-за долгового кризиса в Европе. В следующем году в Западной Европе будет продано на 670 тыс. легковых автомобилей меньше, чем в 2011 году. Рост в Китае, Индии, Южной Америке и России в 2012 году тоже замедлится. В целом мы ожидаем стагнации. А в это время VW увеличивает количество сотрудников на 50 тыс., или на 10%. Поэтому VW вынужден будет расти. А если рынок не растет, необходимо переманить потребителей у конкурентов. Это очень честолюбивая программа. Она может создать серьезные проблемы. Главная проблема VW в том, что его цели не соответствуют сложившейся в мире конъюнктуре. Тот, кто хочет пробиться на самый верх, допускает много ошибок.

Для VW спад а-ля Toyota или GM будет болезненным. Безжалостным наказанием за это станут убытки, которые только помогут конкурентам, уже наступающим VW на пятки.

Hyundai—Kia уже нагоняет VW. Конечно, в конце 2011 года Hyundai—Kia окажется «лишь» на пятом месте с 6,6 млн проданных автомобилей. Но Hyundai—Kia растет быстрее VW. И VW с большим уважением относится к Hyundai—Kia. Это было видно, например, на видео в YouTube, где был показан председатель совета директоров Винтеркорн на выставке IAA. Его засняли, когда он рассматривал экспозицию и раздраженно заметил, что Hyundai делает автомобили лучше, чем VW.

Когда тебя преследуют, нельзя допускать ошибок. VW как раз идет к тому, чтобы допустить много ошибок из-за неконтролируемой программы роста. Так же как это сделала Toyota. Возможно, именно поэтому пару дней назад глава Ford Алан Малалли сказал в одном интервью: «Мы не хотим быть самой большой автокомпанией». Ford стремится к тому, чтобы через пару лет произвести и продать 8 млн автомобилей и, получить прибыль. «Такова наша бизнес-модель», — говорит Малалли. А позиция на мировом рынке — это не решающий вопрос.