

# REVIEW

AUTOMOTIVE INDUSTRY



ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ  
АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ



**ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ  
АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**

# REVIEW

№9-10 (28-29) від 30.10.15

Офіційне видання  
Федерації роботодавців  
автомобільної галузі

## Редактори:

Чепіжко О.С.  
Шендеровський С.К.  
Богатирчук О.В.  
Соколова К.О.

review@fra.org.ua  
fra.org.ua

В розділі «Виробництво»  
використані дані Асоціації  
«Укравтопром».

В розділі «Продажі» використані  
дані ІАГ AUTO-Consulting.

Росповсюджується  
безкоштовно в  
електронному вигляді.



## Дизельгейт

Найгучніший скандал світової  
автомобільної промисловості  
останнього десятиліття боляче  
вдарив по Volkswagen, давши  
компанії шанс переродитись

## Вікно в Європу

Американський виробник  
електрокарів відкриває в Європі  
перше повноцінне виробництво



## Його американська мрія

Очільник Fiat Chrysler продовжує  
шукати партнерів для порятунку  
своєї компанії. GM - найкращий,  
на думку пана Маркіонне,  
претендент на цю роль поки  
відмовляється від нової угоди про  
співпрацю





# Дизельгейт

Найгучніший скандал світової автомобільної промисловості останнього десятиліття боляче вдарив по Volkswagen, давши компанії шанс переродитись

З чого все починалось? У 2008 році регулятори вводять жорсткі обмеження на вміст шкідливих речовин у вихлопі. Більшість автовиробників використовують систему (вони мають спільну назву – AdBlue) уприскування спеціального реагенту, який зв'язує незгорілі залишки палива. У VW ж заявили, що можуть зменшити викиди шкідливих речовин дизельних двигунів без системи AdBlue.

У 2013 році активісти маловідомої організації Міжнародна рада по чистому транспорту (International Council on Clean Transportation) разом з Університетом Західної

Вірджинії розпочинають тестування дизельних автомобілів Volkswagen, які продаються в США, щоб, за словами Пітера Мока і Джона Джермана, довести те, про що сама автомобільна компанія говорила роками: що дизельний двигун може бути «чистим» з точки зору викидів вихлопних газів.

«У нас не було жодних причин для підозр. Ми думали, що машини виявляться чистими», - коментує Джерман.

Активісти провели дві серії тестів - в лабораторних умовах і на дорозі. У дослідженні беруть участь три машини: VW Jetta 2012 року, VW Passat 2013 року і BMW X5 SUV. Лабораторні випробування усі автомобілі проходять на відмінно. Випробування ж на трасі показують, що вміст оксидів азоту у вихлопі Volkswagen Jetta перевищує норму в 15-35 разів, а у Passat - 5-20 разів. У BMW яких-небудь відхилень не виявлено.

У 2014 році дослідницькі групи попереджають Комісію з питань захисту повітряного середовища штату Каліфорнія (CARB) і Агентство захисту навколишнього середовища (EPA) про виявлені аномалії. Справа в тому, що через обмежений бюджет організація EPA перевіряє тільки 15% нових автомобілів, що надходять у продаж, і всі свої тести проводить в приміщеннях, а не на реальних дорогах. Тому велика частина виробників займається «самосертифікацією».

Представники EPA і CARB пред'являють ці висновки автовиробникам, розпочинаючи власне розслідування. Volkswagen звинувачує дослідників у технічних помилках при проведенні тестів.

Згодом компанія оскаржує результати тестів, посилаючись на ті ж такі технічні аспекти тестування, але в грудні 2014 року погоджується добровільно відкликати майже півмільйона

автомобілів для заміни програмного забезпечення, що повинно вирішити проблему.

Однак це вже не може заспокоїти регулятори і вони відмовляються сертифікувати продукцію Volkswagen для американського ринку, мотивуючи рішення тим, що компанія так і не пояснила, чому дорожні та лабораторні тести машин показували настільки різні результати, чому діагностична система автомобіля не реєструє аномально високий вміст домішок у вихлопі.

У результаті з'ясується, що автомобілі Volkswagen проходили тести завдяки програмному «перемікачу»

Розумне програмне забезпечення відстежувало положення керма, швидкість автомобіля, час роботи двигуна і тиск у випускному колекторі. Якщо за цими параметрами воно вирішувало, що машина проходить тест, воно знижувало показники кількості шкідливих викидів. Тільки-но програма «розуміла», що автомобіль покинув лабораторію і виїхав на дорогу, вона відключала обмеження. Зрозуміло, що це дозволило Volkswagen скоротити витрати на встановлення AdBlue, порівняно з іншими автовиробниками, але скільки коштів вдалось зекономити точно не відомо.

3 вересня 2015 року представники Volkswagen визнають існування цієї схеми. У відповідь на звинувачення у шахрайстві компанія визнає факт маніпуляції результатами тестів.

18 вересня EPA оприлюднює результати тестів.

Синтія Джайлз, помічник адміністратора в Управлінні правозастосування, заявляє: «Використання для обходу тестів подібних пристроїв є незаконним і становить загрозу для здоров'я населення».

Верхня межа штрафу, який

збирається застосувати регулятор, 37,5 тис. доларів США на автомобіль або понад 18 млрд доларів за усі авто продані у США. Департамент юстиції США і німецькі органи влади також розпочинають спільне розслідування.

21 вересня (в понеділок) з відкриттям ринків акції Volkswagen падають більш ніж на 20%. Розміри можливого штрафу лякають інвесторів, і акції Volkswagen переживають найбільше одноденне падіння за останні шість років.

22 вересня Південна Корея приєднується до США і розпочинає власне розслідування щодо німецького автомобільного концерну Volkswagen AG. Воно торкнеться дизельних двигунів, що встановлюються на три моделі німецького автоконцерну - Volkswagen Jetta, Volkswagen Golf і Audi A3. Міністерство навколишнього середовища Південної Кореї розглядає можливість відкликання усіх автомобілів цих моделей після завершення слідства.

Генеральний директор Мартін Вінтеркорн приносить публічні вибачення: «Я глибоко жалкую, що ми знехтували довірою наших клієнтів та громадськості».

Наступного дня концерн визнає, що маніпуляції змістом вихлопу, можливо, зачіпають 11 млн автомобілів. Після цього акції компанії втрачають ще 20% вартості.

Скандал навколо Volkswagen тягне вниз всю автопромисловість світу. На біржі Nikkei пішли вниз акції всіх автовиробників: Mazda втратила цілих 7%, Mitsubishi Motors – 4,5%, Honda і Suzuki втратили 3% вартості, Isuzu – 4%. Майже не постраждали лише Toyota і Nissan, які втратили трохи більше відсотка вартості.

Volkswagen випускає оголошен-

ня про анулювання 6,5 млрд євро прибутку «на покриття необхідних робіт з виправленню помилки і інші зусилля для повернення довіри клієнтів».

Незважаючи на інформацію німецької преси про відставку Вінтеркорна з поста генерального директора, він заявляє, що залишається на чолі компанії.

Заява з'являється після того, як газета Tagesspiegel повідомляє, що Вінтеркорна на посту директора може змінити глава Porsche Маттіас Мюллер. Tagesspiegel цитує джерела, близькі до наглядової ради компанії, що складається з 20 осіб, яка обговорює, як реагувати на скандал.



Активісти маловідомої організації Міжнародна рада по чистому транспорту (International Council on Clean Transportation) Пітер Мок і Джон Джерман перетворилися в Сноуденів автоіндустрії



23 вересня наглядова рада Volkswagen оголошує про відставку Вінтеркорна.

1 жовтня в інтерв'ю виданню Süddeutsche Zeitung комісар ЄС з економічних та монетарних питань П'єр Московічі закликає VW повністю прояснити обставини «дизельного скандалу», підкреслюючи, що концерн чекає велика робота, щоб повернути довіру клієнтів. За його словами, Єврокомісія наполягатиме на дотриманні екологічних норм. Він переконаний, що громадяни ЄС бажають отримати від Volkswagen гарантії, що «подібне більше не повториться».

В той же час можливі збитки компанії зростають. Інвестори Volkswagen, перш за все, фонди

Катару та Норвегії погрожують відсудити у концерну суму у розмірі 40 млрд євро.

В той же час, приходять перші дані продажів на європейському ринку. Ситуація видається не настільки поганою, як очікували аналітики. Сукупні продажі Volkswagen збільшилась у вересні на 8,4% (що на 0,4% менше, ніж загалом по ринку), до 315,91 тис. авто. При цьому кількість реєстрацій автомобілів власне бренду Volkswagen зросла на 6,6%, Audi - на 10,1%, Skoda - на 10,2%, а Porsche - на 54,1%. Частка групи на європейському ринку минулого місяця скоротилася до 23,3% з 23,6% роком раніше і 26,5% в серпні.

На фоні деяких конкурентів це

доволі пристойний результат, зважаючи на обставини. Наприклад, французька PSA Group збільшила продажі на 4,9%, проте скоротила частку ринку до 9,9% з 10,3%. Продажі автомобілів Peugeot вирости на 6,1%, Citroen - на 7,4%. Обсяги реалізації автомобілів Renault збільшилися на 4,9%, частка французького автовиробника на ринку регіону зменшилася до 8% з 8,4% роком раніше. Продажі Ford у регіоні вирости у вересні на 8%, Opel Group - на 5,8%. Японські автовиробники Toyota Group, Nissan і Mazda збільшили продажі відповідно на 10,2%, 24,5% і 29,4%. Продажі південнокорейських Hyundai і KIA підвищилися на 9,6% і 9,4%.

Вересневі продажі автомобілів Volkswagen AG в США збільшилися на 6,3%, що знову-таки нижче загальних темпів зростання галузі, однак краще очікувань експертів. Продажі власне бренду Volkswagen на американському ринку збільшилися у вересні на 0,6%. Експерти, опитані агентством Bloomberg, у середньому очікували збільшення продажів концерну на 0,8%. При цьому вони прогнозували зниження попиту на автомобілі бренду Volkswagen в середньому на 6,7%. Можливу цьому сприяла активна, а подекуди й агресивна, промо-кампанія, яку Volkswagen розпочав для стимулювання продажів. Згідно з даними Autodata Corp., середній показник витрат німецького концерну на просування автомобілів у США в розрахунку на один автомобіль збільшився на 17% - до 479 дол. США, тоді як в середньому по галузі зростання склало 5,7%.

Яке ж майбутнє очікує Volkswagen? На це запитання є багато різних відповідей, як позитивних, так і негативних, залежно від того, які кроки зробить компанія найближчим часом.

Наприклад, достеменно відомо, що починаючи з січня наступного року Volkswagen запускає у Європі процес відкликання



дизельних автомобілів з неправомірним програмним забезпеченням і планує закінчити процес переобладнання до кінця наступного року. «Якщо все піде за планом, ми зможемо почати відкликання автомобілів в січні, - заявив новий CEO групи Матіас Мюллер в інтерв'ю для німецької газети Frankfurter Allgemeine Zeitung. - Всі автомобілі повинні бути переоснащені до кінця 2016 року».

Volkswagen повідомив німецьким законодавцям, що 8 млн дизельних автомобілів в ЄС були оснащені програмним забезпеченням, здатним змінити результати емісійних тестів автомобілів. В інтерв'ю для газети Frankfurter Allgemeine Zeitung Мюллер заявив, що велика кількість авто можна переобладнати за допомогою оновлення ПЗ, але деякі авто вимагають дійсно серйозного втручання. «Це буде зроблено без будь-яких витрат для власника транспортного засобу», - додав CEO.

Відкликання на американському ринку почнеться після погодження цього кроку з Агенством по захисту навколишнього середовища, заявила представники VW, але про часові рамки для цього процесу не згадали нічого.

Галузеві оглядачі майже одностайно стверджують, що великих змін варто очікувати дочірнім брендам компанії, адже групі компаній доведеться стати менш централізованою, чітко визначивши внесок кожної марки. Пан Мюллер переконаний, що попереднє керівництво компанії допустили багато помилок і компанії потрібні зміни для повернення «назад у своє русло». Він сподівається, що компанія може «знову розквітнути» через 2-3 роки.

«Ця криза дає нам можливість ретельно переглянути структуру Volkswagen, - сказав Мюллер. - Ми хочемо зробити компанію більш гнучкою, більш

децентралізованою і покласти на бренди більше відповідальності». Важко сказати, що ховається за цими непевними формулюваннями. Можливо, компанія готується до радикальної перебудови створеної за останні два десятиліття імперії з 12 брендів, яка виробляє все - від дешевих автомобілів до мотоциклів і вантажівок великої вантажопідйомності. Можливо, мова йде всього лиш про продаж декількох, наприклад збиткових, підрозділів компанії.

У минулому VW могла дозволити собі утримувати підрозділи, які відчують фінансові складності (іспанська дочірня компанія Seat, фірмова марка суперкарів Bugatti і виробник великовантажних автомобілів MAN), використовуючи стабільний прибуток брендів Porsche і Audi. Однак тепер ці гроші доведеться пустити на покриття витрат, пов'язаних з кризою.

Штефан Братцель, директор центру досліджень автомобільного сектора в Університеті прикладних наук міста Бергш Гладбах, що у Німеччині, вважає, що скандал обійдеться компанії ні багато ні мало в 30 млрд євро. Він говорить: «У VW є кілька брендів-придатків компанії. Bugatti, Lamborghini, Ducati - не створюють опору компанії, якщо ми ведемо мову про прибуток».

Італійського виробника мотоциклів Ducati компанія придбала у 2012 році за 860 млн євро, щоб доповнити набір брендів люксової категорії, до числа якої входять італійський виробник спортивних машин Lamborghini, англійський бренд преміум-класу Bentley і Bugatti. Усі вони зараз знаходяться не у найкращій формі.

У результаті уповільнення збуту в Китаї операційний прибуток Bentley за перше півріччя впала на 43%, до 54 млн євро. VW не звітують за конкретни-

ми фінансовими показниками, що стосуються Lamborghini або Bugatti, але майже напевно ці дві марки не вносять суттєвого вкладу в прибутки компанії (якщо взагалі вносять його). Bugatti, наприклад, виробляє лише невелике число автомобілів, які продаються за 1 млн євро, і, за даними деяких ЗМІ, ні разу не був прибутковим з тих пір, як VW купила права на цей французький бренд в 1998 році.

Франк Швопе, аналітик NordLB, каже: «Bugatti - одне із надлишкових явищ в групі компаній Volkswagen. У добрі часи такі марки сприяють розвитку іміджу, але в погані, швидше за все, люди будуть показувати на цей бренд пальцем і гадати, чого домагається компанія».

VW також може критично оцінити вклад підрозділу важких вантажівок. Автовиробник придбав компанії Scania в Швеції та MAN в Німеччині, але йому поки що не вдалось домогтися якої-небудь ефективності цих двох марок. Компанія MAN у першому півріччі 2015 року її прибуток знизився на 17% і склав 185 млн євро. За словами Братцель, можна відокремити вантажний підрозділ, зберігши контрольний пакет акцій. Це означало б різку зміну стратегії, але, враховуючи, що Мюллер зайняв свій пост недавно, він більш не пов'язаний минулими рішеннями.

Зміни варто очікувати і автовиробникам масового сегменту, до числа яких входить сам бренд VW, чеська Skoda та іспанська Seat. Найбільше питань, на думку аналітиків, викликає остання, яка не отримувала річних прибутків з 2007 року, а модельний ряд розрахований на нижчий ціновий сегмент і майже повністю перетинається з ринком Skoda.

Стюарт Пірсон, аналітик з Exane BNP Paribas, каже: «У якійсь мірі це викликає такі відчуття: були батончики Marathon, а тепер є Snickers. На якомусь етапі можна



просто взяти і видалити популярний продукт, а ринок наповнити автомобілями Skoda і позбутися подвоєння витрат збуту».

Тим не менш, будь-яка пропозиція відмовитись від бренду Seat зустріла б жорсткий опір з боку керівників концерну, яким належить половина місць раді директорів VW, якщо тільки компанія не пообіцяє зберегти робочі місця. У той же час Seat вже збирає в Іспанії модель для Audi, і, як варіант, може використовувати вільні потужностей для виробництва авто інших марок, що входять в групу.

Нещодавно рейтингове агентство Moody's розрахувало три сценарії майбутнього компанії. Песимістичний передбачає судові витрати в розмірі 10 млрд євро, нейтральний - 4 млрд євро, а оптимістичний - 2 млрд євро. За оцінками видання, компанія з такими витратами впорається.

Volkswagen вперше за 15 років понесла збитки в третьому кварталі нинішнього

року. Операційний збиток компанії в липні-вересні з урахуванням податків і відсотків складе 3,48 млрд євро, тоді як роком раніше був зафіксований прибуток на рівні 3,23 млрд євро. Разом з тим, чистий збиток становить 1,73 млрд євро в порівнянні з чистим прибутком в 2,9 млрд євро за аналогічний період минулого року. В цілому ж, за підсумками всіх трьох кварталів нинішнього року компанія все ж показала прибуток у 4 млрд євро.

Ми ж певні, що скандал допоможе компанії взяти впевнений курс на підвищення ефективності і стати сильнішою. За деякими даними, Мюллер вже пообіцяв акціонерам переглянути модельний ряд компанії, що складається з 300 моделей (майже вдвічі більше, ніж у Toyota, у якої в два рази вище прибуток на вкладений капітал), а також скоротити кількість робочих місць: в Volkswagen зайнято 600 тис. осіб, що, приблизно, на 50% більше, ніж в Toyota.

Пану Мюллеру, нову очільнику Volkswagen AG доведеться докласти неймовірних зусиль для того, щоб мінімізувати наслідки скандалу та повернути довіру покупців



10

11

## Вікно в Європу

Американський виробник електрокарів відкриває в Європі перше повноцінне виробництво

Американський виробник люксових електрокарів Tesla Motors – лідер рейтингу найбільш інноваційних компаній світу Forbes – відкрив у Нідерландах свій перший у Європі завод по складанню електромобілів.

Завод в нідерландському місті Тілбург є першим повноцінним підприємством Tesla за межами США. Він був побудований з використанням обладнання з головного заводу Tesla Motors у Фрімонті, штат Каліфорнія. Присутній на церемонії відкриття засновник і генеральний директор Tesla Motors Ілон Маск заявив, що

головна мета цього заводу – максимально скоротити час очікування машин для жителів Європи, для яких реальний час очікування авто може становити до трьох місяців, залежно від моделі і комплектації.

На заводі особлива увага буде приділятися якості автомобілів, відзначають галузеві видання. Для цього на території підприємства розташований випробувальний трек довжиною 750 м, що імітує дороги з різною якістю покриття. На ньому також будуть тестувати рівень шуму і вібрацій, а також систему автономного водіння.



Наразі на підприємстві вироблятиметься 450 автомобілів – максимальна потужність поточних виробничих можливостей, призначених виключно для Tesla Model S в тиждень. Планується, що незабаром виробництво буде розширено: на конвеєр «встане» кроссовер Model X, з'являться цехи зварювання та фарбування. Авто з європейського заводу повинні допомогти компанії досягти поставленої на 2020 рік мети: довести випуск авто до 500 тис. автомобілів, а також задовольнити зростаючий попит серед європейських споживачів марки.

До речі, кросовер, виробництво якого тільки-но розпочалось, вплинув на прогноз результатів компанії за весь 2015 рік, незважаючи на те, що замовлення на модель, м'яко кажучи, перевершили усі сподівання. Однак, саме авто, є вельми складним і новим для Tesli. Складання Model X одночасно з Model S сповільнює темпи роботи головного заводу у Фрімонті. Якщо три місяці тому Елон Маск в листі акціонерам говорив про очікувані 55 тисяч автомобілів за підсумками року, то в новому листі мова йшла про цифру «від 50 до 55 тис. авто».

Останнє, змушені визнати, теж є доволі непоганим результатом для компанії, яка у 2014 році продала 35 тис. електромобілів. Більше половини продажів припадає на США, близько 30% - на Європу і трохи більше 10% - на Китай. Найбільшим успіхом в Європі автомобілі Tesla користуються в Норвегії - 13% всіх європейських продажів. Але поки мають обмежений попит на ключових ринках регіону, перш за все, в Німеччині, Франції та Іспанії.

Зіпсувати радість від відкриття нового заводу команді Tesla Motors вдалось аналітикам журналу Consumer Reports, що публікує огляди і результати тестів. Після численних скарг (від скрипу у салоні до необхідності замінити електродвигун) власників Model S вони вирішили видалити електрокар з категорії «надійних» продуктів, що сильно вдарило по

ринковій вартості компанії.

Аналітики побоюються, що Tesla буде доволі важко стежити за якістю. Вперше в історії компанії їй доводиться виробляти дві моделі одночасно при тому, що обсяги виробництва збільшились більш, ніж на 40%.

Джейк Фішер, голова відділу тестування автомобілів в Consumer Reports, заявив: «Вони збільшують обсяг виробництва і рівень складності автомобілів, вводять додаткові функції, і їм доводиться непросто. Тепер, коли на ринок вийшла Model X, стає питання, чи зможуть вони знову домогтися колишнього рівня якості».

Як пише Consumer Reports, власники седанів Model S, які надійшли в продаж у червні 2012 року, повідомляють про «безлічі не пов'язаних між собою і досить складних несправностей». Фішер пояснює: «Цього року ми більше не рекомендуємо Model S. Але, з точки зору задоволеності власників, клієнти будуть купувати цей автомобіль і далі - вони люблять його».

Consumer Reports пише, що «незважаючи на всі проблеми, ступінь задоволення власників Tesla залишається дуже високою - 97% говорять, що безсумнівно куплять автомобіль компанії знову». Видання також виявило, що клієнти Tesla оцінюють рівень сервісу в компанії і ступінь своєї лояльності бренду як найкращі у світі.

У компанії переконані, що тісний зв'язок з клієнтами дозволяє Tesla швидко отримувати відгуки, активно вирішувати проблеми і покращувати несправності. «Автоматичне оновлення програмного забезпечення дозволяє Tesla діагностувати і усувати більшу частину помилок без необхідності везти машину в сервісний центр. У тих же випадках, коли виправлень потребує апаратна частина, компанія докладает усіх зусиль, щоб зробити цей процес безболісним», - сказано у повідомленні компанії.

Наразі виробничі потужності повністю віддані єдиній серійній моделі компанії Tesla Model S, але незабаром тут позпочнеться складання кроссовера Model X



Головна мета цього заводу - максимально скоротити час очікування машин для жителів Європи, а значить збільшити свою присутність на цьому важливому для компанії ринку





# Його американська мрія

Очільник Fiat Chrysler продовжує шукати партнерів для порятунку своєї компанії. GM - найкращий, на думку пана Маркіонне, претендент на цю роль поки відмовляється від нової угоди про співпрацю



Генеральний директор Fiat Chrysler Automobiles Серджіо Маркіонне заявляє, що додаткова великомасштабна консолідація у світовій автомобільній промисловості все ще невиправдано ігнорується. перш за все, керівниками найкращого, на думку Маркіонне, кандидата на злиття – General Motors. Очільник FCA переконаний, що автовиробники витрачають мільярди інвестицій на «безглузді» R&D, знищуючи акціонерну вартість. Він певен, що компанії повинні консолідуватися зараз або зіткнутися із «катастрофічними наслідками» пізніше.

Незважаючи на те, що пан Маркіонне відстоює цю точку зору вже тривалий час, керівники GM вперто відмовляються обговорювати можливість злиття у публічній площині чи на приватній зустрічі. На Франкфуртському автосалоні минулого місяця

генеральний директор GM Мері Барра сказала, що керівництво автовиробника, а також зовнішні радники вивчили перспективу злиття GM-FCA: «Ми розмірковували про це дуже-дуже ретельно і у найменших подробицях. І це не найкращим чином відповідає інтересам акціонерів General Motors», – сказала Барра.

Automotive News Europe звернулася до провідних європейських автомобільних керівників для того, щоб дізнатись їх точку зору на цю проблему.

Як і Маркіонне, генеральний директор Renault-Nissan Карлос Гон вважає, що «дрібним автовиробникам знадобляться альянси і кооперація з великими гравцями», щоб впоратися з величезними інвестиціями, необхідними для створення більш екологічних силових агрегатів,

автомобільних комп'ютерних мереж і автономних функцій водіння, але він скептично ставиться об'єднань, бо багато з них провалилися.

Генеральний директор PSA/Peugeot-Citroen Карло Таварес заявив, що традиційні переваги розміру як, наприклад, вигідніші ціни від постачальників і нижчі витрати на R&D (відносно вбудованої амортизації на одиницю виробленої продукції) повинні бути збалансовані з важливістю залишатися динамічними. «Я ще не знайшов досконалого рівня динамічності, відповідного до розміру компанії», – сказав він. На його думку, керівники повинні зосередитися на підвищенні ефективності за рахунок поліпшення використання своїх ресурсів, а не зростанні тільки заради обсягу. «Нова норма – це ощадливість: робити більше з меншими витратами», – переконаний він.

Старший віце-президент із закупок та виробництва Volvo Car Corporation Ларс Вребо також не вірить, що «чим більше, тим краще». «Якщо розмір був би усім, що потрібно, то GM ніколи б не опинився на межі банкрутства, – запевняє він. – Ми розглядаємо наш відносно невеликий розмір як перевагу, тому що ми можемо приймати рішення швидше».

Незважаючи на те, що більшість його колег вважають консолідацію не вельми ефективним вирішенням проблем, що стоять перед автомобілебудівною галуззю, Маркіонне досі переконаний, що об'єднання є неминучим, і не збирається зупиняти лобювання угоди з GM. Щоправда, він зізнається, що його розрахунки об'єднання FCA і GM потребують уточнень, а сама (можлива) угода – доопрацювань і досліджень. «Було б безсовісно змушувати



партнера», – сказав Маркіонне в недавньому інтерв'ю з Automotive News Europe.

Інсайдери GM, з іншого боку, піддають сумніву твердження Маркіонне про синергію та вважають пропозицію злиття з FCA відверто поганою ідеєю. «Чому GM повинна рятувати FCA?» - ставить запитання високопоставлене джерело видання у раді директорів GM.

Маркіонне ж вперто (майже фанатично) апелює своєму невідомому опоненту: логіку угоди спростувати неможливо. «Ми не говоримо про граничне підвищення рентабельності. Ми говоримо про катастрофічні зміни в продуктивності – вони просто величезні. Я йшов від продукту до продукту, від заводу до заводу, від галузі до галузі, і я проаналізував їх усі. Я, очевидно, зробив кілька довірливих припущень про те, які архітектури залишаться рентабельними, які двигуни користуватимуться попитом, і єдиний вихід, що потенційно принесе їм вигоду – це ми [FCA]», - запевняє він.

Потенційний прибуток, переконаний Маркіонне, значно вищий, ніж поточні об'єднані доходи GM і FCA. За його підрахунками, об'єднавши зусилля GM і FCA можуть заробити 30 млрд доларів на рік готівкою, майже на 20 відсотків більше того, що дві компанії планують заробити цього року.

Арндт Елінгхорст, керівник глобальних автомобільних досліджень американського аналітичного агентства Evercore ISI, підтверджує реалістичність розрахунків Маркіонне. «Сумарно GM і FCA можуть отримати майже 25 млрд доларів EBITDA цього року. Якщо ж урахувати ефект синергії та пік продажів на ринку США, то вони дійсно могли би отримати до 30 млрд в EBITDA», - відповів він на запит Automotive News Europe.

Згідно з інсайдерськими даними, GM провела два місяці, порівнюючи стару і нову угоду GM-Chrysler. В компанії прийшли до висновку, що новий проект рясніє відволіканнями, культурними ускладненнями і завищеними прогнозами рентабельності. Злиття з FCA, на думку аналітиків компанії, є «ризикованою дією», в якій витрати відіграють головну роль, а прибуток і виплати акціонерам – другорядну. У записці для інвесторів в червні, Макс Уорбертон, аналітик Sanford C. Bernstein, написав: «Об'єднання FCA і GM виглядає як оперативний і управлінський кошмар, але, відверто кажучи, якщо хто-небудь і зможе прорватися через подібні проблеми і змусити цей жах функціонувати, то це Маркіонне».

Маркіонне визнає, що об'єднання з GM було б надскладною проблемою, але він наполягає на своєму: «Переваги такі високо, що я не думаю, що цей процес можна зупинити».

У наполегливості Маркіонне є доволі просте пояснення. У порівнянні зі своїми більшими і значно багатшими глобальними партнерами, FCA стикається із низкою майже нездоланих проблем. Звичайно, FCA (з останніх сил?) наздоганяє своїх конкурентів у придбання, витратах на R&D, економії палива, гібридних технологіях та автономному водінні. З іншого боку, у час безпрецедентних інвестиційних потреб в автомобільній промисловості, FCA є єдиним великим автовиробником в світі, у якого більше боргу, ніж готівки.

Виникає закономірне питання: наскільки високий рівень відчаю компанії та її керівництва? Маркіонне стверджує, що FCA зовсім не в розпачі. Він каже, що компанія може вижити самостійно – «в посередності».

Він визнає, що його компанія має екстремальні виклики в порівнянні з більш великими глобальними конкурентами. Багато хто з них, каже він, пов'язані з фінансовою слабкістю, роками забуття і зневіри. Він, звичайно, має на увазі об'єднання з Chrysler, на якій багато хто «поставив хрест» після банкрутства 2009 року.

Аналітики ж, конкуренти та потенційні партнери вказують на інші проблеми FCA, які не мають жодного відношення до злиття з Chrysler-Fiat шість років тому. Перш за все, представники автомобільної спільноти відзначають, що з 11 найбільших світових автовиробників, тільки FCA має чистий борг – 8 млрд доларів.

По-друге, значна частина автомобілів FCA, які користуються попитом, збудовані на старих, з точки зору інших автовиробників, платформах. Фактично, усі платформи компанії є модернізованими версіями платформ Fiat 2004-го року та Chrysler 2009 року. Щоб відповідати стандартам, кожна нова модель повинна бути важчою, ніж попередня. Це призводить до більшого споживання палива, в той час, коли конкуренти запускають легші моделі на нових платформах. Наостанок, жодна платформа FCA не використовується у більше, ніж одному мільйоні автомобілів на рік, що, зводить на нанівець усі «переваги від масштабу» і, відповідно, збільшує витрати.

По-третє, в модельному ряді FCA немає жодного гібриду (окрім, звичайно, суперкару LaFerrari за 1,4 млн доларів). Щоправда, покупці Каліфорнії та частину Орегону

мають можливість придбати електричну версію Fiat 500 - Fiat 500E, - яка коштує на 14 тис. доларів дорожче за базову модель (автолюбители Європи – ключового ринку компанії – не мають і такої можливості).

По-четверте, FCA, з точки зору продажів, - не є глобальною компанією, а, скоріше, компанією з вираженою присутністю на декількох ринках. В той час як

Toyota, Ford і Hyundai-Kia продають однакові авто в Китаї, США і Європі, Fiat Chrysler Automobiles «задовольняється» присутністю на бразильському ринку (який доволі-таки суттєво постраждав від економічної кризи) та, практично, відсутністю в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, принаймні зараз.

І на останок, група компаній, здається,

Незважаючи на деякі досягнення, наприклад, успішне IPO Ferrari, компанія пана Маркіонне переживає не кращі часи і, щонайгірше, все більше відстає від своїх конкурентів



зовсім не розвиває plug-in технології і автономне водіння, які більшість розглядає як майбутнє автомобілів.

Маркіонне, звичайно, визнає усі виклики, що стоять перед компанією, обіцяючи поширити географію продажів та збільшити їх обсяги. Він також обіцяє «електрифікацію» та «гібридизацію» уже з наступного року, починаючи з нового покоління мінівенів Chrysler Town & Country.

Враховуючи проблеми FCA (невирішені і майбутні), обмежені фінансові ресурси, потребу у великих інвестиціях для розробки нових «зелених» двигунів внутрішнього згоряння, електрифікацію та автономне водіння, а також високий рівень заборгованості та нерегуляр-

ну рентабельність, стає зрозуміло, що Маркіонне, скоріше за все, не впорається з викликами без великого партнера, який вже має усі ці технології, хоча б на стадії розробки.

«Без нової угоди ми приречені дивитись на потворну промислову машину, яка пожирає капітал... і жити у вічному процесі помилок та манівців», - каже Маркіонне.

Нагадаємо, що за інформацією французьких ЗМІ, Маркіонне хотів продати FCA «Фольксвагену» або PSA Peugeot Citroen, проте обидві угоди не знайшли підтримки у акціонерів компанії. Здається, що без мега-партнера багаторічні невдачі FCA триватимуть.

# Виробництво у серпні

За даними асоціації "Укравтопром" в серпні на українських заводах було вироблено 193 автотранспортних засоби, що на 77% менше, ніж у липні (844 шт.), ы на 56% менше, ніж у торішньому серпні (444 шт.)

Легкові автомобілі в серпні не вироблялись.

Комерційних автомобілів було вироблено 136 шт. або на 3,5% менше липневого показника, і на 11% менше відносно торішнього серпня.

Серпневий показник в частині виробництва автобусів (57 шт.) виявився на 27% менше результа-

ту попереднього місяця, і на 44% менше підсумку серпня 2014 року.

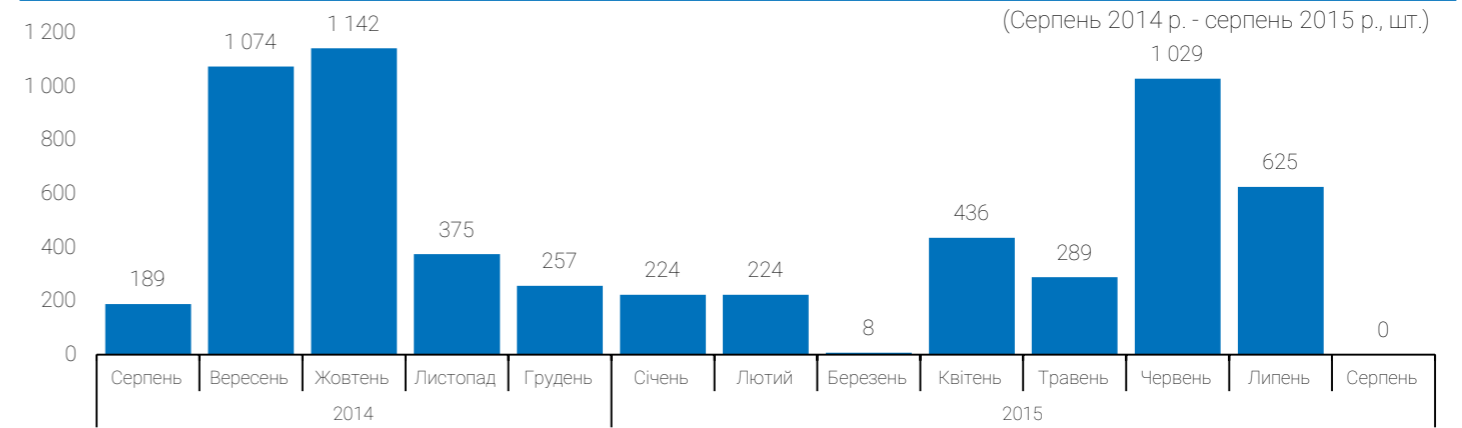
Всього за вісім місяців 2015 року в Україні було вироблено 4 218 одиниць автотранспортної техніки, що на 83% менше аналогічного періоду минулого року.

У сегменті легкових автомобілів падіння становило більше 87% – до 2 914 шт.

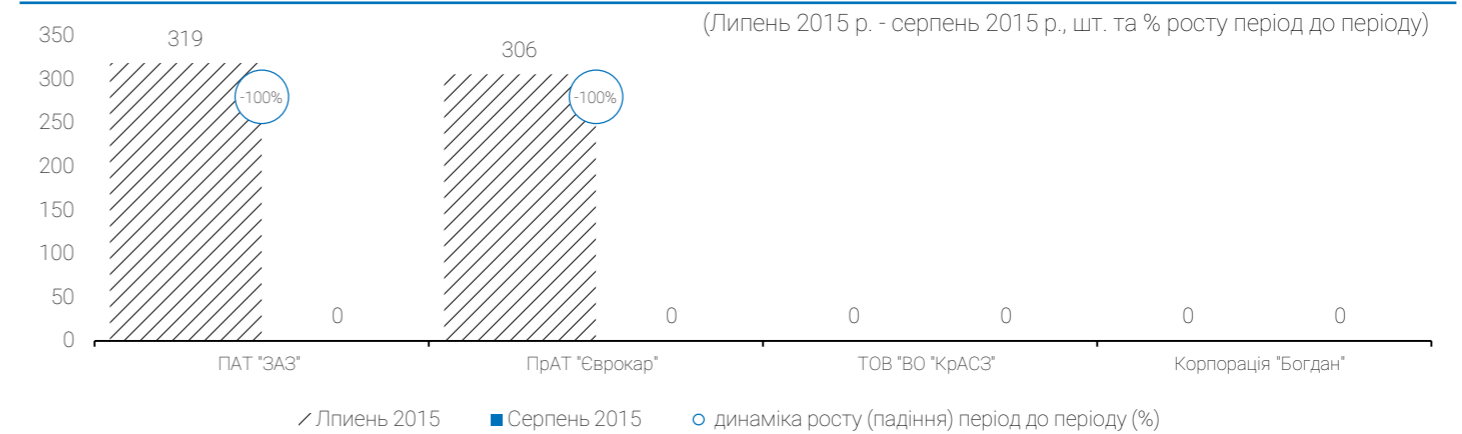
Найменше падіння відзначено у виробництві комерційних авто – 18,6 відсотків, вироблено 921 автомобіль.

Випуск автобусів за той же період скоротився на 39% до 383 шт.

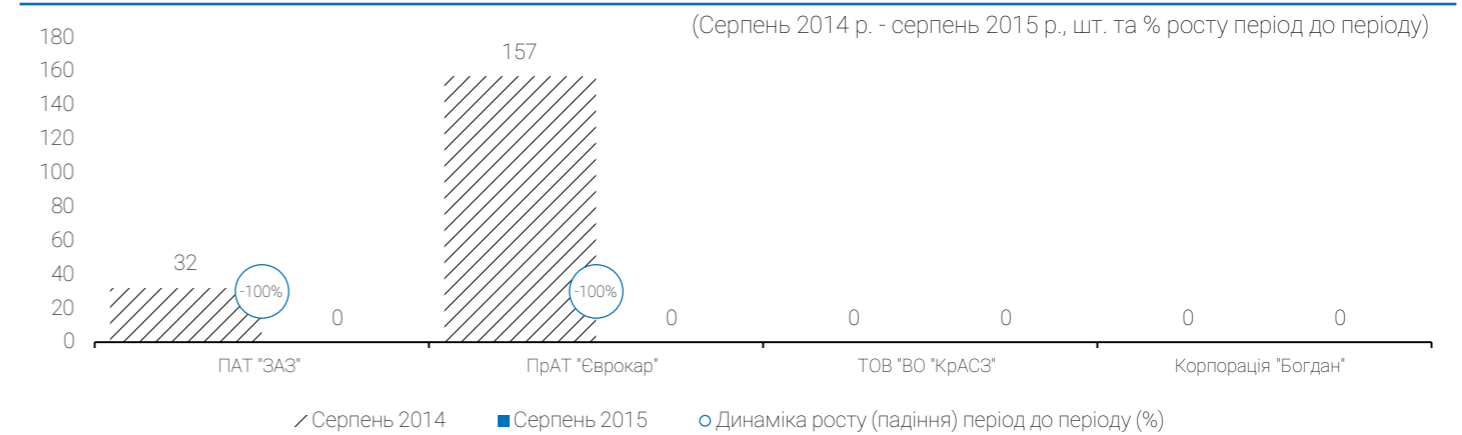
## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО



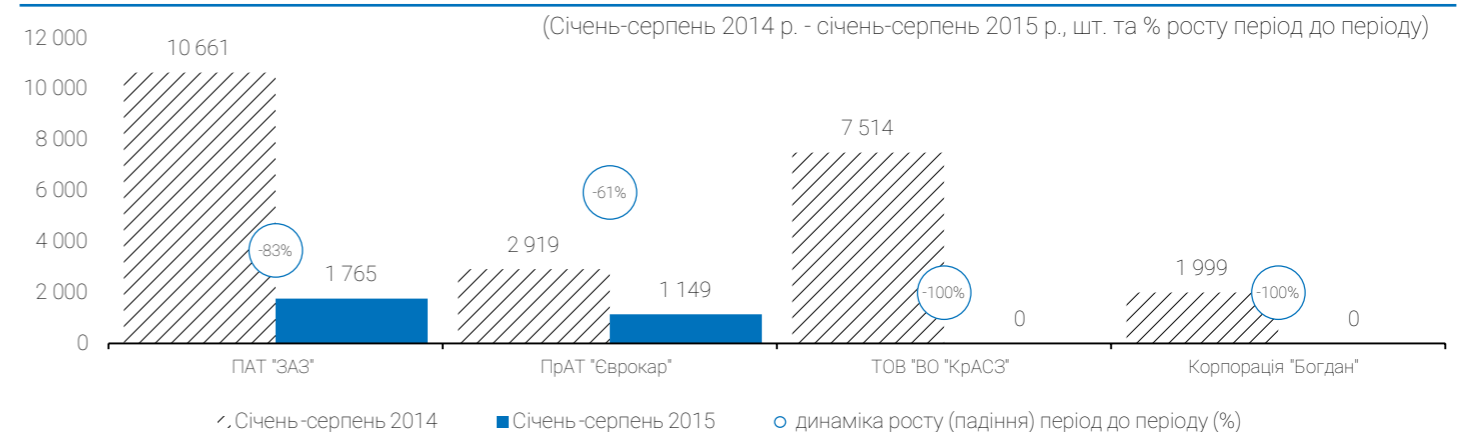
## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО



## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

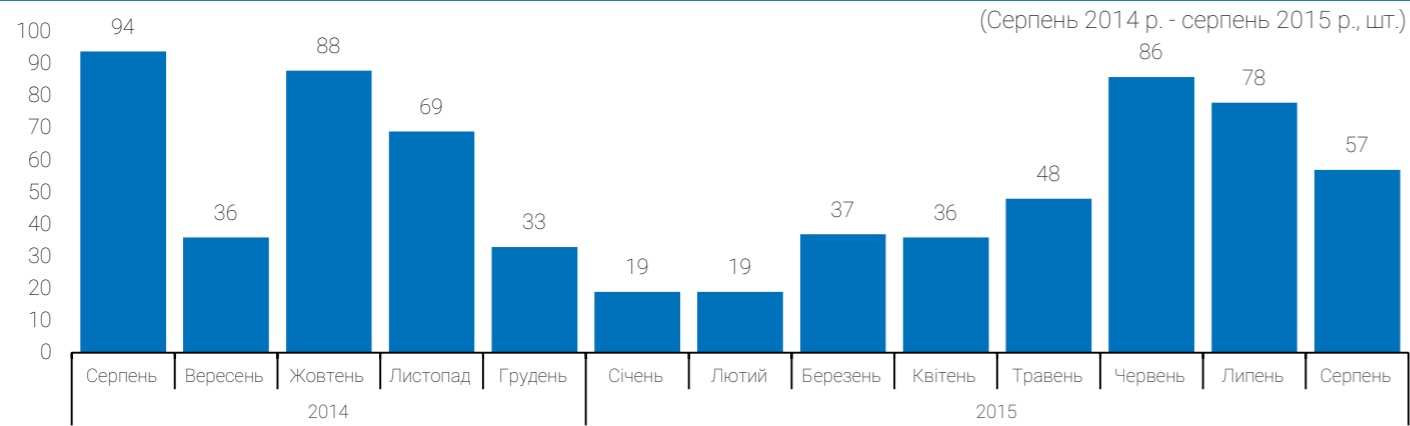


## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

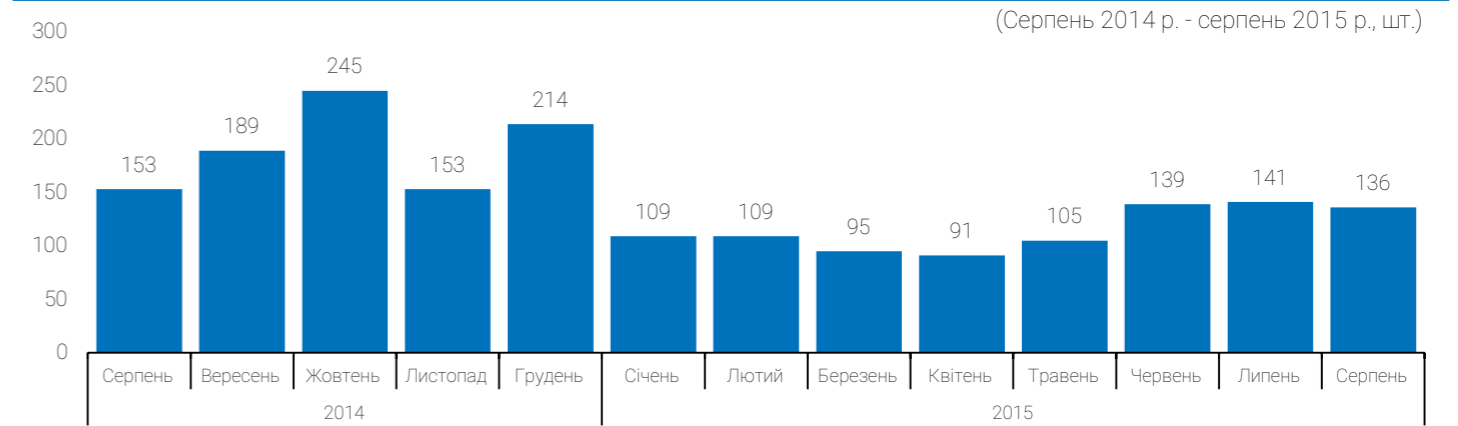




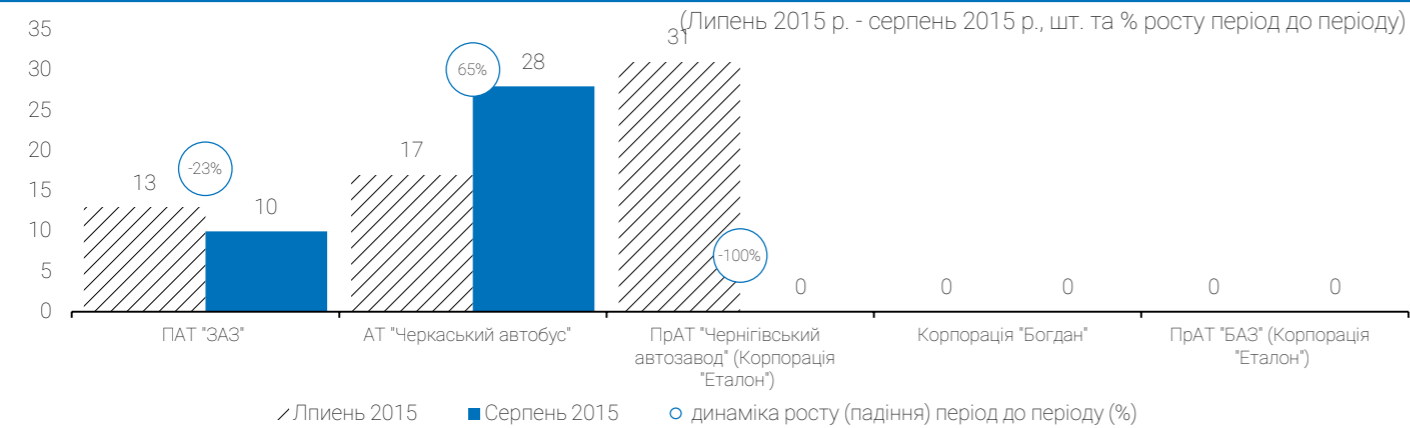
## ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



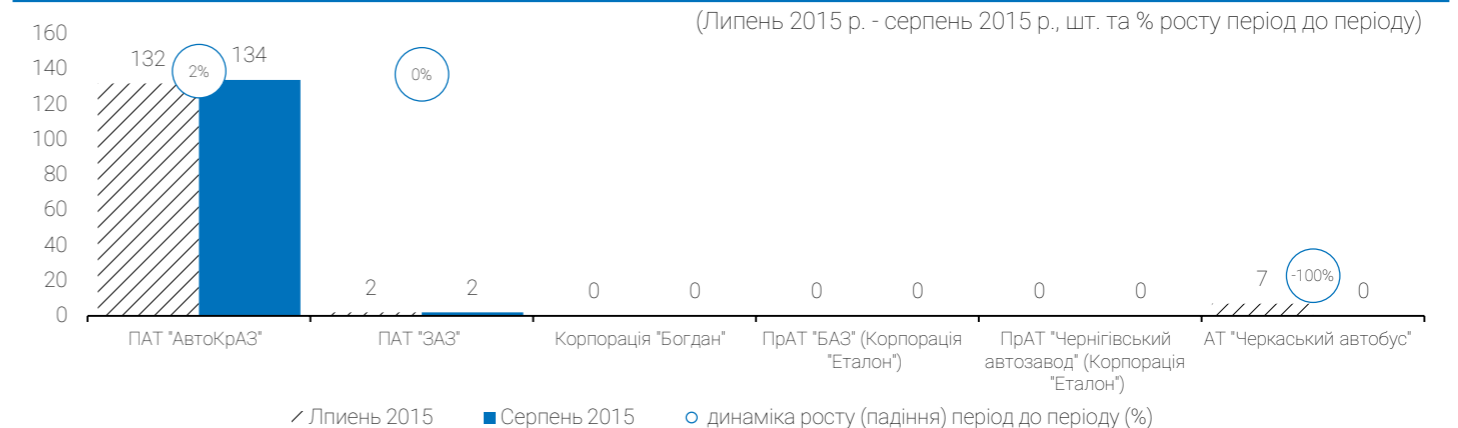
## ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



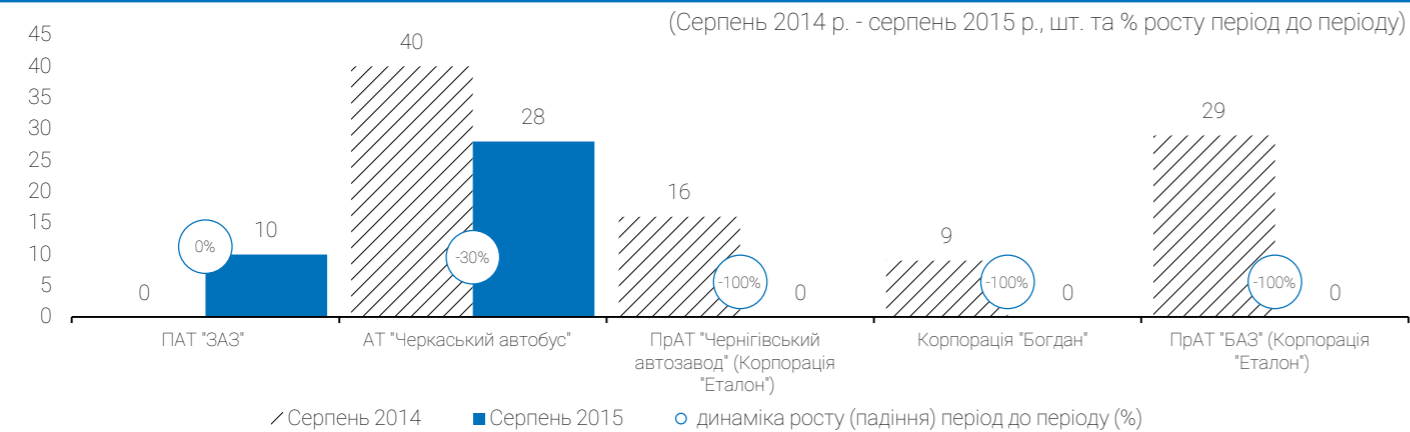
## ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



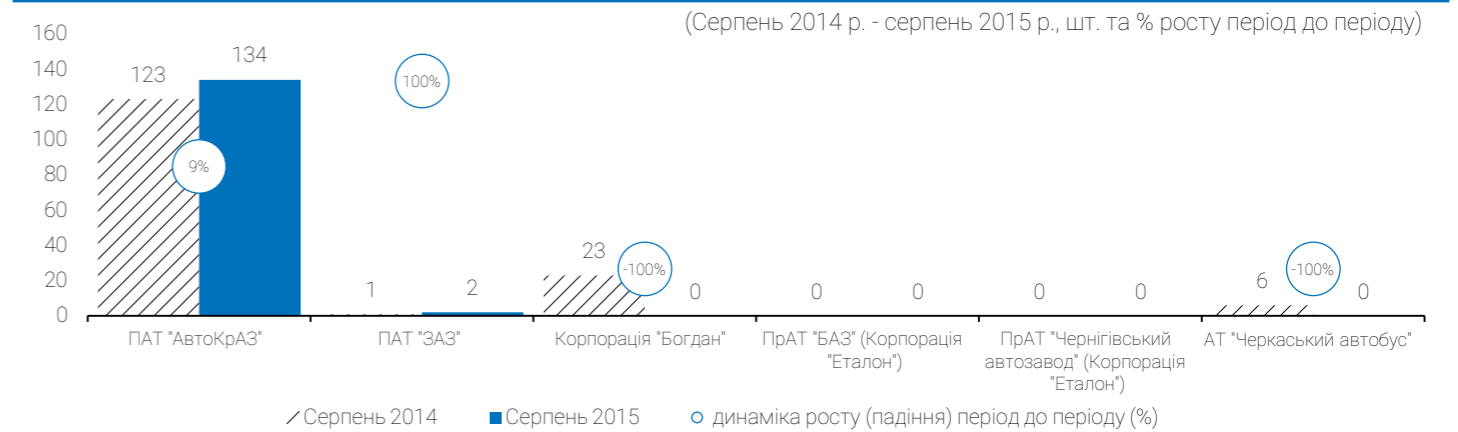
## ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



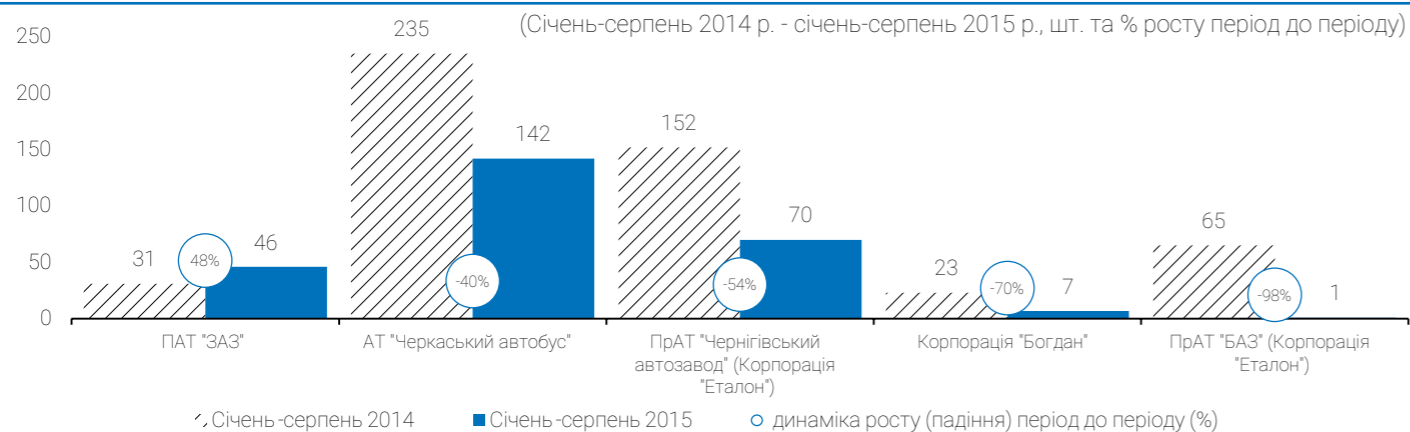
## ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



## ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



## ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



## ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



# Виробництво у вересні

За даними асоціації "Укравтопром", у вересні 2015 року на українських заводах було вироблено 416 автотранспортних засобів, що на 68,2% менше результату торішнього вересня і на 115,5% більше показника серпня цього року.

У звітному місяці відновилося виробництво легкових автомобілів – 170 шт. (-84,2% до вересня минулого року).

Кількість комерційних автомобілів, вироблених у вересні, становила 173 шт. (+27,2% до серпня і -8,5% до торішнього вересня).

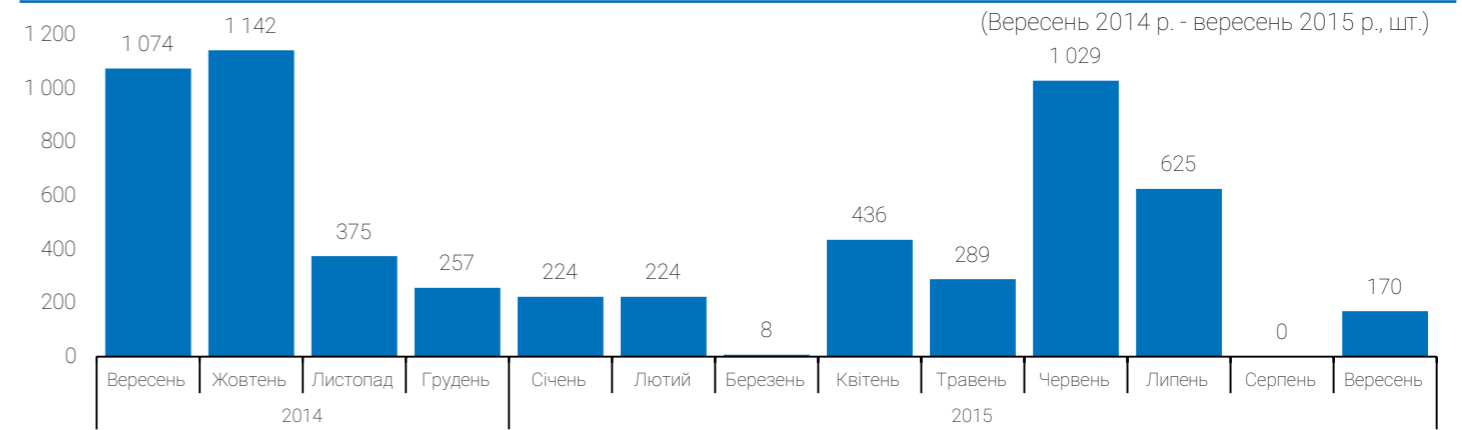
Результат у виробництві автобусів за звітний місяць – 73 шт. (+28,1% до попереднього місяця і +55,3%

до вересня 2014 року).

Всього за три квартали поточного року в Україні було вироблено 4634 автотранспортні засоби, що на 82,3% менше торішнього результату. З них:

- Легкові автомобілі – 3084 шт. (-87,2% до аналогічного періоду минулого року).
- Комерційні автомобілі – 1094 шт. (-17,1% до аналогічного періоду минулого року).
- Автобуси – 456 шт. (-32,2% до аналогічного періоду минулого року).

## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО



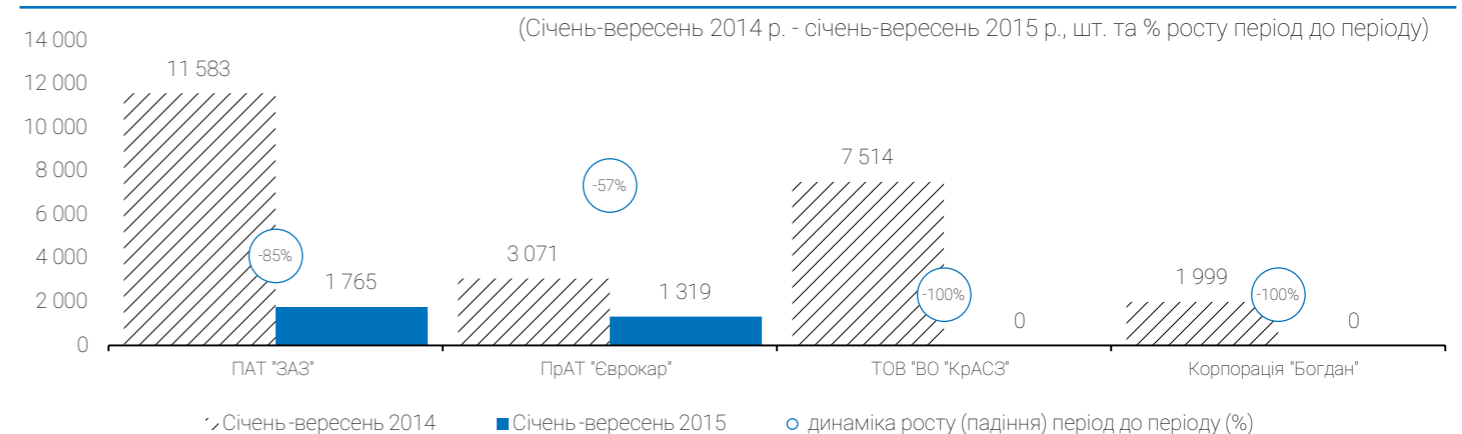
## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО



## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

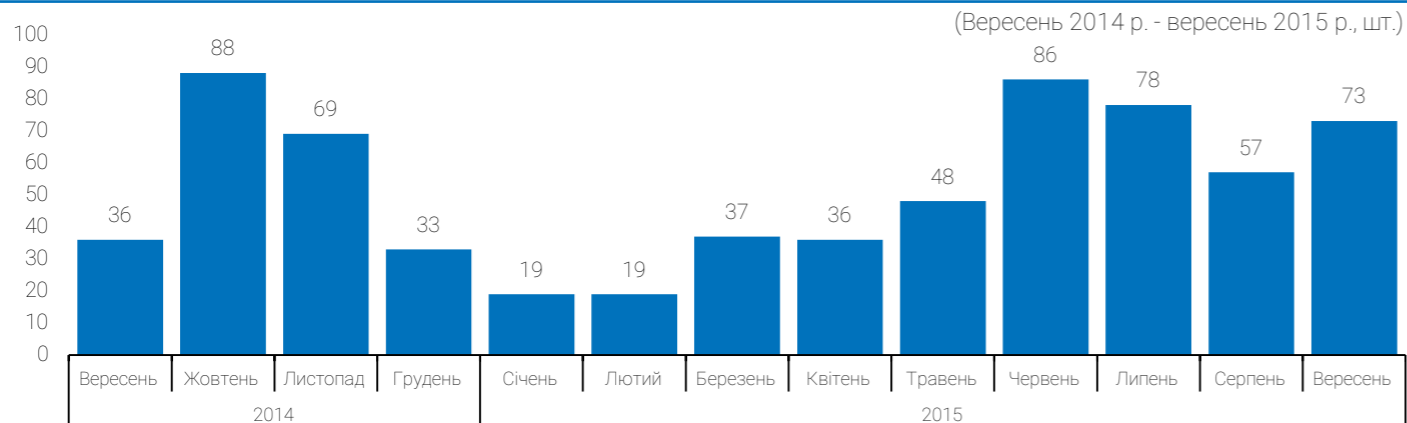


## ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

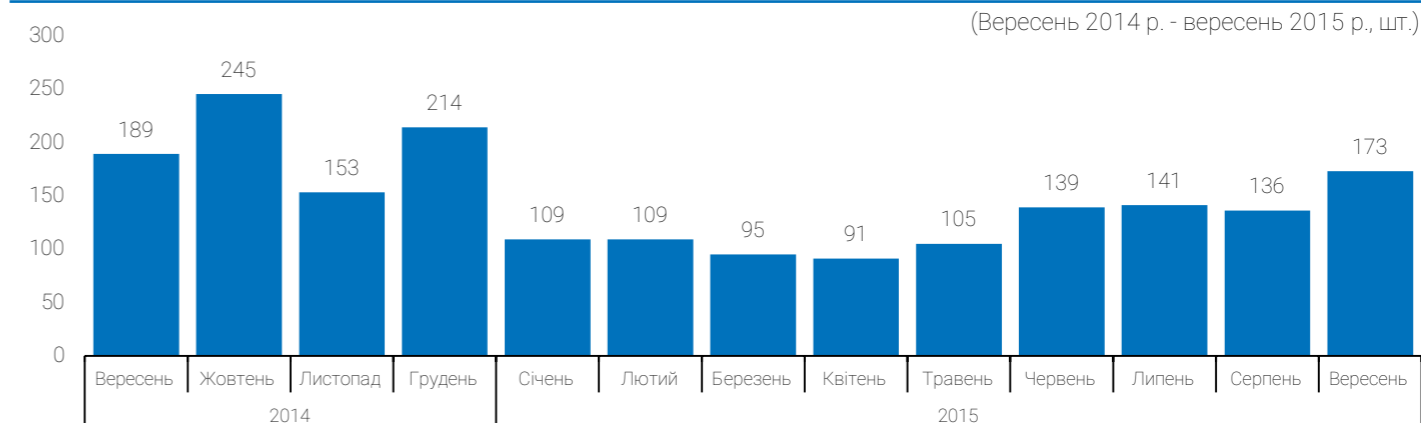




### ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



### ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



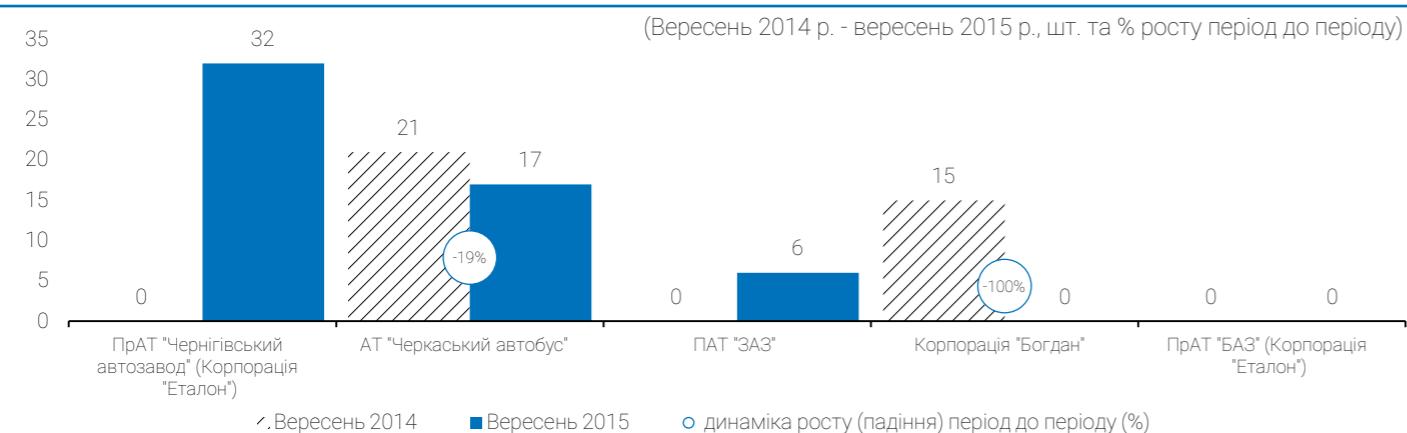
### ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



### ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



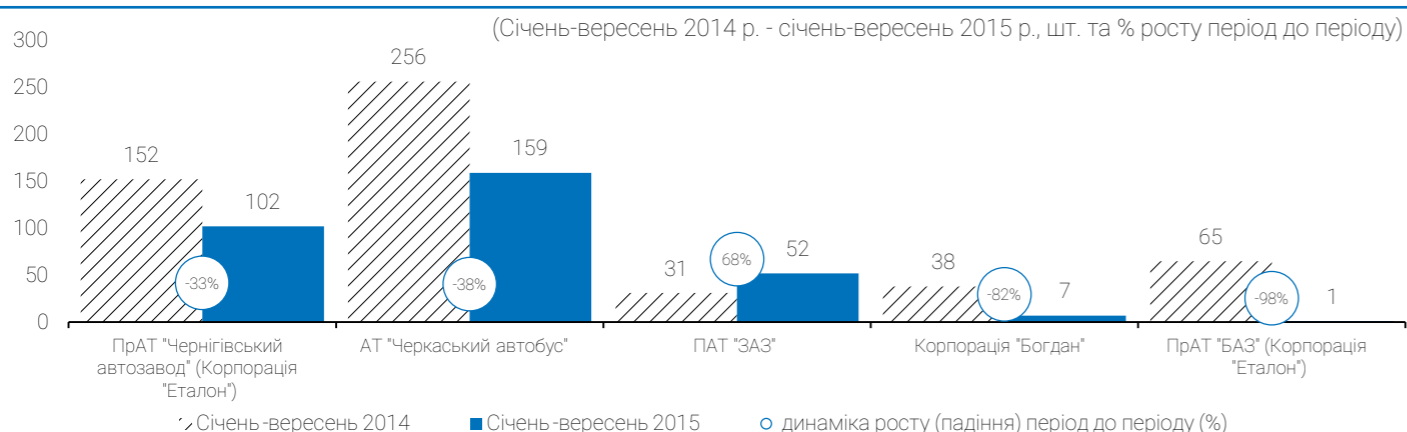
### ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



### ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



### ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ



### ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО



# Продажі у серпні

26

За підсумками серпня зусиллями всіх операторів авторынку вдалося реалізувати 3 559 нових легкових автомобілів, що гірше липневих показників на 32%; у порівнянні з минулим роком спад склав майже 46%, повідомляє AUTO-Consulting. Продовження спаду продажів в серпні було прогнозованим, на тлі незначного поживлення в липні, яке було пов'язане з курсовими коливаннями і розпродажами складів авто.

Серпневий результат показав, що український авторынок продовжує скорочуватись і за підсумками 8 місяців ледь перевищив показник

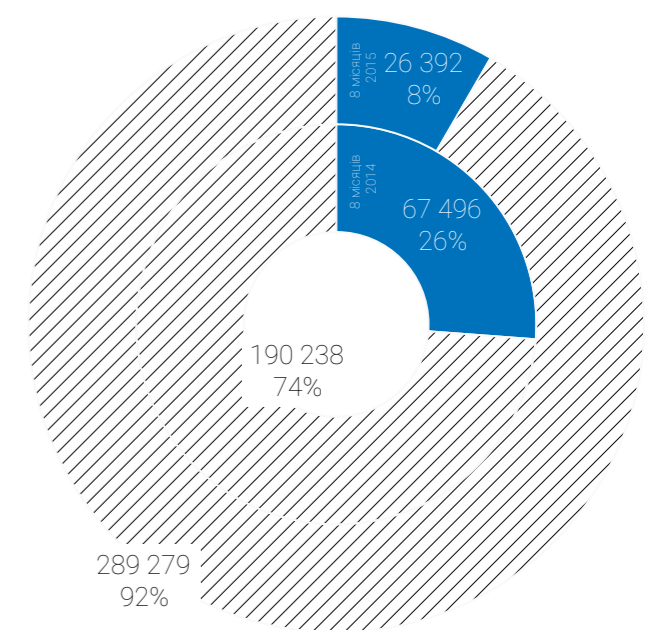
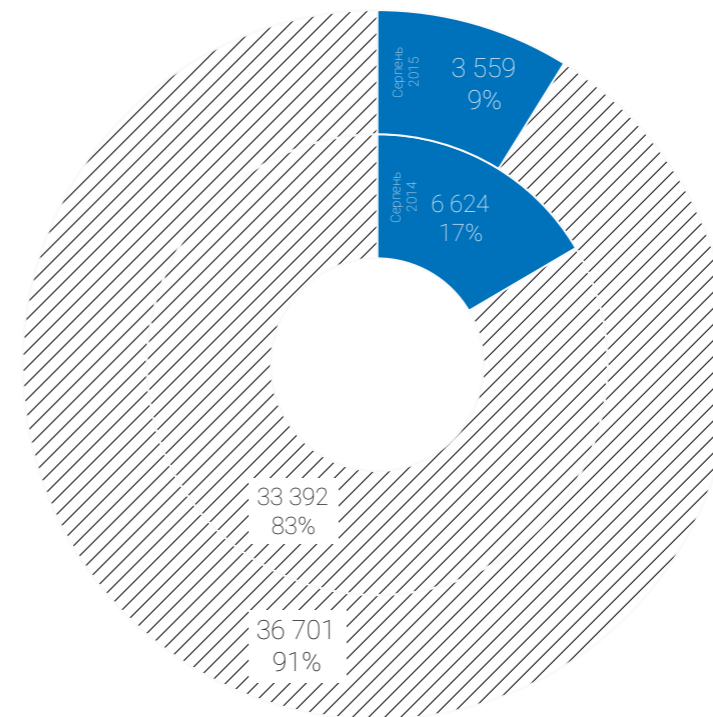
у 26 тис. автомобілів, що на 61% менше, ніж рік тому. Динаміка спаду - сповільнюється - це вже не 70-80-відсоткове зниження, яке спостерігалось на початку року, але ринок продовжує триматися біля позначки 3-3,5 тис. автомобілів на місяць.

Однак, як стверджують в AUTO-Consulting, далеко не у всіх операторів серпень був песимістичним. Так, зростання продажів в 13% вдалося продемонструвати Skoda, на 22% покращилися показники у Audi, а рекордсменами стали два бренди Volvo (+ 81%) і Seat (+ 80%).

## ПРОДАЖІ ЛЕГКОВИХ АВТО

(серпень 2015 р. та серпень 2014 р., шт. та % ринку)

(8 місяців 2015 р. та 8 місяців 2014 р., шт. та % ринку)

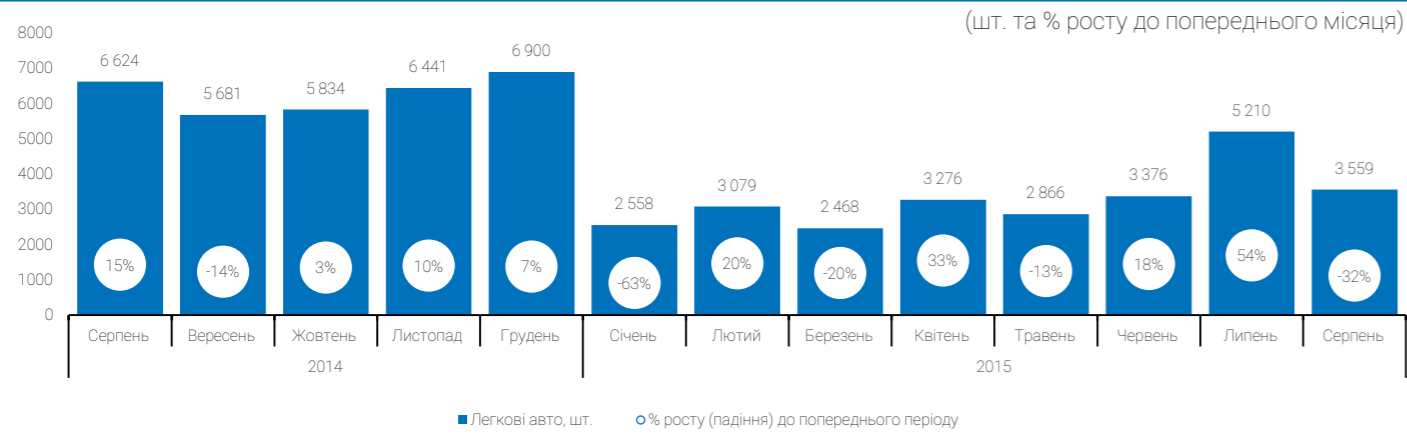


27

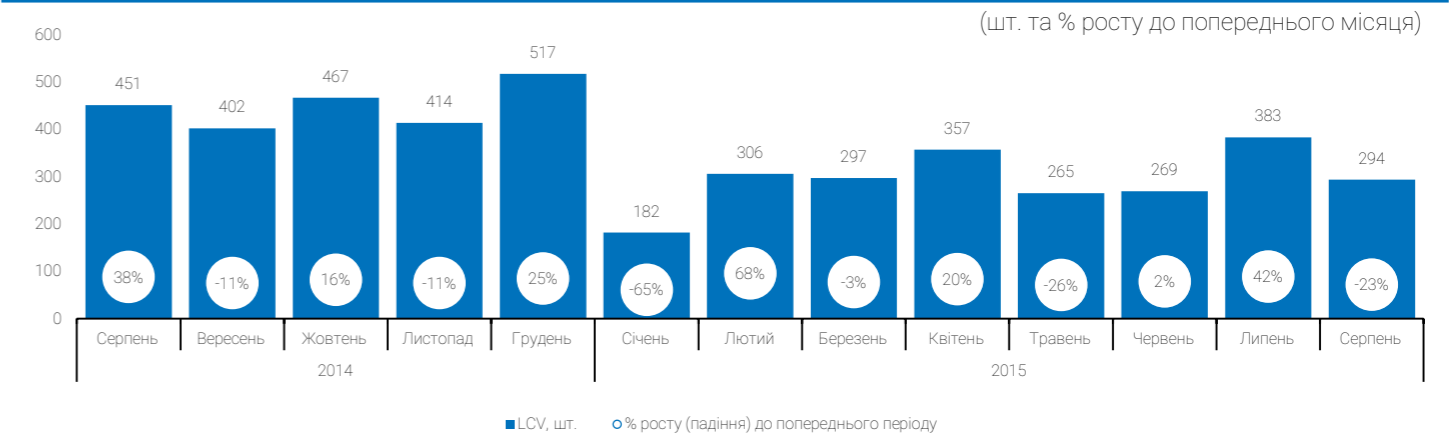
■ Нові авто / 3 пробігом



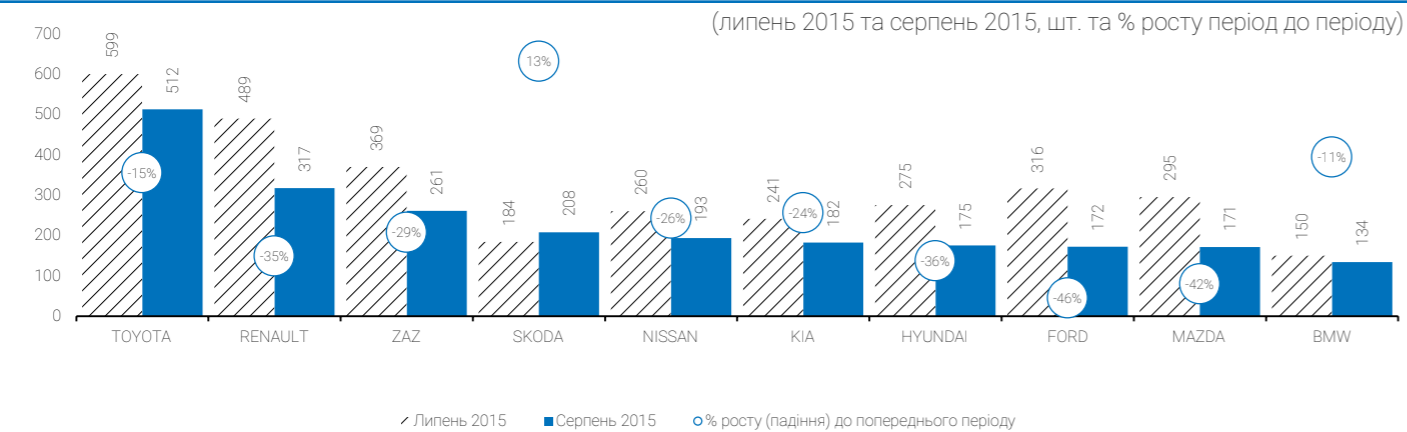
## ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



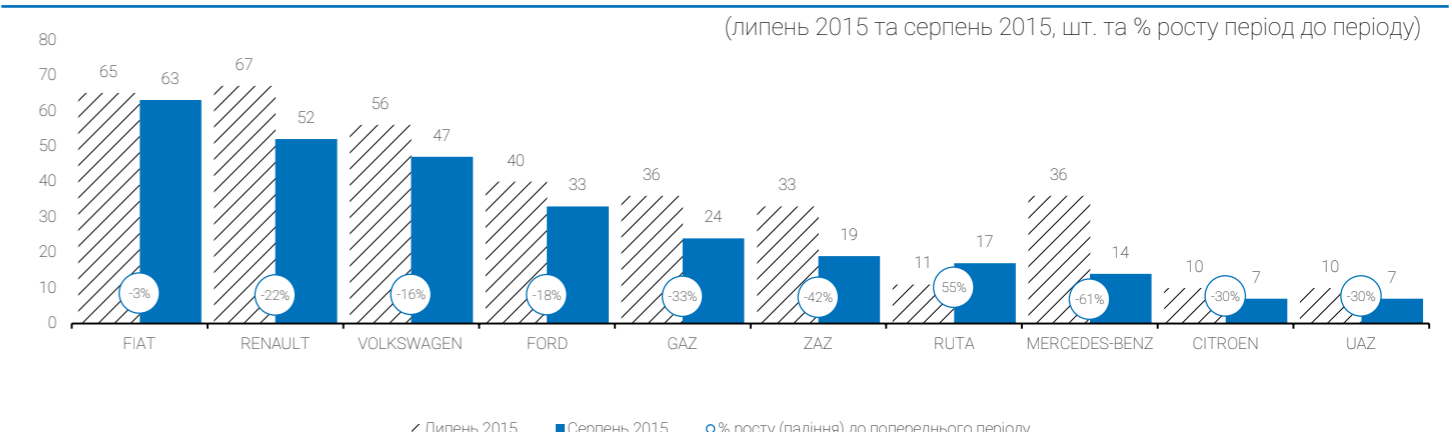
## ПРОДАЖІ НОВИХ LCV



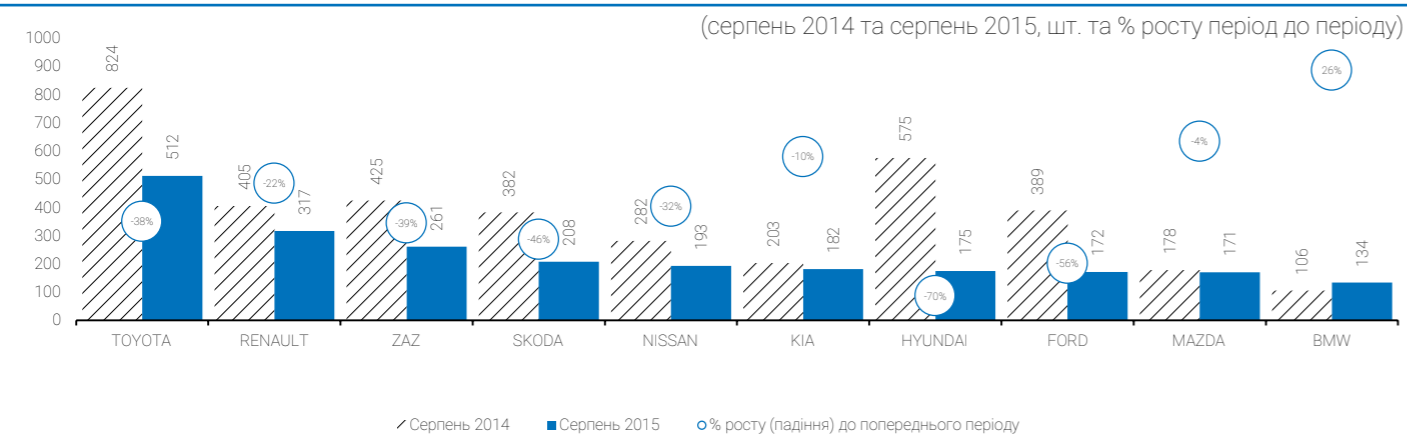
## ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



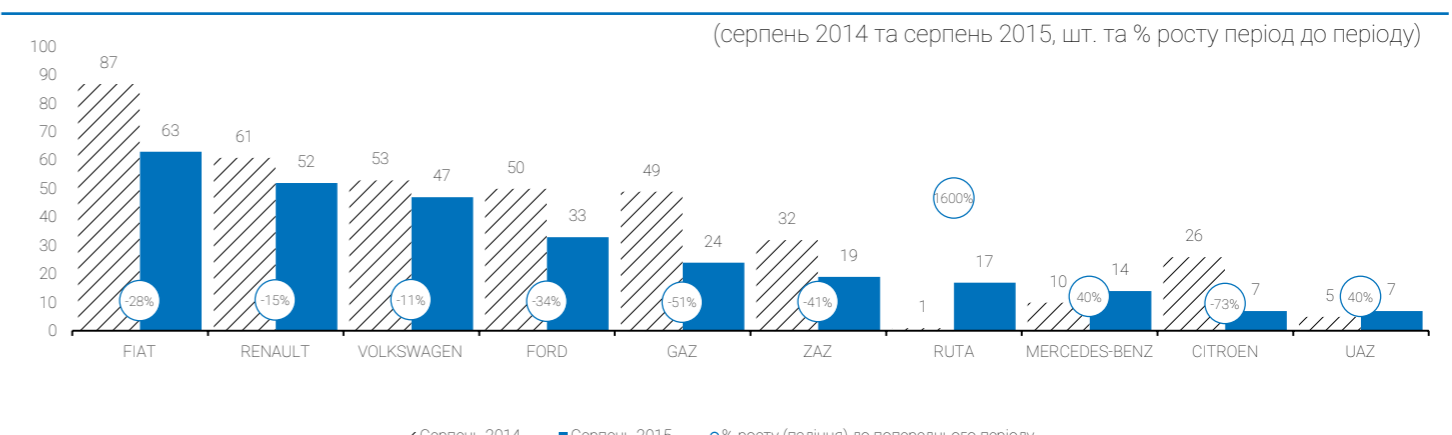
## ПРОДАЖІ НОВИХ LCV



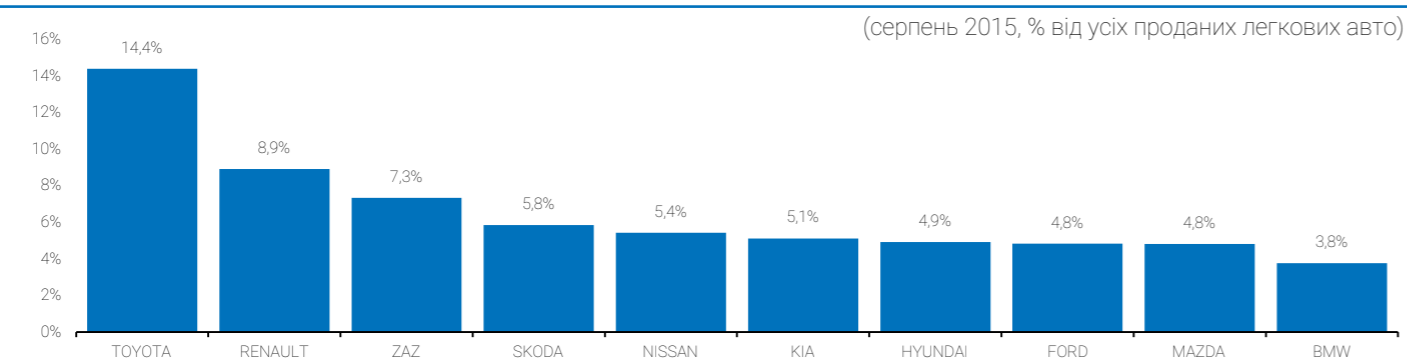
## ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



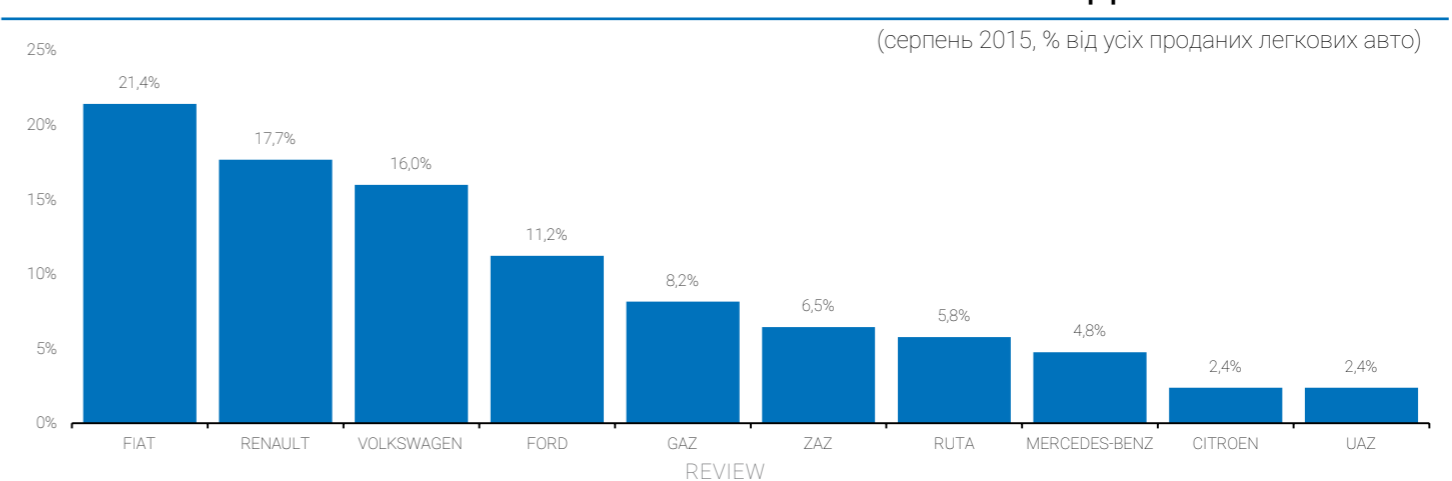
## ПРОДАЖІ НОВИХ LCV



## РЕЙТИНГ ПРОДАЖІВ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



## РЕЙТИНГ ПРОДАЖІВ НОВИХ LCV



# Продажі у вересні

У вересні, за даними AUTO-Consulting, продажі нових легкових знову опинилися в плюсовій зоні: загальний обсяг реалізації всіма учасниками ринку склав 4136 автомобілів, що на 16,2% більше, ніж у серпні. І якщо активізація з початком нового бізнес-сезону була очікуваною, то показники падіння, у порівнянні з минулим роком почали сповільнюватися.

Вересневий результат 2015 року на 27% гірше, ніж рік тому, але це вже не такі шокуючі цифри 70-79-відсоткового падіння, як на початку року. У цьому і полягає, на думку аналітиків, позитивний сигнал - ринок близький до стабілізації.

Всього ж за 9 місяців 2015 роки вдалося продати 30 528 нових автомобілів, що на 58,3% менше,

ніж за аналогічний період 2014-го.

Переважає більшість брендів початок осінній сезон з двозначних показників зростання продажів, а деякі змогли навіть поліпшити продажі в рази.

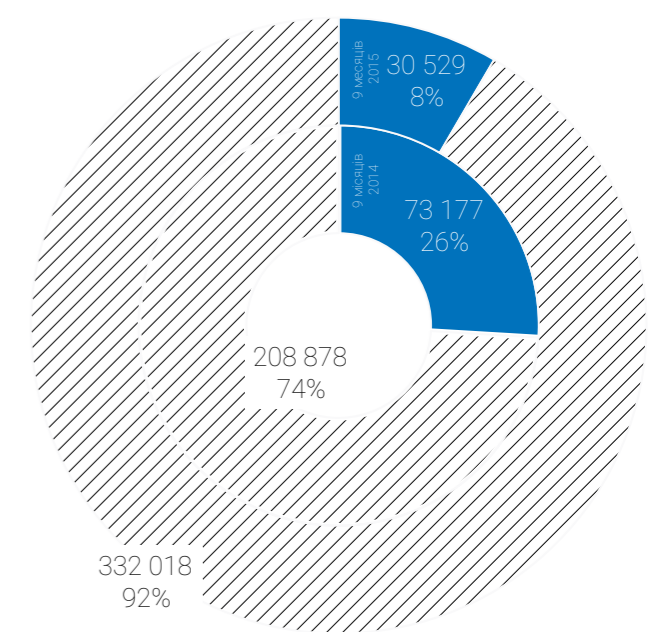
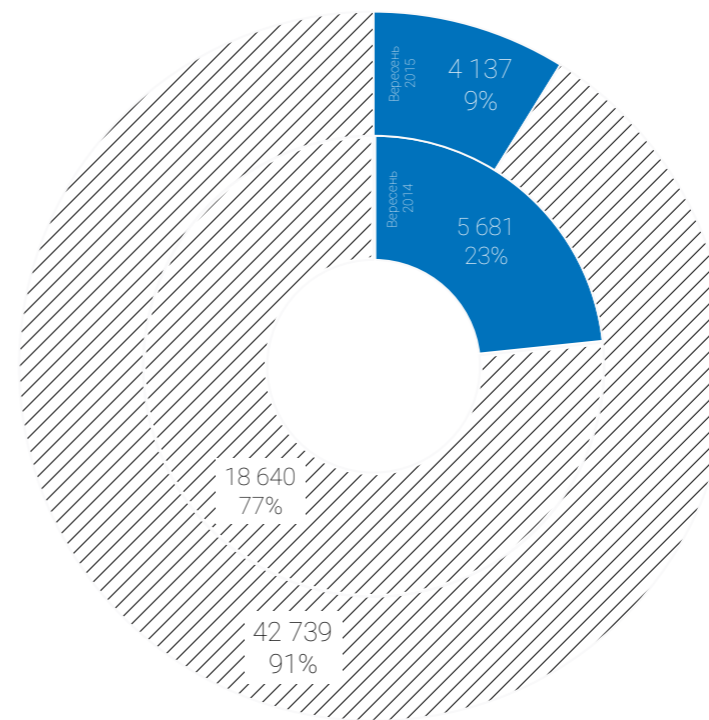
Лідером українського ринку у вересні залишається Toyota, яка контролює 12% всіх продажів. На другому місці - Renault з часткою 9,4%, а на третьому місці український ЗАЗ (8%).

Деяким брендам вдалося здивувати ринок. Так, наприклад, BMW вперше в історії автомобільного ринку України вдалося увійти до Топ-10 марок і зайняти 9-е місце, зайнявши при цьому 4% ринку. Наростила продажі і Mazda. За підсумками вересня у неї 7-е місце і 4,4% всіх продажів.

## ПРОДАЖІ ЛЕГКОВИХ АВТО

(вересень 2015 р. та вересень 2014 р., шт. та % ринку)

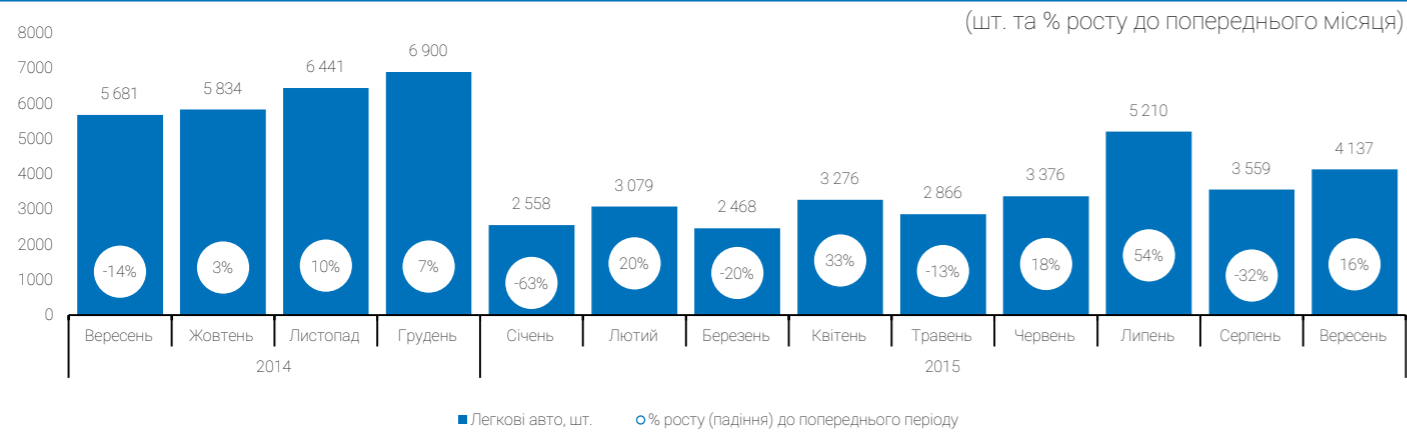
(9 місяців 2015 р. та 9 місяців 2014 р., шт. та % ринку)



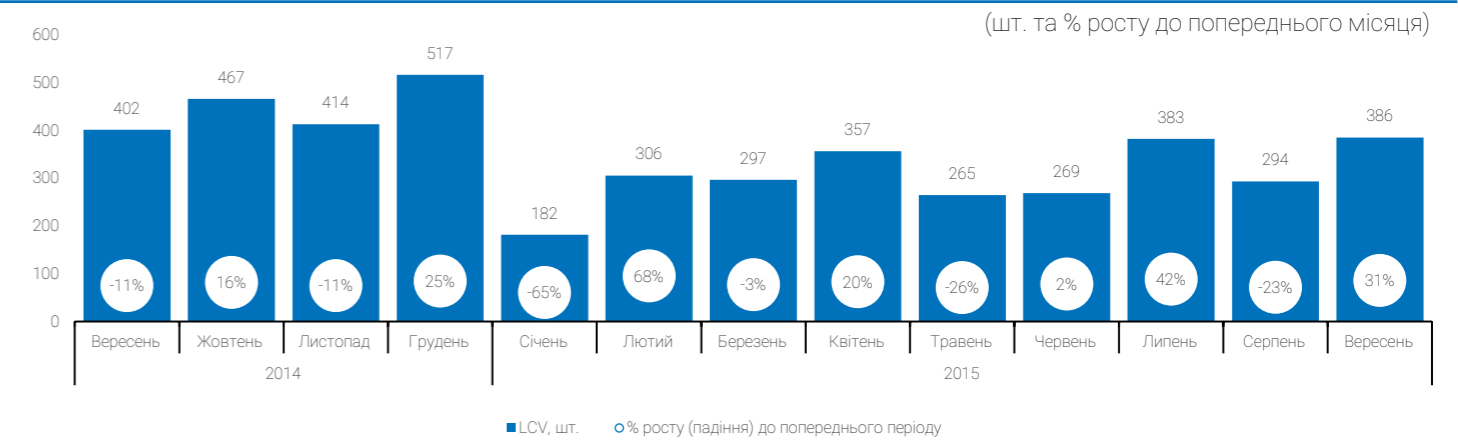
■ Нові авто    ↻ З пробігом



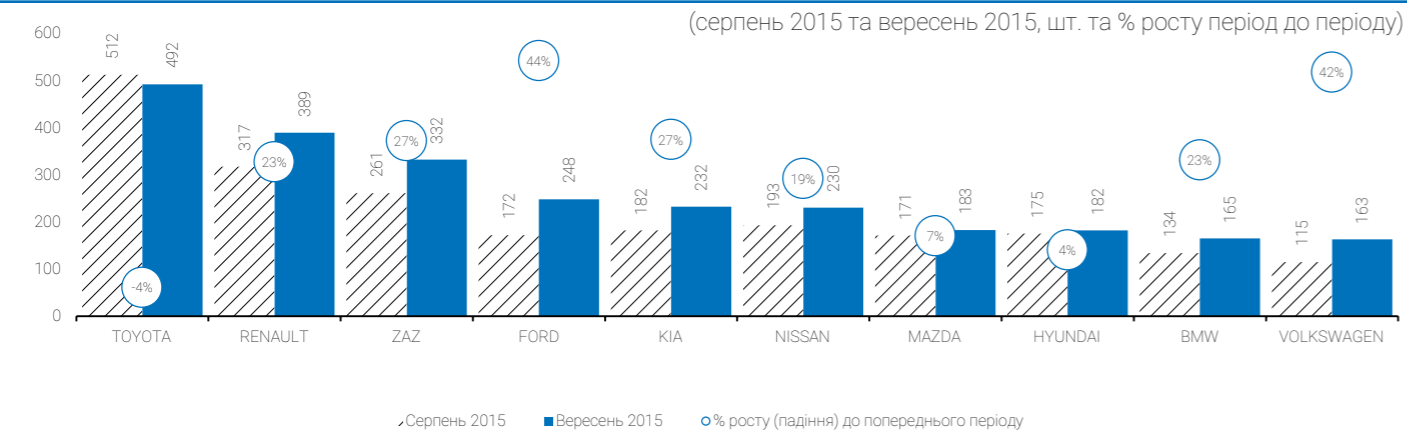
## ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



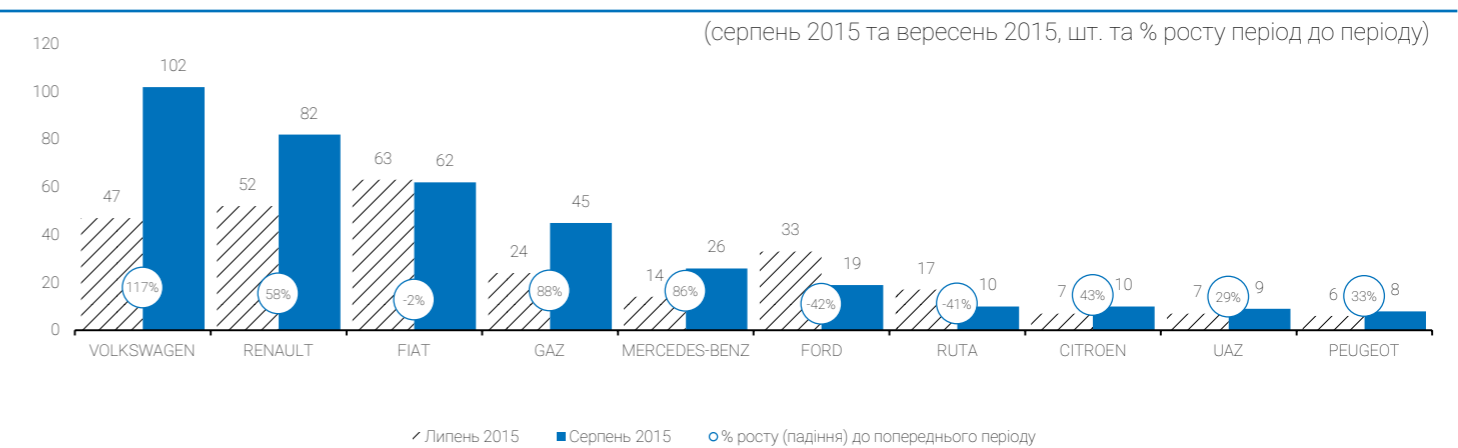
## ПРОДАЖІ НОВИХ LCV



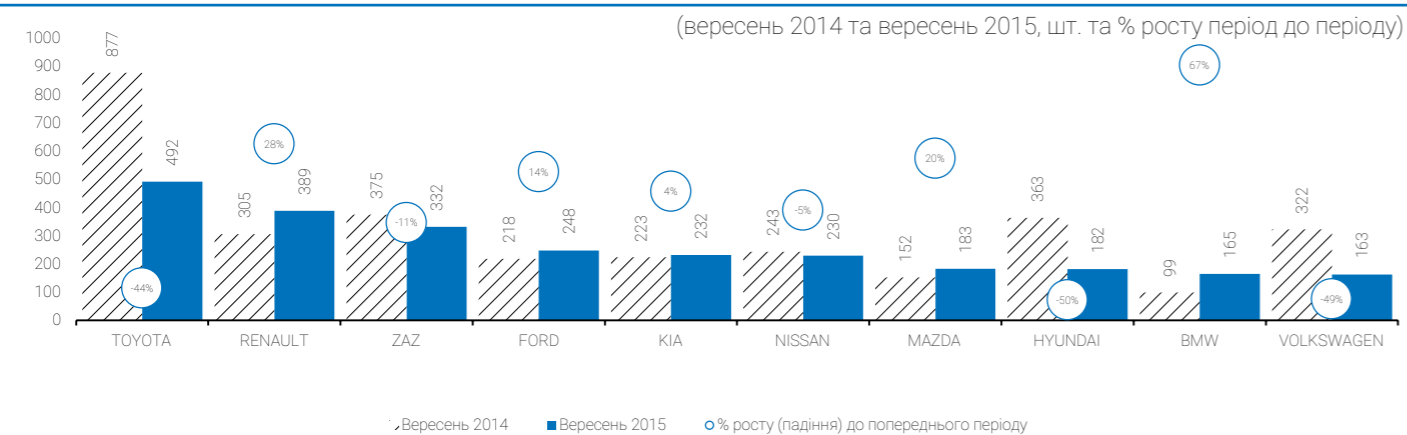
## ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



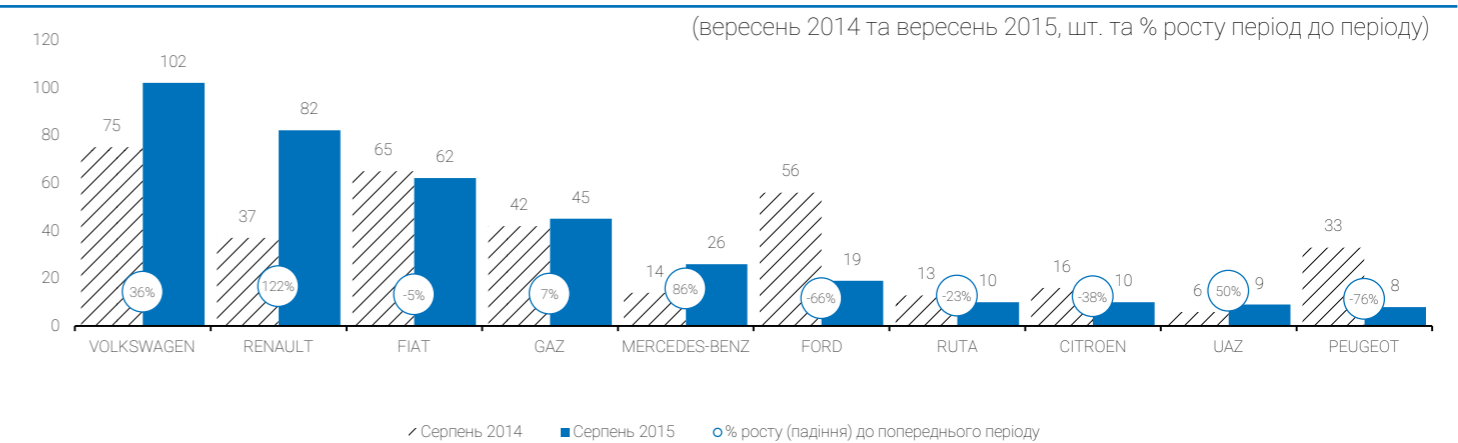
## ПРОДАЖІ НОВИХ LCV



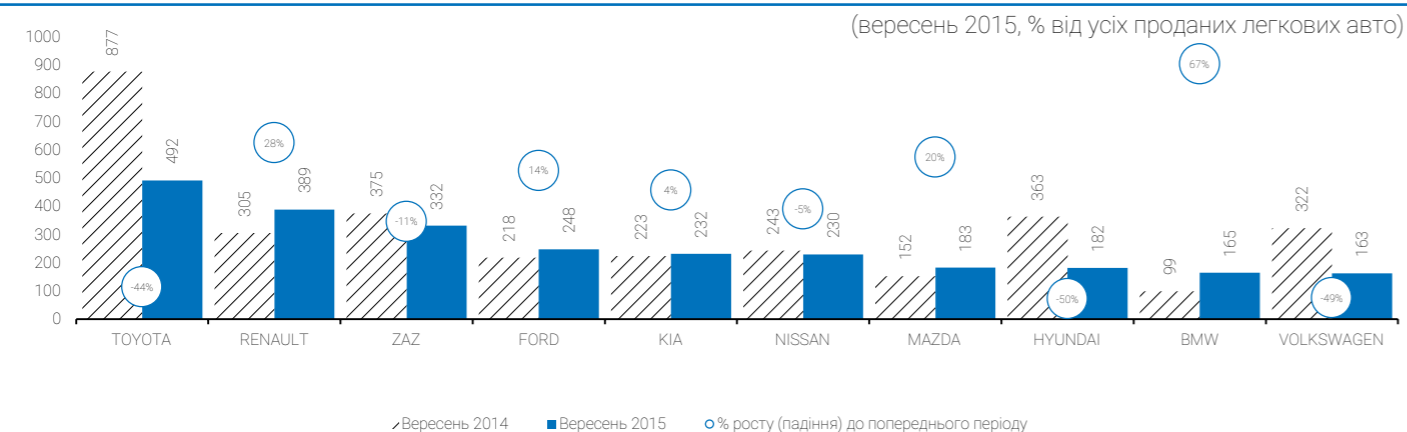
## ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



## ПРОДАЖІ НОВИХ LCV



## РЕЙТИНГ ПРОДАЖІВ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО



## РЕЙТИНГ ПРОДАЖІВ НОВИХ LCV

