

Кузьмин А. Ю.
A. U. Kuzmin

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГЕРМАНСКОГО АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В НАЧАЛЕ ХХІ ВЕКА. ОСНОВНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ

PECULIARITIES OF GERMAN AUTOMOTIVE INDUSTRY DEVELOPMENT AT THE BEGINNING OF THE 21st CENTURY. MAIN ACHIEVEMENTS AND PROBLEMS

Кузьмин Александр Юрьевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры новой и новейшей истории стран Европы и Америки Московского педагогического государственного университета (Россия, Москва); Россия, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1. E-mail: kuzmin282@yandex.ru.

Alexander Yu. Kuzmin – PhD in Historical Sciences, Associate Professor, Department of Modern and Contemporary History of Europe and America, Moscow Pedagogical State University (Russia, Moscow); Russian Federation, Moscow, Malaya Pirogovskaya str., 1, p. 1. E-mail: kuzmin282@yandex.ru.

Аннотация. Актуальность темы определяется особым влиянием автомобильной отрасли на современное мировое экономическое хозяйство. Можно даже отметить, что автопром является одним из «локомотивов» международной экономики в настоящее время. В статье предпринимается попытка анализа современного состояния германской автомобильной отрасли, её реакции на пандемию и связанные с нею изменения в глобальной экономике. Также целью автора стало рассмотрение вопросов, связанных с влиянием событий, происходящих на Украине, на экономическую конъюнктуру внутри самой Германии и за её пределами, т. к. германский автопром всегда носил экспортно-ориентированный характер и зависел от «благополучия» жителей тех стран, где собирались и продавались их автомобили. В статье прогнозируются перспективы развития автомобильного сектора промышленности ФРГ. Несмотря на наличие значительного количества отрицательных прогнозов по дальнейшему движению германского автопрома, автор поддерживает точку зрения, согласно которой германские автомобильные концерны смогут преодолеть современную сложную экономическую ситуацию и в дальнейшем будут достаточно конкурентоспособны на мировых автомобильных рынках, несмотря на крайне высокие темпы развития автопроизводителей из азиатского региона (Япония, Китай, Корея и Индия). В статье отмечается, что в современном мире есть немало предполагаемых экономических площадок, где германские автоконцерны могут вполне удачно размещать или расширять своё производство, используя собственные достаточно веские преимущества над основными конкурентами. Материалы статьи можно использовать при подготовке курса «Современной истории», курсов по выбору для студентов исторических и экономических факультетов, написании курсовых проектов и выпускных квалификационных работ.

Summary. The relevance of the topic is determined by the special influence of the automotive industry on the modern world economic economy. It can even be noted that the automotive industry is one of the «locomotives» of the international economy at the present time. The article attempts to analyze the current state of the German automotive industry, its response to the pandemic and related changes in the global economy. Also, the author's goal was to consider issues related to the impact of events taking place in Ukraine on the economic situation inside Germany and beyond, since the German automobile industry has always been export-oriented and depended on the «welfare» of residents of those countries where their cars were assembled and sold. The article forecasts the prospects for the development of the automotive sector of the German industry. Despite the presence of a significant number of negative forecasts for the further movement of the German automotive industry, the author supports the point of view that German automobile concerns will be able to overcome the current difficult economic situation and will continue to be quite competitive in the global automotive markets, despite the extremely high rates of development of automakers from the Asian region (Japan, China, Korea and India). The article notes that in the modern world there are many prospective economic sites where German automakers can quite successfully place or expand their production, using their own rather weighty advantages over their main competitors. The materials of the article can be used in the preparation of the course «Modern History», elective courses for students of historical and economic faculties, writing course projects and final qualifying papers.

Ключевые слова: ФРГ, автомобильный сектор, автомобильный бренд, ориентированность на экспорт, конкурентоспособность.

Key words: Germany, automotive sector, automotive brand, export orientation, competitiveness.

УДК 629.3(430.1)

Становление германского автомобилестроения получило своё начало ещё в конце XIX века. В 1883 году в Мангейме была создана первая в истории немецкого государства компания по производству автомобилей. Её основателем стал инженер-конструктор Карл Бенц. До этого, ещё в 1870-х годах, им был изобретён двигатель внутреннего сгорания, который начал использоваться с 1887 года в первоначальном варианте автомобиля.

В 1926 году в Германии был запущен выпуск автомобилей под маркой Mercedes-Benz, а в 1928 – BMW (Баварские моторные заводы). Позже, в период нацистской диктатуры, была создана самая успешная по количеству реализованных автомобилей за всю историю страны компания Volkswagen (Народный автомобиль). Знаковым для страны стало и появление в этот период такого престижного бренда, как Porsche.

После окончания Второй мировой войны перед германским обществом остро встал вопрос о дальнейшем векторе развития страны. Было ясно, что варианты экстенсивного развития экономики были исчерпаны. Преобразования, проведённые канцлером ФРГ К. Аденауэром и министром экономики, а затем канцлером ФРГ после отставки К. Аденауэра Л. Эрхардом, основательным образом изменили ситуацию в немецкой экономике. Был совершён грандиозный скачок, получивший в дальнейшем название «немецкого экономического чуда». Бурно развивались многие отрасли экономики, но особые успехи были достигнуты в автомобилестроении.

В 1956 году Германия вышла на второе место в мире по производству автомобилей, уступая лидирующую роль лишь США. Правда, уже через десять лет ФРГ по этому показателю обходит Японию, что было связано, в свою очередь, с таким явлением, как «японское экономическое чудо». До начала нового столетия США, Япония и Германия определяли основные тенденции развития мирового автомобилестроения. Если же брать конкуренцию конкретных автомобильных брендов на мировом рынке, то вплоть до наших дней она состоит в противостоянии Volkswagen и Toyota, являющихся крупнейшими автоконцернами и входящих в число самых прибыльных компаний мира.

С начала XXI века конкуренция на глобальных автомобильных рынках обостряется с новой силой. Кроме традиционных для Германии оппонентов в лице США и Японии, прибавляется Китай, который развивается крайне быстрыми темпами и наращивает объёмы производства собственных автомобилей. По данному показателю Китай становится лидером мирового автопрома, оттеснив Германию уже на четвёртую позицию. При этом по итогам 2022 года КНР вышел на третье место в мире по количеству экспортируемых автомобилей (2,5 миллиона) и отставание от идущей второй Германии составило всего 60 тысяч автомобилей. А к 2030 году КНР планирует увеличить экспорт автомобилей до 8 миллионов, став мировым лидером и по этому показателю [22]. Ускорение темпов роста китайского автопрома, очевидные успехи корейских и индийских автопроизводителей ставят всё более сложные задачи перед германским автопромом, и ФРГ вступает в период ещё более жёсткой конкурентной борьбы на мировых автомобильных площадках.

Как в течение второй половины XX века, так и в XXI веке конкурентоспособность немецких товаров продолжает определяться большими вложениями в научно-технические исследования. По финансированию НИОКР Германия является одним из ведущих государств мира. И ставка делается на развитие собственного научного потенциала, а не на преимущественное приобретение патентов. По регистрации собственных изобретений ФРГ уступает только США [10, 567].

В 2019 году расходы на исследования в области автомобилестроения в Германии составили 34,3 миллиарда евро. Это более трети от всех расходов на технологические разработки в мире в автомобильном секторе [3]. В дальнейшем германские автомобильные концерны собираются только увеличивать расходы на технические разработки. В период 2022 – 2026 годов планируется потратить на научные исследования более 220 миллиардов евро [17]. По размерам финансирования научно-технологических разработок на первом месте в самой Германии находится

Volkswagen. В 2015 году компания неслучайно победила в номинации «Самый инновационный автопроизводитель» десятилетия в мире по версии Automotive INNOVATIONS Award [1].

Следует отметить, что у немецких автопроизводителей существуют достаточно жёсткие технологические стандарты, которые успешно используются как на германских заводах, так и на её зарубежных предприятиях. Все этапы производства находятся под жёстким контролем, и отклонения от технологии производства недопустимы. Германские автомобили оснащаются лучшими силовыми агрегатами, при производстве которых присутствует низкая степень сжатости и малое количество циклов на объём сжигаемого топлива. Немецкая техника любит хорошее топливо, но способна перерабатывать даже не самое качественное. Немецкие автомобильные концерны чётко ориентированы на использование высоких технологий и робототехники на производстве. Любой автопроизводитель в стране декларирует, что конкурентоспособность напрямую связана с использованием суперсовременных технологий [2]. Несомненным достоинством германских автомобилей является и то, из каких материалов они изготовлены. Немецкие автомобильные компании производят автомобили высокого класса, в которых производительность важнее, чем их внешний вид [7]. В немецком автомобиле нет некачественных комплектующих, и это приводит к тому, что цены на германские машины достаточно высоки по мировым меркам. При этом чистый доход при продаже является достаточно незначительным. Audi в среднем получает с каждого автомобиля 3347 евро, Mercedes-Benz – 3343 евро, BMW – 3057 евро. Это достаточно незначительная сумма для автомобилей премиум-сегмента. Для сравнения, Ferrari имеет с каждого проданного автомобиля в среднем порядка 69 тысяч евро [20].

Не отстаёт германский автопром и от мировых разработок в области нанотехнологий. Проведённые исследования позволили немецким изобретателям заявить о вероятности создания в будущем ингибиторов коррозии нового поколения. По их замыслу, к обычному покрытию автомобиля необходимо будет подмешивать наночастицы, которые будут выступать в роли ингибиторов коррозии. В случае деформации они должны обеспечивать быструю диффузию соответствующих компонентов в место повреждения и устранять дефект. Любая царапина выравнивается моментально за счёт происходящей диффузии. Разработана и технология самоочищающихся поверхностей на основе фотокаталитической реакции. В результате молекулы воды в воздухе превращаются в окислители, расщепляющие грязь на автомобиле. Идёт работа с солнечными батареями, которые устанавливаются на крыше автомобиля [16]. Руководство автомобильной отрасли Германии заявляет о необходимости дальнейшего совершенствования двигателей автомобилей и движения в сторону развития альтернативных видов топлива. Транспорт не должен способствовать загрязнению окружающей среды [6]. В целом, в Европе сейчас очень сильно набирает оборот тренд на автомобили, не наносящие или минимизирующие урон окружающей среде. Люди всё чаще при покупке автомобиля задумываются о вреде, наносимом данной покупкой [25]. В связи с этим особую актуальность для германского автопрома приобретает увеличение выпуска электромобилей. В мае 2011 года была опубликована государственная программа, связанная с постепенным переходом германского автопрома на выпуск электромобилей. Канцлер А. Меркель заявила о том, что у немецкого автомобильного сектора есть будущее и оно связано с электромобилем. Программа предполагает налоговые льготы для граждан, приобретающих электромобили (освобождение от уплаты транспортного налога). В 2019 году процесс электромобильной модернизации ускорился. Это подтвердили руководители компаний BMW, Mercedes-Benz, Opel и Porsche, выступая на конференции во время проведения автомобильной выставки в Штутгарте. Было заявлено о том, что пути назад уже нет. Стратегия развития германского автопрома практически предполагает полный поворот к электромобильности. Необходимо отметить, что представители немецкого автопрома говорили не только об изменениях в Германии, но и об общеевропейских тенденциях развития автомобилестроения. Власти ЕС большое внимание уделяют вопросам экологии, и это стало решающим фактором для принятия решения о выборе именно электромобиля.

Сами руководители известных германских автомобильных брендов пересаживаются за руль электромобилей, демонстрируя приверженность данной тенденции в развитии европейского автопрома. Представители Mercedes-Benz пообещали к 2030 году перевести 50 % производимой ком-

панией продукции на электрический мотор. Такие же планы в развитии компании озвучил и руководитель BMW О. Ципсе. Он пообещал ускорить процесс замены бензинового двигателя электрическим на предприятиях компании: к 2025 году – на 33 % и к 2030 году – на 50 %. Тем самым он сообщил о том, что планы его компании полностью совпадают с планами его главного конкурента в сегменте премиум-класса (Mercedes-Benz) [4]. О своих перспективах в области электромобилизации заявило и руководство Opel. Компания обещала нарастить производство электромобилей к 2024 году и сделать доступной для этого любую модель, производимую концерном.

Руководство Porsche также заявило о намерении технически совершенствовать выпускаемую продукцию. Ставка делается на примерно равный выпуск автомобилей с электрическими, гибридными и бензиновыми двигателями. Porsche обещает в ближайшее время вложить в развитие этого направления не менее 6 миллиардов евро, а к 2025 году перевести на электрические двигатели половину производимых автомобилей [4]. Интересной представляется и позиция Volkswagen. Один из лидеров мирового автомобилестроения не скрывает своих амбициозных планов. Volkswagen собирается постепенно перейти на производство только электромобилей, и в 2019 году было заявлено о том, что компания готова выпустить 22 миллиона экземпляров к 2030 году [4]. Но в 2022 году планы были существенно скорректированы. Автопром страны столкнулся с сырьевой недостаточностью, и германское правительство заявило, что до 2030 года немецкие автоконцерны произведут только 15 миллионов электромобилей [26]. В начале 2023 года BMW, Mercedes-Benz и Volkswagen отчитались, что в прошедшем году совместными усилиями выпустили немного более 1 миллиона электромобилей [23].

Важной составляющей для усиления конкурентоспособности германского автопрома продолжает оставаться работа со своими филиалами и представительствами за границей. Это определяется тем, что германский автопром всегда носил экспортно-ориентированный характер. Иллюстрацией этого являются данные по производству компании Volkswagen. В частности, в 2013 году автоконцерн выпустил 9379 тысяч автомобилей. Из них в ФРГ было собрано 2471 тысяча. При этом реализовано в самой Германии было только 695 тысяч. Доля производимых за рубежом автомобилей у Volkswagen составила 74 %, у BMW – 45 %, а у Mercedes-Benz – 35 % [13]. Как видно из приведённых показателей, даже автомобили, произведённые на предприятиях в Германии, в большей степени идут на экспорт. Три из четырёх автомобилей, собранных в ФРГ, вывозятся за рубеж [9]. Германские автопроизводители максимально приближают производство к конечному потребителю, что определяется желанием снизить издержки, связанные с производством продукции. Выпуск автомобилей постепенно перемещается в менее затратные страны, где присутствует более дешёвая рабочая сила и налоговые преференции. Это полностью отражает концепцию развития Volkswagen, который традиционно ставит на производство автомобилей эконом-сегмента и открывает филиалы в странах со средним по мировым стандартам доходом населения. Иная концепция присутствует у Mercedes-Benz и BMW. Их филиалы работают, как правило, в более «состоятельных» государствах. Например, Mercedes-Benz собирает автомобили в США, Франции, Великобритании, Австрии.

Производство немецких автомобилей в иностранных филиалах на протяжении долгого времени демонстрировало отличную динамику. В частности, с 2000 по 2013 год наблюдался рост продаж автомобилей, собранных за границей, на 133 %. И в дальнейшем, вплоть до 2019 года, данная динамика сохранялась [9]. Важнейшим рынком для немецких автопроизводителей в XXI веке стал Китай. До определённого момента это обуславливалось тем, что в стране было огромное количество потенциальных автолюбителей. По статистике, в КНР в 2016 году на 1000 жителей страны приходилось 53 владельца автомобилей [9]. В 2014 году здесь было реализовано 4,44 миллиона автомобилей германских брендов, и почти все они были собраны в Китае [18]. По итогам 2018 года Volkswagen резко увеличил продажи в Китае до 3,13 миллионов автомобилей, а в 2019 году – до 3,15 миллиона [23]. На хорошие показатели по продажам в КНР к 2019 году вышли и другие германские производители: Audi – 620 тысяч; Mercedes-Benz – 620 тысяч; BMW – 544 тысячи. В 2020 году продажи Volkswagen существенно упали до 2,6 миллиона автомобилей, но наблюдался рост у Audi (656 тысяч), Mercedes-Benz (641 тысяча), BMW (612 тысяч). Следую-

ший год стал более удачным, чем предыдущий, только для баварского концерна – 673 тысячи реализованных автомобилей. Volkswagen снизил продажи до 2,3 миллиона, Audi – до 640 тысяч, Mercedes-Benz – до 598 тысяч. В 2022 году продажи в Китае упали у всех германских автомобильных концернов: Volkswagen – 1,9 миллиона; Audi – 505 тысяч; Mercedes-Benz – 526 тысяч; BMW – 567 тысяч [21]. Представляется, что наибольшее падение продаж в Китае, по сравнению с другими германскими компаниями, у Volkswagen (с 2019 до 2022 год на 40 %) определяется прежде всего тем, что китайцы сами сделали основную ставку на производство автомобилей эконом-сегмента, что и привело к снижению спроса на продукцию германского концерна. Качество китайских автомобилей растёт, но к мировым брендам премиум-сегмента они только приближаются. Этим и вызвано сохранение достаточно высокого спроса на Mercedes-Benz, BMW и Audi.

Второй по важности площадкой для продаж германских автомобилей за рубежом является Западная Европа. Здесь лидирующие позиции занимает Volkswagen. В 2018 году концерн реализовал 3,58 миллиона автомобилей [23].

Европейцы традиционно отдают предпочтение автомобилям эконом-сегмента, и этим определяются такие большие объёмы продаж Volkswagen. Несмотря на возникшие сложности в данный момент, перспективы по развитию своих филиалов в Западной Европе, и прежде всего в Испании, автопроизводители оценивают достаточно оптимистично.

Привлекательными для производства и сбыта на европейском континенте также являются и страны Восточной Европы. В допандемийный год лидер германского автопрома реализовал здесь почти 800 тысяч автомобилей [23]. Существуют перспективы у германских автопроизводителей и в Западном полушарии. В Северной Америке развёртываются сборочные производства, что является важным элементом международной стратегии немецких автомобилестроителей на мировом рынке. Она предполагает более глубокий анализ рынков и поиск «слабых мест» в виде отсутствия определённой группы автомобилей. В США, в частности, можно было бы поставить на увеличение выпуск автомобилей премиум-сегмента. Mercedes-Benz в 2018 году продал в США 354 тысячи автомобилей, BMW – 311 тысяч, Volkswagen – 354 тысячи [23]. В 2022 году уровень продаж упал у Mercedes-Benz до 294 тысяч автомобилей, BMW – до 293 тысяч, а у Volkswagen – до 279 тысяч [23]. Вполне очевидно, что это было временное падение рынка и в дальнейшем стоит ожидать увеличения продаж. Эти цифры интересны прежде всего тем, что они подтверждают тезис о большей заинтересованности американского рынка в люксовых автомобилях, т. к. наибольшее падение здесь показал Volkswagen. В США не так сильно востребованы автомобили этого концерна, как во многих других странах мира, т. к. сегмент эконом-класса здесь вполне успешно представлен машинами собственного производства. В Латинской Америке по итогам 2018 года было продано 560 тысяч германских автомобилей [23]. К 2022 году уровень продаж упал на 12 %. Здесь необходимо отметить, что если количество реализованных немецких автомобилей в регионе снизилось, то показатели продаж китайских машин выросли. Выше было отмечено, что в последние годы Китай существенно нарастил экспорт своих автомобилей по всему миру, и одним из самых успешных регионов в этом отношении стала Латинская Америка [14]. Представляется, что германский автопром может в перспективе увеличить своё присутствие в Латинской Америке за счёт реализации внедорожников (учитывая специфику местности). Но здесь необходимо решать ценовой вопрос. Германские внедорожники сильно дороже своих основных конкурентов – американских и китайских внедорожников.

Германские автоконцерны хотят закрепиться и в государствах Аравийского полуострова. Особые интересы здесь у BMW, Mercedes-Benz и премиального сегмента Volkswagen: Audi AG, Automobili Lamborghini S.p.A, Bentley Motors Ltd, Bugatti Automobili S.A.S, Porsche. Руководители ФРГ, посещая страны региона с официальными визитами, постоянно включают в состав делегаций представителей экономического блока правительства. В качестве примера можно отметить визит канцлера ФРГ А. Меркель в Египет, Саудовскую Аравию, Объединённые Арабские Эмираты и Кувейт в феврале 2007 года. В делегацию входил министр экономики Михаэль Глосс, т. к., помимо политических вопросов, члены немецкой делегации большое внимание уделяли дальнейшему развитию экономических связей с регионом. То же самое можно сказать о визитах Г. Шре-

дера в 2005 году, А. Меркель в 2017 году, О. Шольца в 2022 году в государства Аравийского полуострова. На данный момент в регионе «господствует» японский автопром, и особенно Toyota. В Саудовской Аравии в 2022 году 32 % купленных автомобилей были собраны на конвейерах данного концерна [23]. И преимущественно это были внедорожники, которые практически незаменимы в пустыне. Но в регионе идёт процесс урбанизации и параллельно рост доходов населения. Представляется, что это должно привести к увеличению продаж автомобилей премиум-сегмента, которые перечислены выше.

Пандемия и ситуация на Украине, конечно, повлияли на мировую экономику. Не стал исключением и автопром. Если в 2018 году в мире было продано 92 490 660 автомобилей, а в 2021 году – 79 802 651, то уже в 2022 году – 75 264 697 [23]. Данная тенденция в целом коснулась и германского автопрома. Серьёзное падение доходов произошло, в частности, у Volkswagen, который после нескольких сверхудачных лет в формировании активов во втором квартале 2020 года отчитался о том, что еженедельные потери концерна составляют два миллиарда евро [8]. Ухудшилась ситуация на автомобильном рынке Германии и в 2021 году. Валовый показатель стал наихудшим с 1990 года. Значительно снизилось количество зарегистрированных новых автомобилей. По сравнению с предшествующим годом показатель упал на 10 % и составил 2,62 миллиона машин. Снизились и показатели экспорта. К особенностям можно отнести и тот факт, что в стране изменился спрос на различные виды двигателей. Большим спросом стали пользоваться автомобили с электрическими и гибридными моторами. Ранее лидерами по продажам были автомобили, работающие на дизельном топливе (около 50 % рынка). В 2021 году их доля уменьшилась до 20 %. Более чем на 20 показателей снизились продажи автомобилей с ДВС. Около 43 % зарегистрированных в 2021 году автомобилей имели так называемые «альтернативные» двигатели. Востребованными оказались машины с гибридными технологиями – их продажи выросли на 43 %. Полностью электрические автомобили продемонстрировали рост на 83,3 %. Наихудшие показатели были зафиксированы автомобилями, работающими на газе [15].

Если посмотреть ситуацию по брендам, то необходимо отметить, что при общем падении германского автопрома хорошие показатели по продажам в 2021 году были у BMW, установившего рекорд сбыта. По всему миру автоконцерн реализовал более 2,2 миллиона автомобилей и стал мировым лидером в автомобильном премиум-сегменте.

При этом абсолютным лидером германского автомобильного сектора остаётся Volkswagen. Его доля в 2021 году составила 18,7 % [24]. По итогам 2021 года компания попала в престижную десятку списка FORTUNE GLOBAL 500 [19]. В этом списке, определяющем наиболее прибыльные компании мира, Volkswagen занял восьмую позицию, опередив все автомобильные концерны мира.

Последние годы стали серьёзным испытанием для германского автопрома, но необходимо отметить, что падение завершается и уже последние месяцы 2022 года были куда более успешными, чем первая половина года. В апреле 2022 года спрос на автомобили в Германии упал до 198 тысяч единиц, а в декабре уже приблизился почти к 300 тысячам, достигнув допандемийной динамики [17].

Об улучшении ситуации снова заявили представители BMW и Mercedes-Benz. В четвёртом квартале 2022 года у баварской компании был рост на 10,6 % по сравнению с третьим кварталом, а у Mercedes-Benz даже на 17 % [11].

Положительная тенденция наметилась у германских автопроизводителей и на фондовых рынках. Если в 2022 году их акции показали в целом отрицательный рост, то уже первый месяц торгов 2023 года показал увеличение доходности по дивидендам: у Mercedes-Benz – на 7,63 %; у BMW – на 11,41 %; у Volkswagen – на 8,23 % [12].

Представляется, что, несмотря на пессимистические настроения многих автомобильных экспертов, краха германского автопрома вряд ли стоит ожидать. Идёт работа над отказом от использования двигателей внутреннего сгорания, но темпы трансформации необходимо ускорять. Что касается перспектив германского автомобилестроения, то большинство экспертов сходятся в том, что в будущем рост будет достаточно медленным или отрицательным. Причиной этого станут

сбои в цепочках поставок. Они уже способствовали снижению показателей выпуска и реализации во время пандемии и росту цен на энергоносители [5]. Хотя есть и другая точка зрения на перспективы германского автомобилестроения. Как уже отмечалось выше, динамика продаж автомобилей в Германии в последние месяцы является положительной и в целом отражает основные тенденции развития в мировом автопроме. Немецкий автомобильный сектор пользуется поддержкой федерального правительства: выделяются большие средства на научные исследования, расширяется география производства немецких автомобилей. Усиливает конкурентоспособность германского автопрома и чёткий курс на преимущественный выпуск электромобилей. Нельзя сбрасывать со счетов и то, что германские автомобили традиционно престижны. Неслучайно в последние два года наблюдается увеличение спроса на немецкие автомобили премиум-сегмента. На них работают как технические усовершенствования последних годов, так и десятилетиями заработанное имя. Все эти факторы будут и дальше способствовать конкурентоспособности германских автомобилей на мировых рынках и позиции одной из ведущих автомобильных держав.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аблов, М. Volkswagen назван «самым инновационным автопроизводителем десятилетия» / М. Аблов // Автобизнес. – URL: <https://abw.by/news/industry/2015/05/06/volkswagen-nazvan-samym-innovacionnym-avtoproizvoditelem-desyatiletija> (дата обращения: 19.01.2023). – Текст: электронный.
2. Автомобильная промышленность Германии // Bundesrepublik Deutschland. – URL: <http://brd.su/autobau/> (дата обращения: 04.02.2023). – Текст: электронный.
3. Автопром Германии делает ставку на новые разработки // Техномания. – URL: <https://texnomaniya.ru/avtoprom-germanii-delaet-stavku-na-novie-razrabotki> (дата обращения: 03.02.2023). – Текст: электронный.
4. Автопром Германии сделал стратегический разворот в сторону электромобильности // Финмаркет. – 30.10.2019. – URL: <http://www.finmarket.ru/news/5107206> (дата обращения: 16.01.2023). – Текст: электронный.
5. Геворгян, К. Г. Экономические последствия пандемии Covid-19 / К. Г. Геворгян // Актуальные исследования. – № 24 (51). – июнь 2021. – URL: <https://apni.ru/article/2593-ekonomicheskie-posledstviya-pandemii-covid-19> (дата обращения: 28.01.2023). – Текст: электронный.
6. Германия делает ставки на новые разработки // Техномания. – 06.01.2016. – URL: <https://texnomaniya.ru/avtoprom-germanii-delaet-stavku-na-novie-razrabotki> (дата обращения: 03.02.2023). – Текст: электронный.
7. Гахраманова, Н. И. Автомобильные бренды в Германии / Н. И. Гахраманова / Новый университет. Экономика и право. – 2016. – № 12 (70). – С. 61-63.
8. Гронский, Я. Volkswagen сообщил о еженедельных потерях в 2 млрд евро из-за COVID-19 / Я. Гронский. // Autonews, 27.03.2020. – URL: <https://www.autonews.ru/news/5e7e2a1e9a7947f5d25cf00b> (дата посещения: 15.01.2023). – Текст: электронный.
9. Зарицкий, Б. Е. Немецкий автопром в эпоху глобализации / Б. Е. Зарицкий // Мир новой экономики. – 2016. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nemetskiy-avtoprom-v-epohu-globalizatsii/viewer> (дата обращения: 12.01.2023). – Текст: электронный.
10. История Германии: учеб. пособие. В 3 т. Т. 2. От создания Германской империи до начала XXI века / под. общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Галактионова. – М.: КДУ, 2008. – 567 с.
11. Компания BMW с трудом обогнала Mercedes по годовым продажам в 2022 году // Carsweek. – URL: https://carsweek.ru/news/News_in_the_world/1266756/ (дата обращения: 27.01.2023). – Текст: электронный.
12. Котировки акций автопрома // 2007-2023, Fusion Media Limited. – URL: <https://ru.investing.com/> (дата обращения: 04.02.2023). – Текст: электронный.
13. Локализация производства авто по странам мира // LIVEJOURNAL, 19.01.2015. – URL: <https://spydell.livejournal.com/568997.html> (дата обращения: 20.01.2023). – Текст: электронный.
14. Морозов, А. Bloomberg: «Китай занял третье место по поставкам автомобилей в 2022 году» / А. Морозов // Газета.ru. – URL: <https://www.gazeta.ru/auto/news/2023/01/28/19599439.shtml> (дата обращения: 30.01.2023). – Текст: электронный.
15. Наихудшие показатели были зафиксированы автомобилями, работающими на газе // Новости Германии. – URL: <https://aussiedlerbote.de/2022/01/avtomobilnyj-gynok-germanii-cifry-i-interesnye-fakty> (дата обращения: 04.02.2023). – Текст: электронный.

16. Нанотехнологии в автомобилестроении // Интернет-магазин NanoStore, 23.09.2011. – URL: <http://www.nanostore.com.ua/nanotechnologii-v-avtomobilstroenii-a-115.html> (дата обращения: 19.01.2023). – Текст: электронный.
17. Немецкая автомобильная промышленность инвестирует более 220 миллиардов евро в исследования и разработки до 2026 года // Verband der Automobilindustrie, 28.12.2021. – URL: https://www.vda.de/de/presse/Pressemeldungen/2021/211230_Deutsche-Autoindustrie-investiert-bis-2026-ber-220-Mrd-Euro-in-Forschung-und-Entwicklung (дата обращения: 03.02.2023). – Текст: электронный.
18. Продажи автомобилей в Китае в 2015 году превысят 25-миллионную отметку // Автостат: аналитическое агентство, 06.03.2015. – URL: <https://www.autostat.ru/news/20339/> (дата обращения: 12.01.2023). – Текст: электронный.
19. Романов, А. FORTUNE представил ежегодный рейтинг FORTUNE GLOBAL 500 / А. Романов // ICON LIFE, 2020-2023. – URL: <https://iconlife.ru/novosti/2052-fortune-predstavil-ezhegodnyj-rejting-fortune-global-500> (дата обращения: 03.02.2023). – Текст: электронный.
20. Сколько получают автоконцерны с каждой машины? // Gold.ru, 2011-2023. – URL: <https://gold.ru/news/skolko-zarabatyvayut-avtokoncerny-s-kazhdoj-prodannoj-mashiny.html> (дата обращения: 19.01.2023). – Текст: электронный.
21. Статистика продаж автомобилей в Китае // Китайские автомобили, 2016-2023. – URL: www.chinamobil.ru (дата обращения: 03.02.2023). – Текст: электронный.
22. Хэнкок, Т. США не заметили, что автомобили китайского производства захватывают мир / Т. Хэнкок // Блумберг, 26.01.2023. – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-26/how-china-is-quietly-dominating-the-global-car-market?srnd=premium-europe> (дата обращения: 30.01.2023). – Текст: электронный.
23. ТОП-100 продаж автомобильных марок в 2018 году // Автомобильный журнал VERcity. – URL: www.auto.vercity.ru (дата обращения: 02.02.2023). – Текст: электронный.
24. Число зарегистрированных авто в ФРГ в 2021 г. – худший валовой показатель со времени объединения Германии // Финмаркет, 1991-2023. – URL: <http://www.finmarket.ru/news/5624482> (дата обращения: 02.02.2023). – Текст: электронный.
25. Хачатурян, С. А. Автомобильная промышленность Германии и её роль в развитии национальной экономики / С. А. Хачатурян // Транспортное дело в России. – 2016. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomobilnaya-promyshlennost-germanii-i-ee-rol-v-razvitii-natsionalnoy-ekonomiki> (дата обращения: 04.02.2023). – Текст: электронный.
26. Электротранспорт ощутил сырьевую недостаточность // Новая газета. 07.02.2022. – URL: https://www.ng.ru/energy/2022-02-07/14_8365_insufficiency.html (дата обращения: 22.01.2023). – Текст: электронный.