

АВТОМОБИЛЬ – ЭТО ВСЁ!

АВТОМОБИЛЬ – ЭТО ВСЁ!

бк приветствует на своих страницах Александра Рулевского. Таких штучных знатоков авторынка днем с огнем не сыщешь! «Одна, но пламенная страсть» сделала его удивительно многогранной личностью с редким в теперешние времена сочетанием интеллекта и энергии. Это тот самый случай, когда нет нужды говорить о должностях и регалиях человека. Впрочем, сама фамилия — Рулевский — намекает, что все в этом мире неслучайно. бк не пришлось подстегивать героя наводящими вопросами, он сразу перешел к сути...

Авторынок — это многофакторное явление и простого определения нет, поэтому я буду отвечать как бы «кругами» — не прямо. Начну с того, что автомобильный рынок — самый честный рынок в современной России. Он возник из ничего. До 1990-х годов в нашем отечестве его не было как такового. Да, была некая система «ВАЗа», производящего порядка 660 тысяч автомобилей в год. Понятно, все покупатели на завод не приедут, пришлось перенимать западную дилерскую систему, создавать свои представительства по всей стране. Продажи вызвали необходимость создания сети сервисных центров. А поскольку автомобиль был дефицитным товаром — вся эта сфера превратилась в коррумпированную, теневую, криминальную кормушку. Советское автомобильное хозяйство представляло собою крайне негативное явление.

В начале девяностых авторынок в новейшей России пришлось создавать на ровном месте: в отличие от других секторов экономики здесь нечего было приватизировать. И все первопроходцы были примерно в равных условиях, им всем нужно было пахать, создавая все заново. Например, все крупные челябинские автомобильные комплексы в районе Тракторного завода, на улице Братьев Кашириных и Свердловском тракте построены с нуля.

Еще про честность. Положим, вдохновившись знакомством с бк, я пойду в супермаркет и куплю коньяк «Камю». Но совсем не факт, что этот «Камю» — подлинный, а не «левого разлива». Или под настроение загляну в брендовый магазинчик и куплю любимой жене духи — но Бог его знает, будет ли это настоящий Givenchy или Chanel? Но у нас еще не было случая, когда человек купил бы «Мерседес», приехал домой, протер глаза — а это бы оказался «Москвич»! Вот она — «честность в товаре».

И еще нюанс: из вашего окна виден «элитный дом». Стоимость за квадратный метр в нем сопоставима с Европой. Вспомним, что в 2009 году цены на жилье обвалились на 40–50%. Значит, в нее была заложена такая маржа, что продавцы могли маневрировать настолько широко! А цены на автомобили и в кризис не обвалились. Но и в лучшие времена дилерам запрещено

продавать автомобили выше цены, заложенной производителем. А ведь у нас случалось, когда люди по полгода ждали машину в период дефицита. Казалось бы, повысь цену, хорошо заработаешь! Нет, нельзя! Если бы кто-то рискнул задрать цену, сразу мог бы лишиться дилерского контракта.

Наконец, я могу прямо сказать: люди, создававшие авторынок в нашем регионе, — в высшей степени незаурядные! На протяжении многих лет я поддерживаю со всеми ведущими субъектами рынка дружеские отношения, несмотря на жесткую конкуренцию между ними. Думаю, причина в том, что они чувствуют мое искреннее уважение к каждому из них. Позволю себе лирическое отступление. Будучи еще студентом, мне попалась переводная книга Дана Томаса «Воротилы финансового мира». В ней были живо изложены биографии знаменитых миллионеров: Ротшильда, Форда, Гетти, Опенгеймера... Она была написана не в стиле классовой борьбы, мол, эти ужасные капиталисты ради наживы высасывали кровь бедных рабочих, а просто были рассказаны реальные истории о том, как они «из грязи» поднимались на свой Олимп. Я уверен, что создатели нашего регионального авторынка могли бы запросто попасть в подобную книжку. Ух, какие жизненные перипетии выпали на их долю!..

Автомобильный бизнес точно подпадает под формулу «бизнес и культура». Сам автомобиль — это уже продукт социокультурной среды, который объединяет в себе дизайн, технологию, ментальность... Представим себе картинку: к главному корпусу ЮУрГУ подъезжает ЗИМ, автомобиль 1950-х годов, из которого выходит мужчина, одетый по моде тех лет — в длиннополое пальто с большими лацканами и в шляпе. Все весьма органично — архитектура, машина, одежда. Но мысленно перенесем этот ЗИМ с тем же товарищем к крыльцу «Челябинск-СИТИ». Здесь он будет выглядеть несколько неуклюже. Однако, если к «Челябинск-СИТИ» подкатит «Порше» с водителем в джинсах и кожаной куртке — все вполне гармонично. Но «Порше» у стен ЮУрГУ уже выглядит не к месту...

Сравнительно недавно мы вошли в ряд автомобилизированных стран. На наших глазах меняется Россия и облик Челябинска, в частности! Надо отдать должное местным властям: три года назад на город обрушилась «дорожная революция», ее можно «хаять» на все лады, но надо признать, что она случилась вовремя. Без столь радикального расширения дорог мы бы сейчас задохнулись. И это только начало. Количество машин будет неуклонно расти и нам снова придется резать по живому. Например, в Нью-Йорке, чтобы сделать автомобильную сеть пришлось разрушить порядка 5000 зданий. А если

АВТОМОБИЛЬ – ЭТО ВСЁ!



власти Москвы думают обойтись какими-то мифическими кольцами объездных дорог — они ошибаются, там тоже придется сносить кварталами!

Сегодня главный герой в городе — не человек, а автомобиль. Многие уверяют, мол, это компьютер меняет стиль жизни. Да, наверное. Но, скорее, он больше влияет на психику людей, а не на облик города, его архитектуру. А автомобиль влияет, вернее, уже повлиял на все! С его появлением резко изменилась скорость жизни. Мы просто уже привыкли и многое не замечаем. Вот вы выходите утром из дома и отправляетесь на автомобиле по своим делам, скажем, в Миасс. Если удастся быстро управиться, то уже к полудню можно вернуться в свой челябинский офис. А ведь до Миасса сто километров и сто лет назад нам бы на лошадях два дня пришлось ехать только в одну сторону. Такое вот изменение скорости жизни. Можно возразить, что, благодаря электронной почте и компьютеру, отпадает сама необходимость поездки в Миасс. Отчасти можно согласиться, но, например, отдохнуть на Тургояк по емэйлу не удастся. Никакая виртуальная реальность живую природу заменить не в состоянии.

Чрезвычайно интересен автомобиль и как продукт экономической деятельности. По статистике одно рабочее место в автомобилестроении дает одиннадцать мест в смежных отраслях промышленности. Красноречивый пример — Япония, передовая промышленная держава, но с автомобильной «моноэкономикой». Их хваленая электроника уже сместилась в Китай, а автомобилестроение японцы держат. Если оно зашатается — что останется в Японии? Даже Штаты при всем своем капиталистическом пафосе и чистоплюйстве по отношению к неким экономическим критериям тут же пришли на помощь компании «Дженерал Моторс», которая зашаталась в 2008-09 годах. Пять лет государство реально поддерживало компанию! Хотя сами американцы на каждом углу твердят: бизнес должен быть самостоятелен, он обязан обходиться без гос.поддержки. Но сами-то хорошо понимают значение автомобильного бизнеса для экономики в целом

Об истории отечественного автомобилестроения. Без излишней цепетильности признаем: многое в развитии нашей промышленности связано с именем Сталина, который толкал вперед самые разные отрасли: металлургию, тяжелое машиностроение и прочее. Все добывалось кровью, жертвами, порою неоправданными, но экономика строилась и росла... Сталин очень любил авиацию. Может быть, поэтому марки самолетов назывались по фамилиям конструкторов: Туполев — Ту, Яковлев — Як... А вот, к автомобилестроению вождь относился двояко, на что у него, видимо, были причины.

Приведу исторический факт, о котором любят упоминать американцы. Когда делегация советского правительства приехала к Форду на переговоры о строительстве Сталинградского тракторного завода, тот удивился: «Господа, почему, собственно, тракторный завод? У вас огромная страна — вам нужны автомобили. Как вы собираетесь строить страну без автомобилей?» Наши ему возразили: «Понимаете, господин Форд, в отличие от Америки у нас нет дорог. Мы сначала сделаем тракторы, с их помощью построим дороги, а уж потом попросим вас помочь нам сделать автомобили». Упрямый капиталист парировал: «Если вы так будете рассуждать — у вас никогда не будет ни автомобилей, ни дорог». И к чести руководителя делегации — он составил подробную телеграмму и отправил ее Сталину. Очень скоро пришел ответ: «Начинайте переговоры о строительстве завода...»

Строительство Горьковского автозавода, по сути, было предпринято по инициативе Форда. И сам Сталин уже в тридцатые понимал первостепенное значение автомобилей для экономики и для армии. Еще он чувствовал, что «личный автомобиль» разделяет людей. Появляется чувство зависти, обособленности. Наверное, поэтому до войны в СССР автомобили продавать не разрешалось. Их нужно было заслужить, они «выдавались» академикам, передовикам производства, стахановцам, полярикам, прославленным летчикам, генералам, заслуженным артистам. Наличие автомобиля трактовалось как принадлежность к самому избранному кругу.

Правда, в послевоенные годы Сталин меняет свое отношение и дает указание разработать автомобиль для населения: легкий, маленький и дешевый, чтобы люди могли его покупать. Сталину устраивают в Кремле смотр автомобилей, созданных отечественными автозаводами. Он походил, посмотрел и решил: «Все не то, нам нужна машина, как эта...» И показал рукой на припаркованный невдалеке трофейный «Опель-кадет». Очень скоро из Германии перевезли автозавод и разместили его на Московском автомобильном заводе — так родился наш «Москвич-401». Правда, он не был чистой калькой с «Опеля», наши конструкторы кое-что в нем переделали.

В СССР времен Сталина выбор был короткий и красноречивый: ЗИМ, «Победа» и «Москвич». Секретари обкомов, министры, маршалы ездили на персональных ЗИМах, но их могли купить и академики, и военные летчики. Эти же автомобили были в службе «Скорой помощи». «Победы» были в распоряжении секретарей горкомов, директоров крупных заводов, генералов, и они же составляли основу «такси». А вот на «Москвичах» пересекали простые советские граждане, но накопить на него могли немногие. Сталин мудро задрал цены на автомобили, поэтому они спокойно стояли в магазинах.

Мой отец рассказывал, как долго он откладывал деньги на «Москвич-401». Мы жили в Копейске, и он частенько приезжал в Челябинск просто полюбоваться «Москвичом», стоящим на витрине. Но свою мечту он осуществить так и не смог...

А потом пришел Никита Сергеевич Хрущев. И мы заигрались в демократию — машины стали дешевыми и... недоступными. Так мало их производили. В стране возник гигантский отложенный спрос, продержавшийся до девяностых годов. Советские люди мечтали об автомобиле, за ними были дикие очереди. Только у нас новый автомобиль мог стоить дешевле подержанного: он приобретался в очереди по госцене, а подержанный — на базаре по рыночной цене. И, конечно, этот гигантский спрос потом, в начале девяностых годов, способствовал развитию автомобильного рынка.

В своем большинстве мы люди непривередливые. К брендовой одежде, например, относимся вполне прагматично или даже с недоверием, но по отношению к автомобилю наша прагматичность отступает на второй план. В начале 90-х можно было наблюдать характерную картинку: человек еще живет в «хрущевке», но под окном у него уже «Мерседес»! Удивительная диспропорция! Она и помогла подняться авторынку Автомобиль стал мерилом успеха. Экономически активный ужчина на первые серьезные заработанные деньги покупает себе автомобиль, а женщина — шубу. Возник парадокс: объем авторынки намного опережал темпы экономического роста в целом. Это было следствием уже упомянутого отложенного спроса. Люди, приобретая автомобиль, делали не просто покупку, а воплощали свою мечту.

Сегодня автомобиль в огромной степени определяет уровень развития экономики. В кризисном 2009 году у нас многое было сделано правильно по укреплению отечественного рынка. Государственная поддержка «АвтоВАЗа» — стратегически верное решение. Можно обзывать «Лады» «тазиками», но вспомним про значимость одного рабочего места в автомобилестроении. Закрытие Волжского автозавода означало бы крах российской экономики: рухнуло бы все производство комплектующих изделий и материалов, а это и металлургические заводы, и горнорудные предприятия и т.д., и т.п.

Позитивную роль сыграла и программа утилизации старых автомобилей, она во многом вытащила рынок. Многие решения тогда принимались спонтанно, но фактически они оказались адекватными. Правительство четко оценило первостепенную значимость автомобильного производства. Недавно была принята новая программа субсидирования автомобилестроения, но ее досрочно остановили, и я понимаю почему: автомобильный рынок 2013 года и 2009 года — это уже совсем разные рынки. Точка невозврата пройдена.

Авторынок — объективный индикатор экономической ситуации и в стране в целом, и в конкретном регионе. Достаточно оценить автомобильные потоки, и многое становится понятным. Мы ведь любим себя хаять: ах, как у нас в Челябинске плохо и как хорошо в Москве! Или как противно в этой Москве и как здорово в Европе! Однако, в Челябинской области сегодня продается машин больше, чем в Венгрии, Словакии, Прибалтийских республиках, Сербии, намного больше, чем в Болгарии. И это страны с сопоставимым населением. Кажется, я первый написал, что нельзя судить о состоянии рынка только по количеству автомобилей, входящих на 1000 человек, более корректная оценка — количество новых проданных автомобилей на ту же 1000 человек. По этому коэффициенту наша область превосходит Польшу, Португалию, Чехию, Грецию и в два раза Казахстан.

Автомобильный поток в Челябинске соответствует крупному европейскому городу. Я побывал летом в Астане — сейчас это фантастический город, просто Дубай в степи. Но автомобильный поток скромный, отстает от Челябинска лет на десять. Особенно очевиден явный диссонанс между шикарным городом и старыми, потрепанными автомобилями. У нас в этом смысле есть соответствие. Буквально недавно вернулся из Сербии, впечатления те же: наш поток гораздо дороже, чем в Белграде.

По европейским меркам у нас вполне цивилизованный и емкий авторынок. Официальная оценка денежной выручки за первую половину 2012 года у челябинских автодилеров, проведенная агентством «Автостат», составила порядка 560 млн долларов. Если брать год в целом, то думаю, она будет где-то уже в пределах полутратора миллиардов долларов. Это можно легко подсчитать: за весь 2012 год в области было продано 75 тысяч только новых автомобилей — и если оценить среднюю стоимость автомобиля в 20 тысяч долларов, то получается 1,5 млрд долларов. А если прибавить финансовую емкость автосервиса, то и два миллиарда долларов выручки покажутся скромными.

В региональном авторынке заняты тысячи людей. Он дает значительные налоговые отчисления в бюджет. Характерно и то, что челябинский рынок остался «местным». У нас немного «пришлых» фирм, а наши предприниматели не собираются куда-то уезжать из области. И поэтому бизнес ориентирован не на вывоз прибыли, а на ее инвестирование в развитие региона. Отсюда такие мощные дилерские центры с развитой инфраструктурой.

И еще о роли незаурядных личностей в региональном автомобильном мире. Можно написать увлекательнейшую книгу о Василии Рыбакове, возглавляющем «Автокомплекс «Регинас». Просто фантастический че-

ловек — талантливый бизнесмен и одновременно... профессиональный тренер по гребле на байдарках и каноэ. Удивительное сочетание! И он всюду успеваает. У него сумасшедший рабочий график. Иногда нам нужно обсудить какие-то вопросы, и мы встречаемся в... его катере во время тренировки детей на Шершневском водохранилище. Мы беседуем, а он по ходу контролирует выполнение его заданий. И так мы плаваем часа два. Один раз я простудился, в другой раз — сгорел на солнце, а ему — все нипочем, он каждый день в таком режиме.

Или глава «Автоцентра «Керг» Олег Байтингер, архитектор по образованию, первым из наших автомобильных дилеров выстроивший федеральную сеть форматных автоцентров. Это на редкость эрудированный, интеллигентный человек. Назову и Сергея Еременко, окончившего с отличием автотракторный факультет ЮУрГУ и возглавляющего холдинг «Сейхо-Моторс». Я профессионально интересуюсь и живу автомобилями, но полагаю, что Сергей знает о них гораздо больше. Кстати, все кого я назвал, в разные годы были признаны в Челябинске «Человеком года». А еще нельзя не вспомнить Андрея Кольцука, предпринимателя от Бога, возглавляющего группу компаний «Планета Авто». И семейную пару — Александра и Ирину Мещеряковых, руководящих автоцентром «Сатурн», и создателей «Джемира» — братьев Сергея и Евгения Рыжковых. Все они не просто руководители крупных бизнес-структур, это предприниматели, по сути, создавшие региональный авторынок. И пережили они немало... По крайней мере, позади два тяжелых кризиса. Но и в самые драматические времена, будучи прямыми конкурентами, они поддерживали друг друга. Даже деньги занимали, чтобы закрыть какие-то «кредитные бреши», и овердрафты кидали друг другу, чтобы рассчитаться с текущими платежами. Хотя конкуренцию никто не отменял, она и сейчас между ними жесткая. Но в беде друг другу помогали. Это факт.

Каждый год в Екатеринбурге журнал «Эксперт-Урал» проводит семинар по развитию автомобильного бизнеса в УрФО. Приезжают москвичи, известный специалист по российскому авторынку англичанин Стэнли Рут из PricewaterhouseCoopers, с которым я постоянно спорю. Как мне передавали, на наши баталии люди приходили специально... Западные аналитики повторяют одно и то же: «Автомобильный рынок у вас будет расти, он должен достичь насыщенности на уровне в 480-540 автомобилей на 1000 человек». Я всегда недоумевал: «Стэнли, если б автомобили выдавали — то мы бы уровень и в 600 перешагнули. Но их же нужно покупать! С чего у нас будет рост? Откуда деньги у населения?» Спорили до хрипоты. И это притом, что Стэнли русский язык плохо знает. Прошло время, и сейчас я могу признаться: «Стэнли был прав!» Я только сегодня

начал понимать, почему должно быть около 500 автомобилей на 1000 человек. Никуда не деться от социологии. Мы проходим путь, который Запад прошел раньше.

Да, наш авторынок поднялся на сильном желании человека иметь автомобиль. Но, в Советском Союзе, по большому счету, автомобиль был не нужен. Часто человек жил в одном районе, а гараж у него был где-то в другом, скажем, около кузнечно-прессового завода, которого надо было полчаса-час ехать на троллейбусе! Это что за «владение автомобилем»? Скорее, он нами владел! Был чем-то вроде семейного амулета, которым пользовались по выходным, собираясь съездить в сад или к теще на блины. Потом его снова прятали в гараж, а на работу добирались на общественном транспорте. И все. А сегодня автомобиль — неотъемлемая часть жизни. Если человек выходит утром и видит у припаркованного под окном автомобиля спущенное колесо, — он испытывает шок. У него вылетает дневной график, поскольку минимум час уйдет на шиномонтаж...

Сегодня мы достигли первичной насыщенности — в Челябинске в среднем каждая семья имеет автомобиль. Поэтому возникла некая пауза, но скоро придет осознание, что этого мало. Почему нынешнее время я называю «паузой», а не стагнацией? Это разные явления, просто так получилось, что стагнация в экономике совпала с паузой на авторынке. Да, стагнация плохо влияет на потребителя, но даже если бы сейчас экономика росла, то на авторынке все равно бы была пауза. Возьмем современную семью: она четко понимает надобность автомобиля, поэтому откладывается и покупка шубы для жены, и отпуск в Турции. Наконец автомобиль куплен и — ба! — мы вспоминаем, что у нас есть еще много потребностей — и берем шубу, и едем в отпуск, и обоим меняем!..

Но жизнь берет свое. Молодая семья покупает первую квартиру, например, в новом районе — и как тут без автомобиля? А если жена работает в Ленинском районе, а муж в Тракторозаводском — как обойтись одним автомобилем? Тут сын в школу пошел, в секцию записался — и надо успеть туда и сюда? Тут и приходит понимание: семье нужен второй автомобиль, а лучше, чтобы он был у каждого взрослого. Это уже не роскошь, а необходимость. Раньше много писалось, какие мы особенные, дескать, в Европе ездят на маленьких автомобилях, а мы на больших, как в Америке. Но ведь мы скоро будем ездить на маленьких машинах, поскольку семье нужно два автомобиля. И придется выбирать: или один большой — или два маленьких, потому что на два больших денег может не хватить. Еще вариант: один новый, другой подержанный. Почему нет, ведь речь уже идет не о статусном амулете, а о предмете, без которого нельзя жить.

А дальше рынок будет расти очагами. В Челябинске без двух автомобилей не обойтись, а в Копейске или Миассе пока хватит одного, многое в шаговой доступности. В мегаполисах рынок будет продолжать расти, а в небольших городах стабилизируется. Если человек купил квартиру в ипотеку — он о машине до поры не задумывается. Но потом ему некуда будет деваться: придется ее покупать. Я думаю, через два-три года даже при нынешнем состоянии экономики будет новый подъем авторынка, поскольку потребуются второй автомобиль на семью. Так мы и придем к тому, о чем говорили англичане и американцы: 500 автомобилей на 1000 человек населения.

Естественно, рост автопарка потребует решения инфраструктурных проблем, о которых упоминалось выше. В Челябинске капитально взялись за дороги еще несколько лет назад, и мне особенно интересно посмотреть, как Екатеринбург разовьет свою дорожную сеть к чемпионату мира по футболу. Меня как-то приглашали на совещание, проводимое мэрией Екатеринбурга. Так вот, только для обеспечения подъезда к центральному стадиону им выделяют миллиарды рублей. При этом было заметно: они чувствуют, что опоздали с развитием дорожной сети. Зато в Челябинске другая проблема — парковки. Один автомобиль требует в среднем три парковочных места: около дома, на работе и... около магазина. Значит, количество автомобилей в городе надо умножать на двадцать квадратных метров и на три места! И мы получим еще один Челябинск, «отведенный под парковку».

Решить проблему — что сейчас кажется фантастикой — можно с помощью подземных парковок во всех районах города. Уверен, что в ближайшие пять-семь лет, например, под площадью у Драматического театра будет построена гигантская подземная парковка. Кто-то возразит: «Как в центре рыть, тут же скала?!» Ничего — и в скалу пойдем! Иначе город встанет! Я своим студентам в ЮУрГУ объясняю: неважно, кто будет у власти — царь, коммунисты, патриоты, либералы — вопрос автомобилизации абсолютно объективен, его придется решать всем. А это же и строительство, и вообще вся экономика... такой потрясающий и взаимосвязанный круговорот!

Еще один важный момент — как сегодня приятно выйти в любой автомобильный салон. Вас встречает вышколенный персонал, одетый согласно дресс-коду, все вежливо, предупредительно. Автомобильный бизнес задает соответствующий эстетический и этический уровень услуг на стандарты обслуживания потребителей. Или возьмем автомобильную рекламу — об ее структуре и подходах можно докторские диссертации

писать! У каждой марки свои подходы. К примеру, Toyota в рекламных роликах создает некий обобщенный портрет своего клиента. Вот ее реклама модели Avensis — молодой подтянутый человек утром бреется в ванной комнате, из окна видно, что на лужайке стоит автомобиль. Добротный дом, красивая ухоженная жена. Затем он едет на своем автомобиле и потом катается на яхте. Это уже не просто реклама, а социальный портрет владельца Avensis. И если ты относишься к этому «поколению яппи», то вот тебе прямой намек — это твоя машина! Другие производители находят свои рекламные ниши. Перед внедорожниками Nissan бегают некие механические собаки, демонстрирующие новейшие технологии. А в рекламе Citroen, сколько себя помню, машину собирают-разбирают как трансформер, показывая тем самым креативность применяемых конструктивных решений.

И об автомобильном дизайне можно говорить бесконечно. Сколько здесь всего сосредоточено — и интеллекта, и красоты, и вкуса, и стиля, и технологий... Да, разумеется, все индивидуально: одному нравится это, другому — иное. Некоторые машины, например, мне были по душе, потом на их место пришли другие, раньше казавшиеся неуместными. Но я признаю естественную смену поколений, хотя я более консервативный тип — не пионер и не люблю пионерские дизайны.

Автомобиль объединяет в себе очень многое! Больше всего я восхищаюсь технологиями, которыми можно восторгаться бесконечно... Даже книгу написал об автомобилях, на которых ставили рекорды скорости. Много было всяких рекордов, но я взял «нулевые» — 100, 200, 300, 400, 500 и т.д. км/ч. Мне это было интересно безмерно...

И наконец, может быть, я отвечу на самый главный вопрос: за что абсолютное большинство людей на планете обожает автомобиль? За невероятный драйв! Когда ты за рулем по-настоящему крутой машины, когда педаль акселератора в пол, и движок ревет со страшной силой и этот болид летит вперед, в бесконечность — и ты управляешь таким великолепным монстром... Как это бьет по нервам, какой выплеск адреналина! И ты себя чувствуешь если не полубогом, то уж точно суперменом! Автомобиль — это страсть, это любовь, это сонм всевозможных чувств, которые взрывают человека до основания, до сердцевины! Да, это может быть профессией, это может быть хобби, автомобиль — это то, чему можно посвятить всю свою жизнь без остатка... **БК**