**Конец национального автомобиля**

**Рынок автомобилей**

Американские автопроизводители постепенно теряют позиции на рынке США – по итогам 2003 года они контролировали 63,2% рынка (64,6% год назад). Доля General Motors составила 28,3% рынка, что на 0,4% меньше, чем год назад. Доля Ford уменьшилась с 21,5% до 20,8%. Доля DaimlerChrysler увеличилась на 0,3% и достигла 14,1%. Наиболее успешным иностранным конкурентом «большой тройки» (так традиционно называют General Motors, Ford и DaimlerChrysler) стала японская Toyota, которая за год увеличила свою долю с 10,4% до 11,2%. Однако, это отнюдь не означает, что США рискуют остаться без американских машин, поскольку подлинно американских автомобилей ныне практически не существует.

«Большая тройка» американских автопроизводителей создала заводы в Европе, Латинской Америке, Китае, странах Юго-Восточной Азии, Канаде и ввозит эти машины в США. К примеру, в США продается спортивный автомобиль Pontiac GTO, название которого вызывает у американца ностальгические воспоминания о «Понтиаках» (в ту пору производимых независимой компанией). Ныне эти автомобили полностью производятся в Австралии на заводах General Motors и экспортируются в США. Ford производит Ford Crown Victoria на своих канадских заводах. Chrysler Crossfire является детищем германского Mercedes-Benz – его дизайн, основные узлы и двигатель разработаны в Германии. Один из наиболее интересных автомобилей последних лет Chrysler Cruiser полностью производится в Мексике. Прибыль от продаж этих автомобилей получает концерн DaimlerChrysler, образованный в 1988 году, после того как германский концерн Daimler-Benz приобрел старейшую американскую компанию Chrysler.

В свою очередь, значительная часть неамериканских автомобилей производится на американских заводах. С 1980-х годов свои заводы в США имеют Toyota, Honda, Nissan, Mitsubishi, Subaru и Isuzu. К примеру, Toyota Solara производится в США и на 80% состоит из американских деталей. Дизайн этой машины создала американская дизайнерская группа. Аналогичные шаги предпринимают ныне корейские автопроизводители: концерн Hyundai, который всего несколько лет назад вышел на американский рынок, ныне строит крупный завод в Алабаме, планируя инвестировать в него 1 млрд долл. Парадокс заключается в том, что чем больше неамериканские автопроизводители продают своих машин в США, тем больше они вкладывают средств в создание производств на территории США. По данным Ассоциации международных автопроизводителей, общая сумма инвестиций в подобные проекты достигла 26 млрд долл. Считается, что они создали, в общей сложности, 75 тыс. рабочих мест в промышленности и еще 500 тыс. в смежных отраслях экономики.

По данным Американской автомобильной ассоциации, один и тот же автомобиль может продаваться под разными брэндами. Это могут быть марки, которые принадлежат одной компании. К примеру, внедорожник Chevrolet Trail Blazer EXT также продается, как GMC Envoy XL – обе марки принадлежат General Motors. В то же время, японский автопроизводитель Isuzu продает эту же машину под названием Isuzu Ascender. General Motors также продает недорогой легковой автомобиль Chevrolet Prism, который является точной копией Toyota Corolla.

Некоторые специалисты считают, что открытость рынка США для международных производителей автомобилей буквально спасла американскую автомобильную промышленность. Еще три десятилетия назад многие считали, что американский автопром прекратит свое существование. В 1958 году лишь 8% автомобилей, купленных американцами, были иностранными. Однако уже в 1960 году американские компании перестали быть законодателями мод мирового автомобилестроения – производство автомобилей начало резко снижаться, и по объемам производства американцев обошли европейские конкуренты. В 1970-е годы казалось, что дни американской автомобильной промышленности сочтены. Причем их «могильщиками» стали не известные европейские компании, а новички на этом рынке – японцы. В 1978 году японские машины составили половину всего автомобильного импорта в США. Американские компании оказались в крайне тяжелом положении. Тогда в США обсуждалась возможность «закрытия» внутреннего рынка США для иностранных конкурентов. Однако эти меры не были приняты. Сперва американские автомобилестроители провели общенациональную кампанию с призывом покупать американские автомобили. Однако к позитивным сдвигам это не привело: покупатели предпочитали не проявлять патриотизм и часто предпочитали японские машины, которые были более экономичны и надежны. Тогда, по мнению американского историка Роджера Симмермэйкера (Roger Simmermaker), автора книги «Как американцы могут купить американское» (How Americans Can Buy American), было принято разумное решение: американским конкурентам было предложено создавать свои машины на американской территории. Для этого им были предложены огромные налоговые льготы.

В результате, американские компании нашли возможности модернизировать производство и смогли переломить ситуацию в свою пользу к началу 1990-х годов, вернув США мировое лидерство в автомобилестроении. Причиной этого, в частности, стал рост инвестиций в автомобильное производство. Кроме того, свою роль сыграли и льготные условия инвестирования в экономику США. В результате в 1990 году 11% автомобилей, продаваемых в США иностранными компаниями, собирались на американских заводах. В свою очередь, американские фирмы перенесли войну на территории противника и начали активную скупку японских и европейских автомобильных компаний. Любопытно, что все «автомобильные войны» мало повлияли на количество рабочих мест в сфере автомобильного производства США. По данным Министерства занятости США, в 2002 году в автомобильной промышленности США было занято 912 тыс. человек. В 1978 году – в разгар японской экспансии – их было чуть более 1 млн, в 1992 году – 813 тыс.

На долю пяти транснациональных корпораций приходится более половины всех автомобилей, производимых в мире. General Motors принадлежат марки Buick, Cadillac, Chevrolet, GMC, Hummer, Oldsmobile, Pontiac, Saab (изначально шведская компания), Opel (Германия) и Saturn (автомобили под этой маркой выпускает независимое подразделение General Motors, которое было создано по образу и подобию японских фирм). Кроме того, General Motors владеет значительными пакетами акций японских компаний Subaru, Isuzu, Suzuki и итальянского концерна Fiat, которому, в свою очередь, принадлежат марки Ferrari и Maserati. Корпорация General Motors связана партнерскими отношениями с другим мировым грандом – Toyota (обладатель марок Lexus и Scion). Другой американский гигант Ford выпускает автомобили Lincoln, Mercury, Volvo (изначально Швеция), Aston Martin, Land Rover (Великобритания). Ford также контролирует японского автопроизводителя Mazda. Германо-американский гигант DaimlerChrysler производит автомобили Chrysler, Dodge, Jeep, Maybach, Mercedes-Benz. Он контролирует японскую компанию Mitsubishi и корейские – Hyndai и Kia. Концерн Volkswagen выпускает автомобили Audi, Bentley (исторически – Великобритания), Lamborghini (Италия) и находится в партнерских отношениях с германским производителем Porsche. По дорогам США ездят 217 млн автомобилей различных типов (Население США в конце 2000 года составляло 281 млн 422 тыс. человек). В 2003 году впервые в истории США, число машин, находящихся во владении одной семьи, превысило количество водителей в этой семье. Из-за слабой развитости системы общественного транспорта, 88% американцев постоянно используют автомобиль для поездок на работу. По данным справочника Automotive News Market Data Book, США являются крупнейшей автомобильной державой мира. В 2002 году в США было произведено 12,3 млн автомобилей, в том же году американцы приобрели 16,8 млн машин. По данным исследовательской фирмы Ward Communications, в 2002 году США ввезли почти 6,6 млн автомобилей, а экспортировали чуть менее 1,5 млн. На втором месте в мире Япония (соответственно, 10,2 млн и 5,8 млн), на третьем – Германия (5,5 млн и 3,5 млн). В первую пятерку по объемам производства входят также Франция (3,7 млн) и Южная Корея (3,1 млн). По объемам продаж – Китай и Великобритания (по 2,9 млн). В первом перечне Россия заняла 13-е место в мире (1,3 млн произведенных автомобилей), во втором – 12-е (1,3 млн проданных).

**Большинство американцев покупает подержанные машины**

Покупка подержанных машин является основной тенденцией среди американских потребителей. Как показывают данные, собранные американским Министерством занятости, 66% американцев решают приобрести машину, уже бывшую в употреблении. 26% жителей США покупают новые машины, а 8% предпочитают арендовать автомобиль на год и дольше. Решение о покупке новой или подержанной машины также зависит от места жительства американца. Жители сельских районов чаще покупают машины б/у, тогда как городских обитателей, в большей степени, привлекают новые авто.

Основной фактор, влияющий на выбор потребителей – цена машины. Однако было бы неправильно предполагать, что люди, арендующие автомобили, – из категории тех, кто не может себе позволить ни бывшую в употреблении, ни тем более новую машину. Наоборот, американцы, пользующиеся услугами автоаренды, относятся к преуспевающей части населения, они зарабатывают, в среднем, 72 922 долл. в год. Для сравнения, среднестатистический владелец новой машины получает 69 875 долл. в год, а обладатель подержанного авто – немногим больше 48 тыс. долл. Решение арендовать машину чаще всего связано с новым местом работы или жительства, когда человек знает, что он не останется там надолго и хочет избавить себя от хлопот перепродажи. Аренда машин нравится также тем, кто любит разнообразие и может позволить себе попробовать разные марки машин за сравнительно короткий период времени.

Любопытно, что наиболее часто покупают новые машины представители двух категорий населения США: одинокие женщины и выходцы из Азии. 37% женщин, не состоящих в браке, покупают новые машины, по сравнению с 20,6% холостых мужчин. Однако азиатское население США побивает все рекорды: перед обаянием новой машины не могут устоять 42% взрослых азиатов.

Немногие американцы немедленно расплачиваются за купленную машину. Основной метод расплаты за четырехколесную покупку – кредит. Оплату в рассрочку предпочитает 81% покупателей новых авто и 56% тех, кто приобретает подержанные машины. Для покупки в кредит надо сделать первый взнос(downpayment), который обычно в несколько раз превышает размер последующих месячных выплат. Среднестатическая сумма, которую нужно выложить на месте покупки, чтобы получить право на ней же и уехать, для подержанного авто составляет 1147 долл. а для нового – 2 914 долл. Те, кто арендует машины, платят, в среднем, 868 долл. в качестве первоначального взноса. Несмотря на то, что в этом случае сумма, дающая доступ к немедленному использованию машины, значительно меньше и может выглядеть соблазнительней, следует иметь в виду, что лицо, совершающее сделку, платит не за владение машиной, а лишь за то, что ее ему одолжили.

Ежемесячные выплаты за машины, равно как и за дома, мебель и другие товары, давно уже стали неотъемлемой частью американской экономики и образа жизни. Среднемесячный кредитный взнос за машину б/у равняется 273 долл., за новую – 399 долл. Арендатор машины ежемесячно выкладывает около 355 долл. Несмотря на то, что большинство покупателей машин берут кредит на пять лет, многие закрывают его раньше срока. В среднем по стране, американец выплачивает кредит, взятый на покупку подержанной машины за 43 месяца, а за покупку новой – 54 месяца. Самый распространенный срок аренды машин – 3 года.

**Список литературы**

Конец национального автомобиля. Washington ProFile, 2004

Большинство американцев покупает подержанные машины. Washington ProFile, 2004