

DOI: 10.17747/2311-7184-2022-5-117-123

УДК 338.001.36

JEL: L13, L20, M42



Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021)

В.А. Бартош, студент МГУ им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

И.Р. Лисецкая, студент МГУ им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

lisetskaja2010@yandex.ru

Аннотация. В статье проводится анализ статистических данных Ассоциации европейских производителей автомобилей (ACEA), которые демонстрируют объем продаж продукции транспортного машиностроения в Южно-Африканской Республике за период 2010–2021 годов. Особое внимание уделяется проблемам конкуренции ведущих игроков на рынке транспортных средств ЮАР; сформирован перечень ключевых международных экспортеров по отдельным производителям автомобилей. Представлен прогноз развития импорта продукции транспортного машиностроения в ЮАР. Построена матрица SV.

Ключевые слова: экономическое доминирование, ЮАР, матрица SV, олигополия, конкуренция, автомобильный рынок, импортер, производители.

Identification and analysis of dominant groups in the South African automotive market (2010-2021)

V.A. Bartosh, student, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

I.R. Lisetskaya, student, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

lisetskaja2010@yandex.ru

Abstract. The article analyzes the statistical data of the World Trade Center, which demonstrate the volume of imports of transport engineering products to the Republic of South Africa for the period 2010-2021. Particular attention is paid to the problems of competition of the leading players in the South African vehicle market; a list of key international exporters for individual car manufacturers has been formed. The forecast of the development of imports of transport engineering products in South Africa is presented. The SV matrix is constructed.

Keywords: economic dominance, South Africa, matrix SV, oligopoly, competition, automobile market, importer, manufacturers.

Введение

В статье выявлены и проанализированы доминирующие группы на автомобильном рынке ЮАР в период 2010–2021 годов. ЮАР обладает самой протяженной автодорожной системой в Африке, а длина сетей достигает примерно 750 тыс. км. В связи с этим роль автомобильного транспорта особенно значима для экономики Южно-Африканской Республики.

На рынке ЮАР активно конкурируют практически все мировые лидеры автомобильной промышленности: Германия, Япония, Южная Корея, США и Великобритания. При этом следует отметить, что ЮАР располагает крупнейшей на Африканском континенте автомобильной промышленностью [2]. В стране базируется несколько заводов, производящих автомобили не только для внутреннего рынка, но и для других стран Африки и остального мира. Однако в 2020–2021 годах экономика страны испытывала трудности, и все промышленные сектора пострадали, в том числе автомобильный. Спрос на новые автомобили в течение многих лет рос очень медленно [2. С. 59–64]. Кроме местных производителей действуют Toyota, Volkswagen, Ford, Nissan, Hyundai, Renault, Isuzu, Mercedes-Benz, Kia, BMW, Mazda, Suzuki, Audi, Honda и Datsun [2. С. 59–64]. В структуре автомобильного импорта Южно-Африканской Республики в 2010–2022 годах с сильным отрывом лидируют поставки автомобилей из Японии марки Toyota, которые в сумме за 11 лет составили 1 388 083 единиц (на 01.02.2022 было продано 12 293 автомобилей¹).

Задачей данного исследования является изучение конкуренции на автомобильном рынке ЮАР за 2010–2022 годы, выявление доминирующих групп и анализ стратегий компаний и регуляторов.

1. Лидеры автомобильного рынка ЮАР

В 2020 году из-за пандемии COVID-19 продажи автомобилей значительно снизились. За год их число составило всего 370 115 (–30,8% по сравнению с 2019 годом). 2021 год для южноафриканского рынка начался стабильно – в 1-м квартале было реализовано 116 522 автомобиля, что на 0,7% меньше по сравнению с 1-м кварталом 2020 года. Во 2-м квартале продажи начали быстро расти (103,8%, до 112 146 автомобилей), что обусловлено невероятно низкой сравнительной базой. В 3-м квартале объем рынка увеличился на 16,4%, до 117 504 штук [2. С. 59–64].

¹ https://auto.vercity.ru/statistics/sales/africa/2019/south_africa/01-12/

Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021) / Identification and analysis of dominant groups in the South African automotive market (2010–2021)
В.А. Бартош, И.Р. Лисецкая / V.A. Bartosh, I.R. Lisetskaya

В октябре 2021 года автомобильный рынок ЮАР замедлился. Тогда было продано 41 035 единиц (–0,4%), а в целом с начала года реализация составила 387 207 единиц (23,1%) [2. С. 59–64]. По сравнению с допандемическим уровнем рынок все еще ниже на 17% по отношению к октябрю 2019 года. Лидер рынка – Toyota с начала 2022 года имеет долю рынка 25%. Далее следует Volkswagen с долей 17%.

Таблица 1
Рынок автомобилей ЮАР в 2010–2022 годах

№	Марка	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	на 01.02.22	Итого	Доля (%)	Ср. темп прироста
1	Toyota	96 422	105 133	116 610	122 302	122 767	118 400	112 993	123 559	129 582	126 090	87 407	114 525	12 293	1 388 083	25	3
2	Volkswagen	58 525	85 382	92 073	92 695	89 617	83 474	75 127	76 354	81 003	80 964	57 723	65 897	4 904	943 738	17	2
3	Ford	32 579	41 443	42 436	58 649	70 888	78 466	73 856	71 220	57 867	50 912	35 272	31 127	1 639	646 354	12	2
4	Nissan	34 386	39 892	49 800	46 957	44 423	41 742	36 275	44 816	48 143	41 790	23 227	27 444	2 145	481 040	9	0
5	Hyundai			52 391	49 675	45 556	40 394	37 830	35 059	35 858	33 627	27 700	33 479	2 668	394 237	7	–4
6	Renault	10 006	10 790	10 860	12 625	19 084	20 134	18 796	22 635	25 500	27 250	16 687	21 024	2 247	217 638	4	9
7	Isuzu	10 868	15 988	16 515	18 328	19 541	20 865	16 344	18 178	20 128	20 509	15 598	19 870	1 433	214 165	4	7
8	Mercedes-Benz	23 213	29 659	27 892	29 193	34 479	30 397	26 958	24 585	19 773	19 695	13 770	11 634	911	292 159	5	–5
9	Kia		18 403	26 267	22 680	19 637	17 316	15 259	17 786	17 335	15 774	12 325	20 161	1 507	204 450	4	4
10	BMW		23 560	24 744	24 793	24 521	21 580	20 355	16 276	16 195	12 966	8 444	10 586	870	204 890	4	–6
11	Mazda	11 060	8 562	6 788	5 701	4 939	9 066	12 049	13 373	14 644	12 460	8 271	8 060	544	115 517	2	1
12	Suzuki	4 946	5 462	4 724	4 865	6 496	6 381	5 628	8 833	12 090	15 481	16 527	27 583	3 232	122 248	2	20
13	Audi	11 366	14 531	16 743	19 336	18 375	14 950	11 600	10 806	9 053	8 495	5 819	5 712	489	147 275	3	–5
14	Honda	8 337	7 828	9 093	12 904	10 169	11 064	8 070	7 187	7 530	5 557	3 209	5 712	269	96 929	2	1
15	Datsun					1 573	5 645	4 840	6 913	7 286	7 744	2 764	2 071	27	38 863	1	30
	Итого	301 708	406 633	496 936	520 703	532 065	519 874	475 980	497 580	501 987	479 314	334 743	404 885	35 178	5 507 586		

Источник: составлено авторами по данным https://auto.vercity.ru/statistics/sales/africa/2019/south_africa/01–12/

Выпадение компании Ford из тройки лидеров, вероятно, связано с закрытием завода из-за коронавирусных ограничений, перебоев в поставке чипов, а также с модернизацией сборочного завода Ford Silverton в Претории. Годовая мощность предприятия увеличится с 168 000 до 200 000 автомобилей. Согласно «зеленому плану», к 2024 году завод станет «энергетически самодостаточным и углеродно-нейтральным». Это позволит отключиться от общей энергосети². Следовательно, можно ожидать в скором будущем наращивания количества проданных автомобилей.

Hyundai в 2021 году вошел в тройку лидеров, потому что Ford замедлил обороты. Также на автомобильный рынок ЮАР выпустили новую модель Hyundai Grand Creta³, что еще больше увеличит продажи в будущем.

«Коронавирус нанес нам больший ущерб, чем мировой финансовый кризис 2008 года», – заявил президент Toyota А. Тойода. Причина такого снижения продаж – в коронавирусных ограничениях и дефиците комплектующих. У всех производителей упали продажи в 2020 году.

2. Теоретический обзор

Теоретической базой исследования являются данные Автостата, IndustriALL, Taiwan Trade Center, а также научные труды А.К. Барина, В.А. Вертоградова, С.В. Щелоковой, А.А. Иванчиной, Д.Л. Палеева, Б. Сабери, В.А. Сидорова, В.И. Русаковича, А.Л. Альфаро, Г. Бузинех, Р. Мура, Ш. Уэно, Р. Ванга, Х. Рамирез-Вальехо, М.Е. Портера.

В [1] Барино приводит статистику данных по автомобильному рынку ЮАР, где можно увидеть, какие компании явно лидируют на рынке, какое место занимает крупнейшая автомобильная промышленность на Африканском континенте, расположенная на территории ЮАР. В 2018 году ЮАР завезла на свою территорию продукции транспортного машиностроения на 8,2 млрд долл., а объем импорта товаров по этим позициям за 2014–2018 годы находился на уровне 42,3 млрд долл., что составило примерно 14% от общеафриканского показателя, т.е. страна стала крупным континентальным покупателем подобной продукции. Более 85% ввоза всех видов транспортных средств приходится на наземный транспорт. Основу этой категории составляют наземные моторные транспортные средства, автомобильный транспорт, их составляющие и запчасти. Объем импорта наземных транспортных средств в ЮАР в 2014–2018 годах составил 35,2 млрд долл. В настоящее время разработан первый этап программы производства и развития автомобильной промышленности (Automotive Production & Development Programme – APDP), реализация которого началась в январе 2021 г. Этот этап требует от всех автопроизводителей увеличения доли локализации с 40 до 60%, что создает определенные трудности для крупных игроков и импортеров, но усиливает позиции местной автомобильной отрасли [2].

В работах [3; 5; 7] авторы анализируют конкуренцию на рынках, используя теорию экономического доминирования, и демонстрируют применение матрицы SV (strength variety) для анализа рынка автомобилей, разработки стратегий развития рынка в контексте экономического доминирования.

В [6] исследователи описывают экономическое и социальное воздействие автомобильной отрасли на развитие стран БРИКС, в том числе и на ЮАР; в научных работах также исследуются структура экспорта и импорта, рассматриваются особенности государственного регулирования автомобильной промышленности в ЮАР и возможности использования этого опыта в России.

В докладе «Микроэкономика конкурентоспособности Южной Африки: автомобильный кластер» гарвардские авторы рассматривают конкурентоспособность автомобильного рынка ЮАР, оценивают объем экспортных ком-

² <https://www.drive.ru/news/ford/601a7779c6e6eb17cf25a33c.html>.

³ <https://carsweek.ru/news/avtonovinki/1255052/>.

Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021) / Identification and analysis of dominant groups in the South African automotive market (2010–2021)
В.А. Бартош, И.Р. Лисецкая / V.A. Bartosh, I.R. Lisetskaya

плекующих, описывают меры поддержки отрасли со стороны правительства, разделяют историю производства автотранспорта ЮАР на шесть фаз и представляют свои рекомендации.

В своем докладе «Автомобильная промышленность в Южной Африке» Центр международной торговли (Тайвань) описывает ассоциации в сфере производства и розничной торговли, а именно NAAMSA, NAACAM, RMI и AIEC, концентрируют внимание на трех основных автомобильных кластерах: Гаутенг, Квазулу-Натал и Восточный Кейп. С помощью National Association of Automobile Manufacturers of South Africa (NAAMSA) была разработана «Дорожная карта устойчивого развития автомобильной промышленности» [13].

По данным NAAMSA (Country Commercial Guide), автопроизводство, рынок новых автомобилей и компонентов оригинального оборудования показывали неустойчивую динамику реагирования на последствия COVID-19. В 2020 году импорт запасных частей сократился на 8,5%, с 4,1 млрд долл. в 2019 год до 3,75 млрд долл. Сокращение спроса различается между различными типами поставляемых запасных частей, что соответствует сбоям в автомобильном секторе. Страны происхождения запасных частей, импортируемых в Южную Африку, за исключением Китая, соответствовали основным странам происхождения легковых и грузовых автомобилей. Импорт с традиционных рынков, таких как Германия, США и Великобритания, за последние годы снизился, в то время как импорт из Китая увеличился, что свидетельствует о доминирующем влиянии страны и ее конкурентоспособности по стоимости в мировой автомобильной среде [10].

В качестве перспективы развития наблюдается интерес южноафриканских компаний к приобретению дистрибьюторских компаний в США [1].

3. Доля ведущих автопроизводителей на рынке ЮАР

Имея сходные данные по компаниям за период с 2010 года по 2022 год, рассчитаем доли каждой компании в общем объеме продаж за каждый год (табл. 2).

Таблица 2
Доли компаний в общем объеме продаж за 2010–2022 гг.

№	Марка	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	на 01.02.22
1	Toyota	32	26	23	23	23	23	24	25	26	26	26	28	35
2	Volkswagen	19	21	19	18	17	16	16	15	16	17	17	16	14
3	Ford	11	10	9	11	13	15	16	14	12	11	11	8	5
4	Nissan	11	10	10	9	8	8	8	9	10	9	7	7	6
5	Hyundai	0	0	11	10	9	8	8	7	7	7	8	8	8
6	Renault	3	3	2	2	4	4	4	5	5	6	5	5	6
7	Isuzu	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4
8	Mercedes-Benz	8	7	6	6	6	6	6	5	4	4	4	3	3
9	Kia	0	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4
10	BMW	0	6	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	2
11	Mazda	4	2	1	1	1	2	3	3	3	3	2	2	2
12	Suzuki	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	5	7	9
13	Audi	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	1	1
14	Honda	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1
15	Datsun	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1	1	0
Итого		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Источник: составлено авторами по данным табл. 1.

В 2010 году Южная Африка обеспечила 0,61% общего объема производства автомобилей в мире и заняла 24-е место по производству автомобилей с точки зрения доли мирового рынка. Количество экспортных направлений кластера (со стоимостью свыше 1 млн рандов) увеличилось с 62 в 1995 году до 131 в 2010-м. Дальнейшее развитие получили торговые и деловые партнерства с такими важными торговыми блоками, как ЕС, НАФТА, МЕРКОСУР⁴ и африканскими регионами. В 2010 году основными торговыми партнерами Южной Африки в области автомобильной промышленности с точки зрения дополнительного экспорта и импорта были страны с развитой экономикой – Германия с 43% от общего объема торговли, Япония с 19% и США с 18% [8]. Каждый сегмент насыщен широким ассортиментом автомобильных марок. В 2014 году на выбор было представлено 55 марок и 4406 моделей легковых автомобилей. Это самое большое соотношение выбора и размера рынка в мире. Легковые коммерческие автомобили предлагали 31 марку с 615 моделями⁵.

В 2014 году девять из самых продаваемых моделей легковых и легких коммерческих автомобилей были произведены на местном уровне, это, в частности, Toyota Hilux, Ford Ranger, Nissan NP200, Isuzu KB и Chevrolet Utility. Легковые автомобили включали Toyota Corolla/Corolla Quest, VW Polo, VW Polo Vivo и Toyota Quantum. Toyota SA Motors сохраняет свое общее лидерство на рынке в 2014 году тридцать пятый год подряд с долей рынка 19,8%, за ней следуют Volkswagen Group of SA, Ford [13].

⁴ Экономическое и политическое соглашение между Аргентиной, Бразилией, Уругваем, Парагваем и Венесуэлой.

⁵ <https://www.isc.hbs.edu/Documents/resources/courses/moc-course-at-harvard/pdf/student-projects/MOC%20South%20Africa%20Automotive%20Final.pdf>.

4. Обзор рынка

Спрос на новые автомобили в Южной Африке удовлетворяется за счет целого ряда импортных и отечественных автомобилей. Импорт легковых автомобилей увеличился до 57,1% от общего объема продаж легковых автомобилей в 2018 году, поскольку продажи легковых автомобилей на внутреннем рынке сократились пропорционально больше, чем снижение импорта транспортных средств.

В 2019 году 290 624 новых легковых и легких коммерческих автомобилей были импортированы в Южную Африку из 25 стран. Импорт легковых автомобилей сократился на 1573 единицы, или на 0,5%, с 292 197 единиц в 2018 году до 290 624 единиц в 2019 году, что соответствует снижению совокупных продаж новых автомобилей на внутреннем рынке на 2,8% [11].

Начиная с 2020 года глобальная пандемия потрясла мир до самых основ, и Южная Африка не стала исключением: экономика ЮАР пережила самый глубокий экономический спад за столетие, когда ВВП страны снизился на 7,0% в 2020 году.

Представляется бесспорным, что первая и последующие волны пандемии, ограничения на блокировку страны и все, что следует за этим, оказали длительное и разрушительное воздействие на экономику Южной Африки и ее автомобильную промышленность. То, что обещало стать кульминацией для африканской автомобильной промышленности в 2020 году, когда APDP (программа развития автомобильного производства) достигнет пика своего восьмилетнего пути, было уничтожено глобальной пандемией. Восстановление автомобильной промышленности Южной Африки будет зависеть от восстановления ее основных торговых партнеров и темпов поэтапного прекращения мер по ограничению, учитывая, что более 60% производства автомобилей в стране экспортируется [12].

В 2020 году импорт легковых автомобилей составил 75,7%, а легких коммерческих автомобилей – 15,3% от общего объема легких транспортных средств, проданных в Южной Африке. Потребители страны получают доступ к широкому спектру новых моделей и высококонкурентной ценовой среде, поскольку спрос на новые транспортные средства в стране удовлетворяется за счет широкого спектра импортных и отечественных автомобилей [10].

В первую пятерку стран (в порядке стоимости импорта) происхождения транспортных средств и автомобильных компонентов, импортируемых в Южную Африку, входят: Германия, Таиланд, Япония, Китай и США. Страны происхождения транспортных средств и автомобильных компонентов, импортируемых в Южную Африку, в целом отражают глобальные связи с головными офисами компаний.

В Южной Африке представлены несколько ведущих поставщиков автомобильных компонентов США, в том числе Johnson Controls, Lear, TRW Automotive, Tenneco, Federal Mogul, Delphi, Visteon, ArvinMeritor⁶.

Из табл. 2 видно, что за весь период с 2010 года по 2022 год самая большая доля продаж на автомобильном рынке ЮАР в каждом году принадлежит японской компании Toyota (не ниже 25% от всего объема продаж). Следом располагается немецкая компания Volkswagen, имеющая минимальный показатель за весь период 15,35%. На третьей строчке американская компания Ford, минимальная доля в общем объеме продаж за каждый год которой составляет 7,69% (не учитывая данные за 2022 год). Остальные производители имеют лишь небольшую часть от общего объема продаж.

5. Использование матрицы SV и теории экономического доминирования для анализа уровня конкуренции на автомобильном рынке ЮАР

Матрица SV используется для определения уровня доминирования в отраслях и на рынках. При помощи нее компании могут выбрать оптимальные конкурентные стратегии. [3].

Теория экономического доминирования (ТЭД) помогает выявлять доминирующие группы компаний на рынке. Ведущие компании называются альфа, они опираются не только на рыночные, но и институциональные факторы доминирования: доступ к более дешевым финансовым ресурсам, особые отношения с государством и регуляторами. Но также альфа-компании являются первопроходцами в новых рыночных нишах, разработке и внедрении новых технологий, которые со временем становятся доступны остальным компаниям на рынке [3].

На разных рынках каждая компания может выступать как в роли альфа, так и бета (лидера одного из нишевых рынков) или гаммы (просто участника рынка). Нередко альфа-компании объединяются с бета в единую структуру, но продолжают действовать самостоятельно на рынке. В таком случае подобная бета-компания получает преимущество перед другими бета на рынке, а объединения компаний называют альфа-империями [4].

Матрица SV состоит из рынков и отраслей, в которых есть доминирование определенной группы компаний. Индекс Линда вычисляется для установления величины доминирующей группы. В первичных данных бывают ошибки, поэтому построенный индекс не всегда выдает правильное значение. Итоговые вычисления перепроверяют эксперты, чтобы исключить неточности при построении матрицы и ошибки в части рынка, которую занимают альфа-компании.

После определения наличия и величины доминирующей группы переходят к расчету CRSV и HTSV показателей. CRSV определяет долю рынка, которую занимают альфа-компании. HTSV определяет различия в составе группы доминирующих компаний.

Матрица SV представляет собой график. По горизонтальной оси откладывается CRSV, минимальное значение шкалы составляет 30%, а максимальное 100%. Когда альфа-компании в совокупности занимают менее 30% рынка, то принято считать, что доминирование отсутствует. По вертикальной шкале откладывается HTSV, который изменяется в диапазоне (0,1), а сама шкала – логарифмическая по основанию 10, таким образом среднее значение шкалы достигается при HTSV равном 0,1.

⁶ <https://tvbrics.com/news/avtomobilnyy-rynok-yuar-preterpel-znachitelnye-izmeneniya-v-tsenovyykh-tendentsiyakh/>

Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021) / Identification and analysis of dominant groups in the South African automotive market (2010–2021)
В.А. Бартош, И.Р. Лисецкая / V.A. Bartosh, I.R. Lisetskaya

Матрицу SV можно представить в виде квадрата, разделенного на четыре доли.

1. G – доминирующая суперальфа, правый верхний квадрат, $CRSV > 65\%$, $HTSV > 0,1$. В таком случае альфа-компании занимают более 65% рынка, но отличаются по размерам друг от друга.

Рис. 1. Матрица SV (визуальное представление)



Источник: <http://www.svmatrix.online/>.

2. B4 – естественная олигополия, правый нижний квадрат, $CRSV > 65\%$, $HTSV < 0,1$. Альфа-компании занимают наибольшую долю рынка, но при этом их размеры примерно равны.
3. RO – красный океан, левый нижний квадрат, $CRSV < 65\%$, $HTSV < 0,1$. Альфа-компании примерно равны по силам, но занимают 30–65% рынка. Происходит активная конкуренция между альфа, бета и гамма-компаниями. С данного положения возможно перейти как в B4, так и в I.
4. I – низкие барьеры, левый верхний квадрат, $CRSV < 65\%$, $HTSV > 0,1$. В данном случае доминируют различные по размеру альфа-компании, которые занимают 30–65% рынка.

Матрица SV не применяется, когда на рынке доминирует одна альфа. Такие кейсы разбираются экспертами в индивидуальном порядке [7].

6. Результаты расчетов

Теперь, имея понимание о матрице SV, составим ее по автомобильному рынку ЮАР за 2010–2021 годы, используя данные табл. 2.

Таблица 3
Матрица SV по автомобильному рынку ЮАР за 2010–2021 гг.⁷

N	Компания	2021 год	2020 год	2019 год	2018 год	2017 год	2016 год	2015 год	2014 год	2013 год	2012 год	2011 год	2010 год
1	Toyota	28,29	26,11	26,31	25,81	24,83	23,74	22,77	23,07	23,49	23,47	25,85	31,96
2	Volkswagen	16,28	17,24	16,89	16,14	15,35	15,78	16,06	16,84	17,80	18,53	21,00	19,40
3	Ford	7,69	10,54	10,62	11,53	14,31	15,52	15,09	13,32	11,26	8,54	10,19	10,80
4	Nissan	6,78	6,94	8,72	9,59	9,01	7,62	8,03	8,35	9,02	10,02	9,81	11,40
5	Hyundai	8,27	8,28	7,02	7,14	7,05	7,95	7,77	8,56	9,54	10,54	0,00	0,00
6	Renault	5,19	4,99	5,69	5,08	4,55	3,95	3,87	3,59	2,42	2,19	2,65	3,32
7	Isuzu	4,91	4,66	4,28	4,01	3,65	3,43	4,01	3,67	3,52	3,32	3,93	3,60
8	Mercedes-Benz	2,87	4,11	4,11	3,94	4,94	5,66	5,85	6,48	5,61	5,61	7,29	7,69
9	Kia	4,98	3,68	3,29	3,45	3,57	3,21	3,33	3,69	4,36	5,29	4,53	0,00
10	BMW	2,61	2,52	2,71	3,23	3,27	4,28	4,15	4,61	4,76	4,98	5,79	0,00
11	Mazda	1,99	2,47	2,60	2,92	2,69	2,53	1,74	0,93	1,09	1,37	2,11	3,67
12	Suzuki	6,81	4,94	3,23	2,41	1,78	1,18	1,23	1,22	0,93	0,95	1,34	1,64
13	Audi	1,41	1,74	1,77	1,80	2,17	2,44	2,88	3,45	3,71	3,37	3,57	3,77
14	Honda	1,41	0,96	1,16	1,50	1,44	1,70	2,13	1,91	2,48	1,83	1,93	2,76
15	Datsun	0,51	0,83	1,62	1,45	1,39	1,02	1,09	0,30	0,00	0,00	0,00	0,00
	Линд=>	9	10	NO	NO	NO	3	3	NO	10	8	2	5
	CRSV	89,19	91,48	NO	NO	NO	55,04	53,92	NO	93,07	86,98	46,85	81,25
	HTSV	0,063	0,064	NO	NO	NO	0,055	0,052	NO	0,061	0,063	0,055	0,098
	Квадрант	B4	B4	NO	NO	NO	RO	RO	NO	B4	B4	RO	B4

Источник: расчеты авторов.

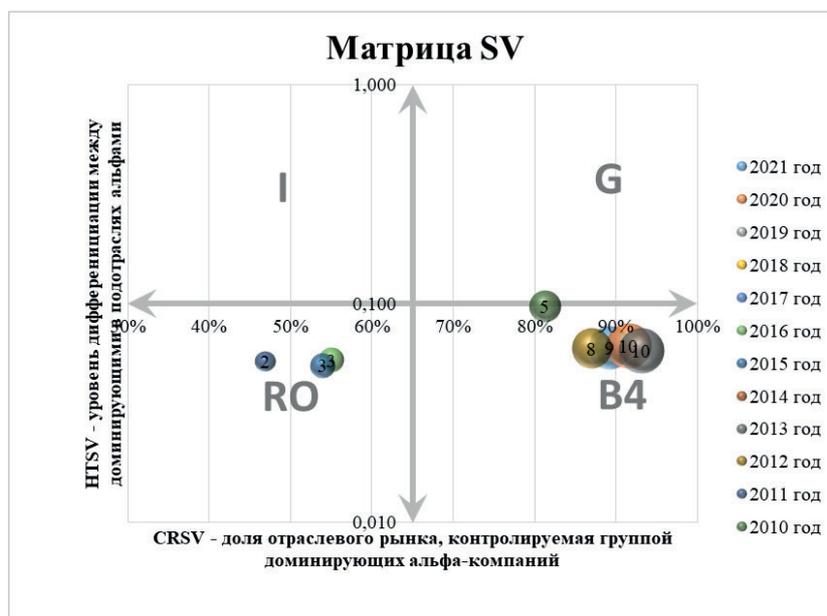
Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021) / Identification and analysis of dominant groups in the South African automotive market (2010–2021)
В.А. Бартош, И.Р. Лисецкая / V.A. Bartosh, I.R. Lisetskaya

Анализируя данные табл. 3, мы видим, что самое большое значение индекса Линда, равное 10, зафиксировано в 2013 году и в 2020 году. Это говорит о том, что в эти годы на рынке в доминирующую группу входили 10 компаний. Минимальное же значение индекса Линда, равное 2, было зафиксировано в 2011 году.

В 2015 и 2018–2019 годах на автомобильном рынке ЮАР не было доминирующей группы компаний.

На рис. 2 приведена матрица SV по автомобильному рынку ЮАР за 2010–2021 годы в визуальном виде.

Рис. 2. Доминирование автоконцернов на рынке автомобилей ЮАР за 2010–2021 годы



Источник: составлено авторами на основании расчетов табл. 3.

7. Интерпретация результатов

Анализируя табл. 3 и рис. 2, можно сделать следующие выводы.

1. В 2010 году рынок автомобилей ЮАР находился на стыке доминирующей суперальфы (квадрант G) и естественной олигополии (квадрант B4). На первый взгляд по рис. 2 не совсем понятно, к какому квадранту относится рынок в 2010 году. Квадранты G и B4 схожи, различаются лишь тем, что в том случае, если рынок находится в квадранте G, доминирующие компании отличаются друг от друга размерами, а если в квадранте B4, то размеры доминирующих компаний почти одинаковые. Для того чтобы определить точное расположение автомобильного рынка ЮАР в 2010 году, обратимся к показателям CRSV и HTSV. Из табл. 3 мы видим, что доминирующие компании занимают 81,25% всего рынка (CRSV = 81,25%), а показатель различия доминирующих на рынке компаний HTSV = 0,098. Получаем $CRSV > 65\%$, $HTSV < 1$. Сделаем вывод: рынок автомобилей ЮАР в 2010 году представляет собой естественную олигополию и относится к квадранту B4.

2. Рынок автомобилей ЮАР в 2011, 2015 и 2016 годах находился в ситуации, когда в нем присутствует общая конкуренция альфа-компаний как между собой, так и между другими компаниями. Показатель $CRSV < 65\%$ (в 2011 году – 46,85%, в 2015-м – 53,92%, в 2016-м – 55,04%) и $HTSV < 0,1$ (в 2011 году – 0,055, в 2015-м – 0,052, в 2016-м – 0,055). Следовательно, рынок находится в квадранте RO.

3) В 2012, 2013, 2020 и 2021 годах рынок автомобилей ЮАР представлял собой естественную олигополию и располагался в квадранте B4. Показатель $CRSV < 65\%$ (в 2012 году – 86,98%, в 2013-м – 93,07%, в 2020-м – 91,49%, в 2021-м – 89,20%) и $HTSV < 0,1$ (в 2012 году – 0,063, в 2013-м – 0,061, в 2020-м – 0,064, в 2021-м – 0,063).

8. Основные выводы и достигнутые результаты

Южная Африка – самое цивилизованное государство в Африке и основной двигатель всей ее экономики. В производственном блоке автомобильный кластер является наиболее важным и успешным среди других отраслей, охватывает все уровни цепочки создания стоимости, включает в себя производство, дистрибуцию и техническое обслуживание [9].

За пятьдесят семь лет своего существования кластер прошел настоящую эволюцию – от импортирующей отрасли до самодостаточной. Основные международные автопроизводители располагаются в ЮАР. Осуществляются экспортные поставки автокомпонентов, таких как каталитические нейтрализаторы и кожаная обивка. Наблюдается значительная международная конкуренция в отрасли. Например, автокластеры Мексики и Таиланда имеют преимущество в затратах и близости расположения к основным экспортным рынкам. Чтобы стать лидером, ЮАР должна устранить свои слабые стороны и усилить сильные стороны. Правительство помогает автокластеру адаптироваться к международной конкуренции за счет оказываемой поддержки (MIDP и APDP).

К минусам автомобильного рынка следует отнести: местную базу поставщиков, она по-прежнему слаба в ключевых аспектах, что приводит к недостаточному инвестированию и слабым взаимосвязям с секторами кластера

Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021) / Identification and analysis of dominant groups in the South African automotive market (2010–2021)
В.А. Бартош, И.Р. Лисецкая / V.A. Bartosh, I.R. Lisetskaya

с более высокой добавленной стоимостью; инвестиции в НИОКР незначительны; негибкость рынка труда не дает выработать долгосрочную стратегию и конкурентоспособность. При этом относительно высокий интерес покупателей и растущий местный спрос являются благоприятными сигналами для будущего кластера.

COVID-19 сильно затронул автомобильную отрасль во всем мире. Рынок все еще ниже допандемического уровня на 17%. Тем не менее можно сделать вывод о том, что автомобильный рынок ЮАР является развивающимся и перспективным. За рассматриваемый период самая большая доля продаж принадлежала японской компании Toyota. Из матрицы SV, построенной авторами, по автомобильному рынку ЮАР за 2010–2021 годы выделяется четыре основных этапа доминирования рынка ЮАР:

- в 2012–2014 годах доля марки Ford постепенно начинает расти, что позволяет обеспечить переход в доминирующую группу к 2015 году;
- в 2015 году отмечается три явных лидера – Toyota, Volkswagen, Ford. В данный период рынок находится в состоянии жесткой конкуренции в сегменте RO;
- в 2017–2019 годах на рынке ЮАР не наблюдается доминирующей группы. В силу особенностей индекса Линда это произошло в связи со снижением доли Ford в данном периоде.

К 2020–2021 годам рынок стабилизировался в состоянии естественной олигополии В4. Это говорит о том, что в эти годы на рынке размер доминирующей группы компаний равен 10. Минимальное же значение индекса Линда, равное 2, было зафиксировано в 2011 году. В 2011 году на автомобильном рынке ЮАР не наблюдалось явного доминирования отдельной группы компаний. В разные периоды времени автомобильный рынок ЮАР менял позиции внутри матрицы SV. В 2010 году он представлял собой естественную олигополию и относится к квадранту В4. В 2011, 2015 и 2016 годах рынок находился в ситуации, когда в нем присутствует общая конкуренция альфа-компаний как между собой, так и между другими компаниями.

Использованная литература

1. *Альфарио А.Л., Мур Р., Уено Ш., Ван Р., Портер М.И.* Микроэкономика конкурентоспособности Южной Африки: автомобильный кластер // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9: Востоковедение и африканистика. 2014. С. 55–59.
2. *Баринов А.К.* Конкуренция международных экспортеров на рынке транспортных средств Южно-Африканской Республики // Азия и Африка сегодня (Институт Африки РАН). 2020. Т. 10. С. 64.
3. *Блохин А.А., Ломакин-Румянцев И.В., Наумов С.А.* Альфа-бизнес на российском продовольственном рынке // Экономические стратегии. 2019. № 6. С. 68–77.
4. *Вертоградов В.А.* Рыночные стратегии альфы, беты и гаммы в контексте теории экономического доминирования // Экономические стратегии. 2020. № 2. С. 50–53.
5. *Вертоградов В.А., Щелокова С.В., Иванчина А.А.* Автомобильный рынок РФ: стратегии компаний и действия регуляторов (2009–2021) // Стратегии бизнеса. 2022. № 2.
6. *Палеев Д.Л., Сабери Б.* Автопром как локомотив модернизации стран БРИКС: состояние, тенденции и перспективы. Национальный комитет по исследованию БРИКС. 2015, 4 июня.
7. *Щелокова С.В., Вертоградов В.А.* Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа для оценки уровня доминирования // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2021. № 6. С. 137–142.
8. *Alfaro A.L.* South Africa: Automotive cluster. Harvard Business School: 1260 // Microeconomics of Competitiveness, 2012. P. 30
9. *Embassy S. A.* South African automotive industry – profile. 2015.
10. National Association of Automobile Manufacturers of South Africa. South Africa - Country Commercial Guide, 2021.
11. *Lamprecht N.* Automotive export manual – South Africa. Lynnwood Ridge: Automotive Industry Export Council, 2020. P. 112.
12. *Sanchez D.* Made in Africa: South African auto industry strong thanks to financial stability. AFKInsider, 2015.
13. The automotive Industry in South Africa. Center Taiwan Trade. URL: <https://cloud.taiwantradeshows.com.tw/2016/ampa/download/03.pdf>.