

УДК 338.332

С.А. Василенко

ТЕНДЕНЦИИ ПРОЦЕССОВ ОТРАСЛЕВОЙ КОНСОЛИДАЦИИ И СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РФ

Аннотация. Ситуацию с российским автопромом в последние несколько лет можно охарактеризовать высокой степенью неопределенности. В период мирового экономического кризиса автомобильная индустрия Российской Федерации оказалась одной из наиболее «пострадавших» отраслей экономики. В статье рассмотрена динамика темпов развития автомобильной промышленности РФ с 2011 по 2015 гг., проанализирован и дана оценка степени концентрации автопрома, определена стадия консолидации отрасли в 2015 г. Автор считает, что структурные изменения отрасли побуждают руководство компаний к поиску стратегических решений, направленных на достижение конкурентных преимуществ в отрасли.

Ключевые слова: автопром, динамика темпов развития, степень концентрации, стадия отраслевой консолидации, стратегические решения, «равновесие и альянсы».

Svetlana Vasilenko

TRENDS IN INDUSTRY CONSOLIDATION PROCESSES AND STRUCTURAL CHANGES IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation. The situation in the Russian automotive industry in the past few years can be characterized as a high degree of uncertainty. Since the global economic crisis began, the automotive industry of the Russian Federation has been one of the most «affected» industries. The article deals with the dynamics the automotive industry development of the rate in the Russian Federation from 2011 to 2015. According to analysis results, the degree of the automotive industry concentration was evaluated, as well as the stage of industry consolidation was determined in 2015 respectively. The author believes that the structural changes in the automotive industry are encouraging TOP-management to seek strategic solutions in order to achieve competitive advantages in the industry.

Keywords: automotive industry, the dynamics of the development rate, the degree of concentration, industry consolidation stage, strategic decisions, «balance and alliances».

Усиление влияния факторов международной конкуренции, создание глобальных рынков, интеграция ресурсов, развитие внутренних рынков – все это приводит к изменению форм организации экономической деятельности. Модификация форм имеет цель снизить риски участников отрасли и усилить конкурентные преимущества в условиях турбулентных, хаотически меняющихся факторов внешней среды. Стратегическое управление изменениями является основным инструментом обеспечения конкурентных преимуществ любой компании с учетом структурных изменений в отрасли. В процессе развития отрасли меняются размер и количество участников, специфика взаимодействия, взаимосвязи между стратегическими группами, степень концентрации бизнеса, уровень и динамика входа и выхода, темпы роста спроса и его структуры, уровень издержек, межотраслевые взаимосвязи, взаимоотношения с государством.

Как известно, все отрасли движутся вдоль кривой консолидации в разных направлениях. Какие-то отрасли идут в своем развитии впереди, какие-то отстают. Но тем не менее в конечном счете все отрасли консолидируются и проходят в своем развитии четыре основных этапа, на каждом реализуется своя стратегия. Для реализации адекватных стратегий менеджеры компаний должны иметь четкое представление, на какой стадии развития находится отрасль, в какую стратегическую группу входит их компания и какую позицию она занимает.

В своих трудах известные экономисты Г. Динз, С. Зайзель, Ф. Крюгер, Д. Грейм выделяют следующие этапы развития отраслей: начальную стадию, стадию роста, стадию специализации, стадию равновесия и альянсов [5]. Прохождение всех этапов отраслевой консолидации в современном мире в среднем происходит за 20–25 лет. Одним из наиболее часто употребляемых показателей в трудах Г. Динза, С. Зайзеля, Ф. Крюгера и Д. Грейма, используемых для измерения концентрации, является коэффициент концентрации рынка (CR_n), который характеризует долю крупнейших фирм (от 3 до 10), действующих на рынке. Коэффициент концентрации на этапе зарождения отрасли составляет 10–15 %, затем, на этапе «роста», когда отраслевое развитие показывает бурный рост, доля компаний-лидеров повышается до 45 %. На этапе «специализации» коэффициент концентрации увеличивается и достигает практически 60 %, а на следующей стадии – «равновесие и альянсы» – приближается к 90 % [5].

На рисунке 1 графически представлены стадии консолидации отрасли. Динамика описывается S-образной кривой. Вертикальная шкала показывает коэффициент концентрации рынка, горизонтальная – время [1].

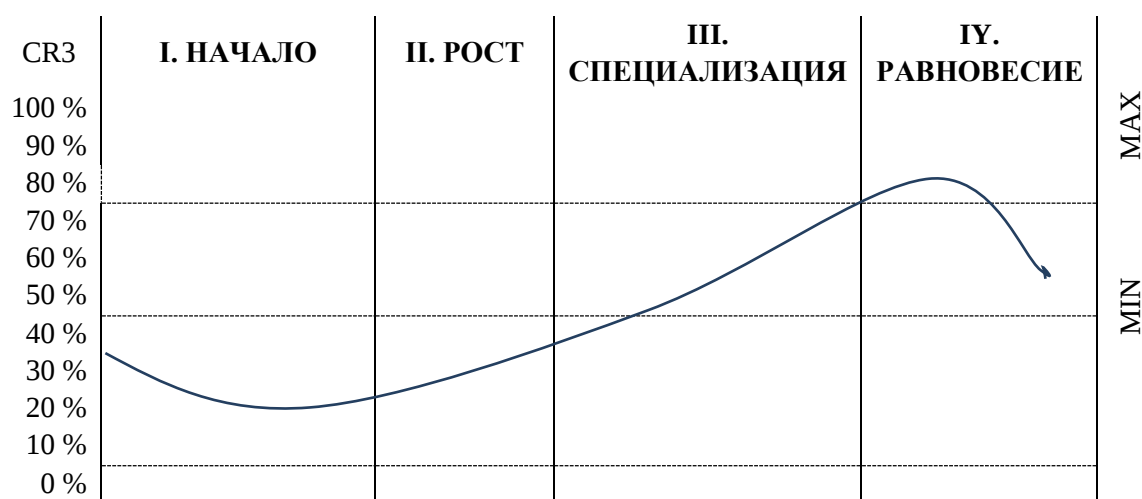


Рис. 1. Стадии консолидации отраслей [1]

Процессы отраслевой консолидации протекают постоянно, но в разных отраслях с разной интенсивностью, при этом часто носят глобальный характер, выходя за рамки национальных экономик. Оценка текущего состояния отрасли, динамика темпов и прогноз ее развития позволяют выбрать наиболее перспективные направления конкурентного позиционирования и корпоративного роста, выработать оптимальную стратегию.

Автомобилестроение легковых и легких коммерческих автомобилей является ведущей отраслью российского машиностроения, определяющей экономический и социальный уровень развития страны, создавая порядка 1 % внутреннего валового продукта (ВВП), обеспечивая около 400 тыс. рабочих мест непосредственно в компаниях-производителях автомобилей и комплектующих и около одного миллиона рабочих мест в зависимых и дилерских компаниях [7]. Ситуацию в российском автопроме в последние несколько лет можно охарактеризовать высокой степенью неопределенности. В период мирового экономического кризиса автомобильная индустрия Российской Федерации оказалась одной из наиболее «пострадавших» отраслей экономики. Динамика темпов развития автомобильной промышленности РФ с 2011 г. представлена графически на рисунке 2 [4].



Рис. 2. Производство автомобилей, шт. [4]

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) в 2011 г. по сравнению с 2010 г. производство и продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России увеличились на 39 %. В 2012 г. российский автомобильный рынок вырос на 11 % по сравнению с 2011 г.. С 2013 г. начал наблюдаться спад производства. Рынок снизился на 5 % по сравнению с 2012 г. Результатом 2014 г. стало снижение автомобильного рынка еще на 10,3 % по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. Председатель Комитета автопроизводителей АЕБ, Йорг Шрайбер оценил 2014 г. как год – начало разочарований для российской автомобильной индустрии [4]. В 2015 г. российский автопром показал падение на 35,7 % (в абсолютных значениях снижение составило 890 187 шт. автомобилей), по сравнению с 2014 г. (данные Ассоциации европейского бизнеса). В 2015 г. было продано легковых и легких коммерческих автомобилей всего 1 601 216 шт. [3].

Ожидания текущего 2016 г. невысокие. Консолидированный прогноз членов АЕБ на 2016 г. – 1,53 млн автомобилей при условии сохранения программ государственной поддержки автомобильного сектора [3]. По последнему прогнозу PwC, восстановление российского авторынka до уровня 2012 г. произойдет лишь к 2022 г. Прогноз социально-экономического развития РФ на 2016 г. и на плановый период 2017 и 2018 гг. выглядит несколько оптимистичнее [7]. Говоря о среднесрочной перспективе развития, Правительство полагает, что в 2018 г. по отношению к 2015 г. ожидается рост производства легковых автомобилей в размере до 19,8 % [7]. Повышательную динамику обоснуют ростом реальных доходов населения, а также эффектом мер государственной поддержки.

Аналитики и эксперты известных компаний АЕБ, Автостат, PwC не исключают дальнейшей понижающей динамики автоиндустрии, но единодушны во мнении, что определяющим моментом развития автомобильной промышленности являются и будут оставаться программы Правительства, направленные на развитие и поддержание автопрома РФ [3; 4]. Понижающая динамика темпов развития автомобилестроительной отрасли вынуждает проанализировать и дать оценку степени концентрации автопрома. На данном этапе основная задача менеджмента компаний-автопроизводителей заключается в том, чтобы, оценив степень концентрации рынка, определить уровень консолидации отрасли и выработать, либо скорректировать действующую корпоративную стратегию в соответствии со стадией отраслевой консолидации.

Наиболее часто для оценки концентрации рынка используются три статистических показателя: коэффициент концентрации (CR), индекс Херфиндаля-Хиршмана (Herfindal-Hirshman Index), показатель среднее квадратического отклонения и коэффициента вариации [6]. Коэффициент рыночной

концентрации представляет собой отношение реализации продукции определенным количеством крупнейших компаний к общему объему реализации по отрасли [6]. Индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННІ) рассчитывается как сумма квадратов долей (удельных весов) единиц совокупности в общем объеме изучаемого признака ННІ. Отношение фактического среднего квадратического отклонения к максимально возможному (Od/Od_{max}) представляет собой преобразованную дисперсию или коэффициент вариации, рассчитанные для долей отдельных единиц совокупности в общем объеме изучаемого признака [6].

В таблице 1 приведены шкалы значений каждого показателя, характеризующие типы рынков по степени концентрации.

Таблица 1

Характеристика типов рынка по степени концентрации [3]

Тип рынка/Показатель	CR	ННІ	Od/Od_{max}
неконцентрированный	ниже 45 %	менее 0,1	менее 0,3
умеренно концентрированный	от 45 % до 70 %	от 0,1 до 0,2	от 0,3 до 0,45
высококонцентрированный	выше 70 %	выше 0,2	выше 0,45

На основании данных продаж легковых и легких коммерческих автомобилей в 2015 г. рассчитана степень концентрации автомобилестроительной отрасли. Результат продаж 2015 г. позволяет определить наиболее сильных игроков автоиндустрии. 13 компаний-автопроизводителей занимают долю рынка более 1,3 %. Явным лидером отрасли выступает концерн Renault-Nissan-АвтоВАЗ с долей рынка более 32 %. На 10 компаний-автопроизводителей приходится 89 % общего объема автомобилей, произведенных и реализованных в 2015 г. Продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в 2015 г. представлены в таблице 2.

Таблица 2

Продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в 2015 г. [2]

№ п/п	Автопроизводитель	Объем продаж, шт	Доля рынка
1	Renault-Nissan-АвтоВАЗ	517 799	32,3 %
2	Hyundai-Kia Automotive Group	324 701	20,3 %
3	Volkswagen Group	164 806	10,3 %
4	Toyota Motor Corp.	118 373	7,4 %
5	General Motors	67 589	4,2 %
6	Соллерс	54 550	3,4 %
7	Группа ГАЗ	51 192	3,2 %
8	Daimler Group	50 414	3,1 %
9	Ford Motor Company	38 607	2,4 %
10	Mitsubishi Motors Corp.	35 909	2,2 %
11	BMW Group	28 836	1,8 %
12	Mazda Motor Corp.	27 358	1,7 %
13	Uz-Daewoo	20 451	1,3 %
14	Прочие	100 631	6,3 %
	ВЕСЬ РЫНОК	1 601 216	100 %

Сводная информация результатов расчета коэффициентов концентрации представлена в таблице 3.

Таблица 3

Результаты расчета коэффициентов концентрации автомобилестроительного рынка в 2015 г. [6]

Количество автопроизводителей/ Показатель концентрации	CR	HHI	Od/Od max
10	89 %	0,2	0,353
4	70 %	0,3	0,321
3	63 %	0,4	0,304

Результаты расчета указывают на высокую степень концентрации рынка и позволяют оценить стадию консолидации автомобилестроительной отрасли в целом как стадию «равновесия и альянсов». С целью расширения географии сбыта заключаются стратегические альянсы с отечественными и зарубежными конкурентами. Компании меняют систему дистрибуции, создают стратегические альянсы с ключевыми поставщиками компонентов и услуг. На этапе «равновесия и альянсов» особое внимание должно уделяться корпоративной культуре, политической и культурной среде. Их влияние особенно сильно сказывается на положении отраслевых лидеров. Отдача на капитал на данном этапе снижается. В целях дальнейшего развития требуется постоянный поиск новых технологий. Если отраслевая технология заменяется абсолютно новой, начинается полномасштабный цикл отраслевой консолидации. Вмешательство государства в отрасль, находящуюся на четвертом этапе развития, может способствовать уменьшению падения коэффициента концентрации отрасли и может отменить «деконсолидацию» и новый цикл.

Для завоевания преимущественной доли в приоритетной отрасли компаниям требуется рациональная продуманная стратегия надотраслевого уровня. Такая стратегия должна эффективно эксплуатировать, развивать и улучшать компанию в зависимости от этапов развития базовой отрасли.

Библиографический список

1. База данных VBG, Исследование А. Т. Kearney [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.atkearney.ru/automotive> (дата обращения : 11.06.2016).
2. База данных АвтоБизнесРевью [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://abreview.ru/stat/aeb/concerns/> (дата обращения : 08.06.2016).
3. Ежегодный отчет АЕВ. Сайт Ассоциации европейского бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://abinfo.ru/articles/aeb_arc.php (дата обращения : 08.07.2016).
4. Ежегодный отчет Автостат. Сайт аналитического агентства АВТОСТАТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.autostat.ru/news/25615/> (дата обращения : 09.06.2016).
5. Крюгер, Ф. К победе через слияние. Как обратить отраслевую консолидацию себе на пользу / Ф. Крюгер, Г. Динз, С. Зайзель [и др.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 252 с.
6. Овчинников, В. Н. Экономическая теория: экзаменационные ответы / В. Н. Овчинников, Н. П. Кетова, О. Е. Германова; под ред. О. С. Белокрыловой. – Ростов н/Д : Феникс, 2002. – 448 с.
7. Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 г.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://docs.pravo.ru/document/view/82707163/> (дата обращения : 09.06.2016).