

Анализ конкуренции и уровня доминирования на автомобильном рынке Азербайджана

Научный руководитель – Суслowa Ирина Павловна

Вильчинская Тая Сергеевна

Студент (бакалавр)

Бакинский филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова,
Экономический факультет, Баку, Азербайджан

E-mail: taya.vilchinskaya@gmail.com

В 2024 году общее количество легковых автомобилей в Азербайджане составило 1,5 млн., что на 500 тыс. больше показателей 2013 года, население страны за этот период увеличилось на 770 тыс. человек[1]. В относительных значениях в 2003 году у каждого 21 человека в Азербайджане был легковой автомобиль, в 2013 – у каждого 9, а 2024 – у каждого 7. В расчете на каждые 100 домохозяйств, количество личных автомобилей в Азербайджане за последние 10 лет в среднем увеличилось в два раза. Несмотря на высокую динамику рынка, исследовательский интерес к автомобильному рынку Азербайджана не наблюдается: количеству публикаций про авторынок Азербайджана за все годы не достигает 10 работ по данным российской научной электронной библиотеки eLibrary.Ru. При этом анализ авторынков (текущая ситуация, перспективы, стратегические вопросы и другие вопросы) является востребованной тематикой, количество работ по данной тематике превышает отметку в 9000 работ по данным научных электронных библиотек Dimensions.ai и eLibrary.Ru.

В связи с чем данное исследование посвящено анализу автомобильного рынка Азербайджана: начиная с 1978 года, когда были запущены первые производственные мощности по выпуску специализированных автомобилей, и до 2024 года. В качестве основных источников данных используется официальный сайт статистики АР, официальный сайт государственной налоговой службы при министерстве экономики АР, официальный сайт кабинета министров АР и официальный сайт президента АР Ильхама Алиева. Целью исследования является выявление ключевых этапов и факторов, повлиявших на становление авторынка в Азербайджане, а также дальнейших перспектив его развития. С 2021 года в качестве инструмента стратегического анализа авторынков активно используется матрица SV[2] [5], которая положена в основу данного исследования для определения ситуации на рынке и уровня доминирования.

Матрица SV - «Strength/Variety» позволяет дать визуальное понимание состояния и динамики конкуренции на рынке, а также увидеть, как развиваются стратегические подходы игроков в зависимости от занимаемой ими группы. Для построения матрицы SV используются три показателя: степень конкуренции на рынке - индекс концентрации, наличие группы доминирующих компаний и ее размер - индекс Линда[3] и степень различия внутри альфа-группы - скорректированный индекс Холла-Тайдмана[4]. Данные показатели дают понимание устройства рынка и его характеристики с точки зрения уровня дифференциации внутри доминирующей группы (HTSV) и совокупной доли рынка доминирующей группы (CRSV).

В результате исследования, было выявлено, что основную часть рынка легковых автомобилей страны в течение почти 30 лет составляли автомобили двух марок: VAZ и Mercedes. В совокупности эти компании занимали чуть больше 50% рынка до 2019 года.

За 2 последующих года рынок легковых автомобилей Азербайджана перешел с квадранта I, где присутствовала доминирующая группа из двух компаний, в которой была одна супер-альфа (VAZ), в квадрант B4, где присутствует уже несколько супер-альф, которые не заинтересованы в появлении новых конкурентов и создают препятствия для входа на рынок.

Изменение структуры рынка в 2021 году привело к появлению на рынке 15 доминирующих компаний, что показывает коэффициент Линда. При переходе рынка в квадрант B4 изменилась и доля, занимаемая доминирующей группой, которая по индексу концентрации до 2020 года составляла около 50%, а через год – чуть больше 90% рынка. Однако уже в 2022 году в доминирующей группе компаний снова произошли изменения и количество компаний в группе сократилось до 11 марок автомобилей (рис. 1), а индекс концентрации уменьшился на 4 процентных пункта.

В рамках проведенного исследования было выявлено, что рынок легковых автомобилей в Азербайджане после 2022 года перешел в квадрант B4. Такой рынок можно охарактеризовать как рынок «естественной олигополии», имеющий доминирующую группу, компании внутри которой сопоставимы по своим возможностям на рынке. Лидеры такого рынка обычно стремятся создавать различные барьеры для входа на рынок, пользуясь предоставленными им институциональными возможностями. Выбор потребителя ограничивается представленными на рынке лидерами, которые имеют различные рыночные преимущества, по сравнению с другими компаниями.

Рынок легковых автомобилей Азербайджана является примером того, как стимулирующая политика, проводимая правительством государства, в данном случае СССР, привела к тому, что долгое время на рынке легковых автомобилей Азербайджана оставалась одна супер-альфа – российский концерн АвтоВАЗ, а у граждан имелся крайне ограниченный выбор. После выхода Азербайджана из СССР граждане страны еще два десятка лет отдавали предпочтение машинам российского производства. С началом производства в Азербайджане автомобилей иностранных производителей и открытием все большего количества дилерских центров немецких и азиатских производителей, доли, занимаемые различными производителями, стали более сопоставимыми.

Применение методов конкурентного анализа позволило определить тип рыночной структуры как естественную олигополию, что указывает на наличие нескольких доминирующих игроков. В работе выявлены основные ограничения рынка и потенциал развития местной автомобильной промышленности. Полученные результаты могут быть использованы для выработки стратегий поддержки автопрома и стимулирования спроса на местные бренды, а также для регулирования конкуренции, поддержки локальных брендов и устойчивого развития отрасли в целом.

[1] The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan. URL: <https://www.stat.gov.az/>

[2] Strength/Variety

[3] Индекс Линда - показатель распределения рыночной власти между крупными организациями

[4] Индекс Холла-Тайдмана - рассчитывается на основе сопоставления рангов фирм рынка

Источники и литература

- 1) Бартош В. А., Лисецкая И. Р. Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010–2021) // Стратегии бизнеса. 2022. Т. 10. № 5. С. 117-123. DOI: 10.17747/2311-7184-2022-5-117-123 [Bartosh V. A., Lisetskaya I. R. Identification And Analysis Of Dominant Groups In The South African Automotive Market (2010-2021).

- Business Strategies. 2022. Vol. 10. № 5. Pp. 117-123. (In Russ.)] DOI: 10.17747/2311-7184-2022-5-117-123.
- 2) Вертоградов В. А., Щелокова С. В., Иванчина А. А. Автомобильный рынок РФ: стратегии компаний и действия регуляторов (2009–2021) // Стратегии бизнеса. 2022. Т. 10. № 2. С. 33-41. DOI: 10.17747/2311-7184-2022-2-33-41 [Vertogradov V.A., Shchelokova S.V., Ivanchina A.A. Russian Automotive Market: Business Strategies And Regulators' Actions (2009-2021). Business Strategies. 2022. Vol. 10. № 2. С. 33-41. (In Russ.)] DOI: 10.17747/2311-7184-2022-2-33-41.
 - 3) Говорова А. В. История и парадоксы авторынка Китая: восточные стратегии и азиатский регулятор // Проблемы прогнозирования. 2023. Т. 34. № 1. С. 150–158. DOI: 10.1134/S1075700723010069 [Govorova A.V. History and Paradoxes of the Chinese Car Market: Eastern Strategies and the Asian Regulator. Studies on Russian Economic Development. 2023. Vol. 34. No. 1. Pp. 150-158. (In Russ.)] DOI: 10.1134/S1075700723010069.
 - 4) Иванчина А. А. Анализ роста продаж китайских автомобильных брендов в России за период 2019–2020 гг. // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2021. Т. 13. № 4. С. 64-80. DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-4-64-80 [Ivanchina A.A. Analysis of Sales Growth of Chinese Car Brands in Russia in 2019-2020. Scientific Research of Faculty of Economics. Electronic Journal. 2021. Vol. 13. № 4. Pp. 64-80. (In Russ.)] DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-4-64-80
 - 5) Спектор С. В. Конкуренция на автомобильном рынке Бразилии в 2011–2021 гг. // Латинская Америка. 2022. № 7. С. 21-34. DOI: 10.31857/S0044748X0019795-3 [Spektor S., Vertogradov V. Competition in the Brazilian automotive market in 2011–2021. Latin America. 2022. № 7 Pp. 21-34. (In Russ.)] DOI: 10.31857/S0044748X0019795-3.
 - 6) Спектор С. В., Вертоградов В. В. Конкуренция на рынке премиальных автомобилей Бразилии в 2007–2021 гг. // Латинская Америка. 2023. № 4. С. 39-52. DOI: 10.31857/S0044748X0023732-4. [Spektor S., Vertogradov V. Competition in the Brazilian premium car market in 2007–2021. Latin America. 2023. № 4 Pp. 39-52. (In Russ.)] DOI: 10.31857/S0044748X0023732-4.
 - 7) Щелокова С. В., Вертоградов В. А. Почему турецкая автомобильная промышленность «не боится» глобальных кризисов? // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2024. № 5. С. 200-216. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-5-10. [Shchelokova S.V., Vertogradov V.A. Why is Turkish automotive industry “not afraid” of global crises. Moscow University Economics Bulletin. 2024. № 5. Pp. 200-216. (In Russ.)] DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-5-10
 - 8) Щелокова С. В., Вертоградов В. А. Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа с учетом уровня доминирования // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2021. № 6. С. 137-162. DOI: 10.38050/0130010520216.7 [Shchelokova S.V., Vertogradov V.A. Matrica SV: instrument strategicheskogo konkurentnogo analiza s hyotom urovnya dominirovaniya. Moscow University Economics Bulletin. 2021. No. 6. Pp. 137-162. (In Russ.)] DOI: 10.38050/0130010520216.7.
 - 9) Alikhanli Y. Some Scenarios on the impacts of the COVID-19 pandemic to automobile import demand function in Azerbaijan. Journal of Physics Conference Series, 2020, vol. 1564, no. 1. DOI: 10.1088/1742-6596/1564/1/012026
 - 10) Huseynov O. Comparative Study of the Automotive Industry in Azerbaijan. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3485607>

- 11) Kudryavtseva O. V., Abramova P. S., Markov N. I. Analysis of competition and dominance level on the passenger car market of Republic of Korea. The world of new economy, 2023, vol. 17, no. 1, pp. 12-30. DOI: 10.26794/2220-6469-2023-17-1-12-30
- 12) Mirzaev A. M. Current Problems of Car Service Development in Azerbaijan in Modern Conditions. Scientific Review Theory and Practice, 2020, vol. 10, no. 12, pp. 3329-3339. DOI: 10.35679/2226-0226-2020-10-12-3329-3339
- 13) Vertogradov V.A., Shchelokova S.V. Premium Car Brands Strategies and Regulator's Actions in Russia (2009–2021). The world of new economy, 2022, vol. 16, no. 2, pp. 64-75. DOI: 10.26794/2220-6469-2022-16-2-64-75
- 14) Официальный сайт государственной налоговой службы при министерстве экономики Азербайджанской республики. URL: <https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi>

Иллюстрации

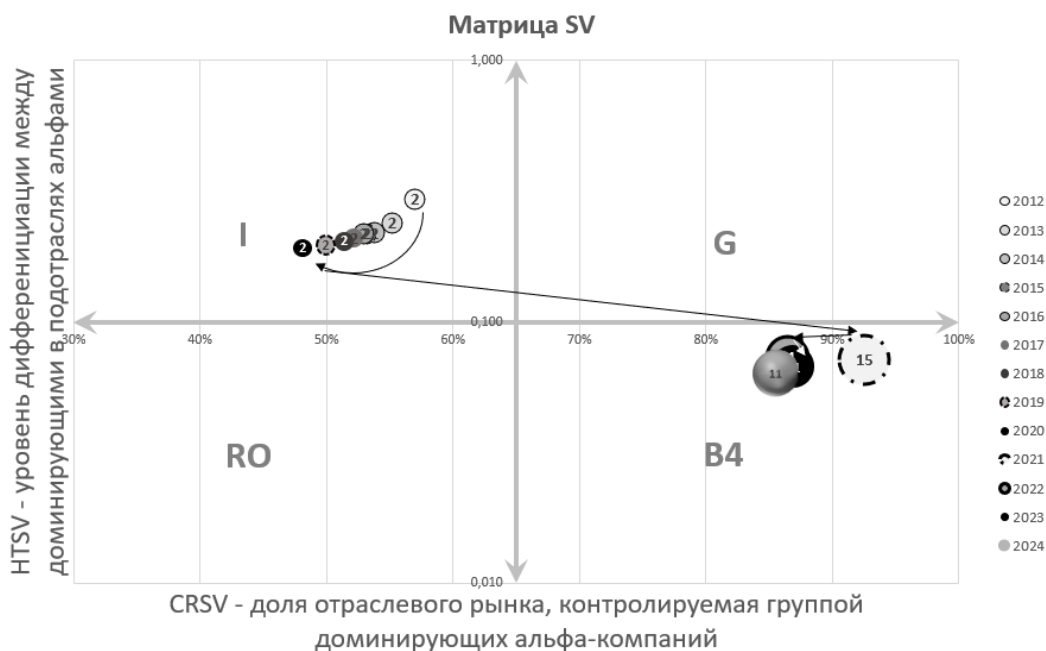


Рис. : Матрица SV для анализа уровня доминирования на автомобильном рынке Азербайджана