

## ОСОБЛИВОСТІ МОНОПОЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ

**Н. В. Безрукова, кандидат економічних наук; Т. С. Комар**

Однією з основних ознак сучасного розвитку світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які суттєво впливають на систему міжнародних економічних відносин, трансформують напрями і визначають тенденції розвитку національних економік. Наслідком процесу глобалізації економіки стала монополізація світового виробництва та капіталу. Ця провідна тенденція сучасного світового господарського розвитку є похідною зростаючої інтернаціоналізації усіх сфер соціально-економічного життя. Основним проявом монополізації світового виробництва та концентрації капіталу є глобальний контроль з боку основних найкрупніших ТНК, які володіють економічною владою у світовому масштабі та концентрують у своїх руках лівову частку виробничих мереж та каналів виробничої, інвестиційної, фінансової й інноваційної складової світової економіки. Згідно з Доповіддю про світові інвестиції, що підготувала Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД), у світі налічується більше 80 тис. транснаціональних корпорацій і 780 тис. зарубіжних філій [9]. Незважаючи на зростання кількості ТНК в 11 разів (у порівнянні з 1970 р., у якому налічувалося лише 7 тис. ТНК), лідируючі позиції практично у кожній галузі займають кілька компаній, які мають монопольну владу на даному ринку. На рівні галузі монополізація виробництва найчастіше притаманна глобальним галузям, що визначається тим, наскільки конкурентоспроможність компанії всередині галузі в даній країні взаємопов'язана з її конкурентоспроможністю в іншій країні. Серед найбільш монополізованих сегментів світового ринку можна виділити ринки комп'ютерних технологій та програмного забезпечення, літакобудування, автомобілебудування. На-

приклад, глобальний ринок цивільного літакобудування, контролюють лише 2 компанії – «Boeing» і «Airbus Industry», а американська компанія «Microsoft» контролює 90 % глобального ринку операційних систем для персональних комп'ютерів. На світовому ринку автомобілебудування панівні позиції займають 10 автомобільних концернів, які контролюють близько 70 % даного ринку [1, 2, 10]. Актуальним питанням на сьогодні є саме дослідження тенденцій монополізації світового автомобільного ринку, оскільки він характеризується тенденцією до зростання.

Дослідженням теоретичних основ процесів глобалізації та монополізації, особливостей діяльності ТНК у глобальній економіці, факторів забезпечення конкурентоспроможності міжнародних монополій у глобальному середовищі займалися зарубіжні та вітчизняні вчені Г. Банністер, М. Бобіна, Д. Даннінг, Д. Лук'яненко, Т. Орехова, М. Портер, В. Рокоча, Я. Столярчук, П. Федосова, Г. Філюк, А. Філіпенко та ін. Але наукові доробки з приводу даного питання не є вичерпними, і, враховуючи швидкі зміни у світовому автомобільному секторі економіки, виникає потреба у поглибленому дослідженні саме сучасних особливостей монополізації даного ринку.

Метою даної статті є аналіз сучасних особливостей монополізації світового автомобільного ринку та визначення перспектив розвитку галузі автомобілебудування в умовах глобалізації економіки. Для досягнення даної мети необхідно виконати такі завдання: окреслити сучасний стан світової галузі автомобілебудування; проаналізувати особливості діяльності провідних ТНК в автомобілебудівній промисловості; визначити перспективи розвитку автомобільного ринку під впливом глобалізації.

Автомобільна промисловість характеризується посиленням конкуренції у глобальному вимірі. Конкуренцію в галузі можна визначити як олігополістичну, що створює високі бар'єри входження в галузь нових фірм, а також закріплює за провідними ТНК можливість розширювати свою присутність на основних

регіональних ринках. За даними Міжнародної організації підприємств автомобільної промисловості (OICA), у 2010 р. серед 47 фірм-виробників 10 з них реалізували 51,8 млн од. продукції галузі (табл. 1), що становить майже 67 % [10].

Таблиця 1

### Топ-10 фірм-виробників автомобільної галузі за рівнем продажів у 2010 р.

Номер у рейтингу	Назва компанії	Показник продажів, млн од.	Доля на ринку, %
1	Toyota Motor Corporation	8,6	11,0
2	General Motors Company	8,5	10,9
3	Volkswagen AG	7,3	9,4
4	Hyundai Motor Company	5,8	7,4
5	Ford Motor Company	5,0	6,4
6	Nissan Motor Company Ltd	4,0	5,1
7	Honda Motor Company, Ltd	3,6	4,7
8	PSA Peugeot Citroën	3,6	4,6
9	Suzuki Motor Corporation	2,9	3,7
10	Renault S.A.	2,7	3,5
Усього глобальних продажів за рік		77,7	100,0

Усього за 2010 р. було вироблено майже 78 млрд од. продукції автомобілебудування, що перевищує показник 2009 р. на 26 % – найбільше зростання обсягів виробництва за останні 15 років. Незважаючи на економічний спад у США і в усьому світі, який почався в

кінці 2007 р., результатом якого стало зниження світового обсягу виробництва автомобілів у 2008–2009 рр., обсяги виробництва продукції галузі за 5 останніх років зросли на 11 % (рис. 1) [8].

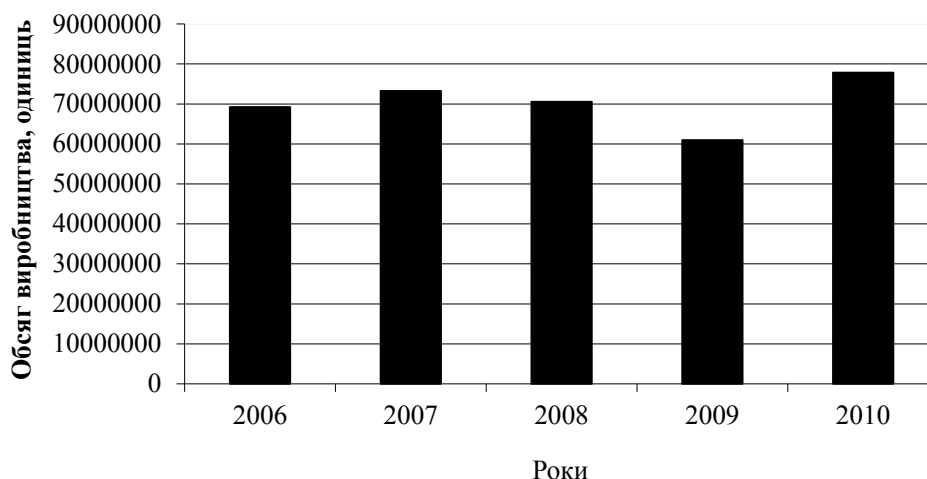


Рис. 1. Динаміка світового виробництва товарів автомобільної промисловості за 2006–2010 рр., од.

Світова економіка лише починає відновлюватися після глобальної фінансової кризи, тоді як автомобільна промисловість відновила свою стійку позицію та режимне зростан-

ня. Тепер акцент робиться на стратегії процвітання, а не на стратегії виживання. Злиття та поглинання (M&A) є одним із ключів до успіху. Відомо, що процеси M&A несуть за

собою не тільки вигоду отримання вже набутого досвіду, скорочення витрат на маркетингові дослідження, залучення нових клієнтів, а насамперед дають змогу великим автомобільним компаніям нарощувати свою монопольну владу на різних регіональних ринках. За даними відомої консалтингової компанії

«PricewaterhouseCoopers», хоча кількість угод М&А залишилася практично незмінною в світовій автомобільній галузі, проте їхня вартість знизилася до найнижчого рівня за 5 останніх років. У 2010 р. було здійснено 521 угоду на загальну суму 29,4 млрд дол. США (рис. 2) [4].

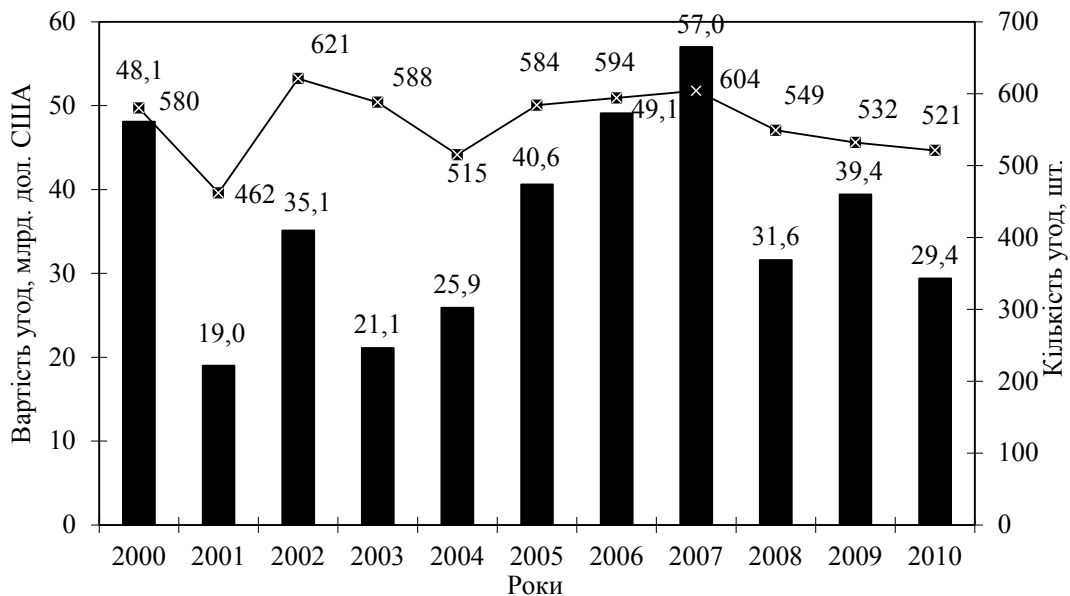


Рис. 2. Динаміка вартості та кількості угод злиття та поглинання в автомобільній галузі за 2000–2010 рр.

Із регіонального погляду, на частку Азії припадала найбільша вартість угод в 2010 р. У регіоні вартість зросла протягом 2010 р. до 11 млрд дол. США у порівнянні з 2 млрд дол. США в 2009 р. У процентному відношенні, за даними щорічного звіту компанії «PricewaterhouseCoopers» «Driving Value Automotive M&A Insights» за 2010 р., вартість угод за регіонами має такий вигляд: США – 26 %, Європа – 36, Азія – 38, решта світу – 1 %. Значно зменшилася частка США, яка у 2009 р. становила 68 %, тоді як на європейський регіон припадало 29 %, а на азійський – лише 2 % [4].

Однією з найбільших угод злиття та поглинання у 2010 році стала покупка майже 20 % акцій японської компанії «Suzuki Motor Corporation» німецьким автомобільним концерном «Volkswagen AG». Тепер третій у світовому рейтингу німецький виробник автомобілів значно розширив свою експансію, маючи

частку в активах дев'ятої в рейтингу автовиробників фірми. Наступним значним кроком для «Volkswagen AG» стало 100 % покупка акцій автомобільної торгової компанії «Porsche Holding GmbH», вартість угоди становила більше 4500 млн дол. США. А от для шведських автовиробників «Volvo Car Corporation» та «Saab Automobile AB» 2010 р. став роком 100 % поглинання цих компаній відповідно китайською компанією «Zhejiang Geely Holding Group» та нідерландським автовиробником «Spyker Cars N.V.». Вартість даних угод становила 1500 та 962,9 млн дол. США відповідно. Активною політикою нарощування економічної влади керується також і німецька корпорація «Daimler AG», яка є 12-ю у списку найбільших автовиробників світу і другою за виробництвом вантажівок. У 2010 р., ця компанія уклала 2 угоди, загальна вартість яких становила 1677,03 млн дол. США. Результатом проведених операцій для німецького авто-

виробника стала покупка по 3,2 % акцій французької та японської компаній «Renault S.A.» і «Nissan Motor Company Ltd.» [4].

Нарощення економічної влади провідними автомобільними ТНК у світовій галузі автомобілебудування дещо відрізняється за регіональними особливостями. Наприклад, на ринку США більше 82 % ринку займають 7 автовиробників. Лідируючі позиції посідає трійка вітчизняних автомобільних гігантів, частка яких є трохи менше 50 % ринку. За даними «Wall Street Journal» це автомобільні концерни «General Motors Company», частка ринку якого становить 19,7 %, «Ford Motor Company» – 16,6 і «Chrysler LLC» – 12,1. Загрозою для американських виробників є зростання попиту на японські автомобілі таких компаній, як «Toyota Motor Sales USA Inc.» (11,5 % ринку), «American Honda Motor Company Inc.» (8,5 %), «Nissan North America Inc.» (8,8 %), а також корейської фірми «Hyundai Motor America» (4,9 %) [3].

А ось ситуація у європейському регіоні значно відрізняється від ситуації в США. За даними Європейської асоціації автовиробників, у 2009 р. найбільшу ринкову частку контролював німецький концерн «Volkswagen Group» – 21,1 %. Більше 80 % на даному ринку посідають 8 автовиробників. Серед них французькі компанії «PSA Peugeot Citroën» (12,9 %) та «Renault S. A.» (9,2 %), американські компанії «Ford Motor Company» (10,3 %) та «General Motors Company» (8,9 %), а також фірми «Fiat S.P.A.» (8,7 %), «Toyota Motor Corporation» (5,0 %), «Bayerische Motoren Werke AG» (4,9 %) [5].

Забезпечення економічної влади та нарощування економічної експансії провідними автомобільними концернами насамперед здійснюється за рахунок концентрації у їхніх руках основних каналів збуту та висококваліфікованої робочої сили. Наприклад, 2007 р., за даними ОІСА, більше 8 млн чол. були безпосередньо зайняті у виробництві автомобілів – це більше 5 % зайнятих у світовому виробництві. До того ж, кількість робітників, які зайняті у суміжних галузях, приблизно становить 50 млн чол. Що стосується каналів збуту, провідні автомобільні ТНК забезпечують собі

лідируючі позиції за допомогою розгалужених дилерських мереж власного походження та партнерських зв'язків. Наприклад, тільки на ринку США автомобілі марки «Chevrolet» продаються через 4000 дилерських мереж, а автомобілі марки «Toyota» мають 1200 продавців.

Значні конкурентні переваги провідні автомобільні гіганти отримують завдяки інвестиціям у НДДКР. У 2010 р. провідні автомобільні ТНК увійшли до 20 найбільших компаній за обсягами витрат на НДДКР, а загальні витрати галузі становили 15 % світових витрат на НДДКР. Лідером за цим показником є японський автовиробник «Toyota Motor Corporation», який займає 6 місце у рейтингу з бюджетом на НДДКР у 8546 млн дол. США. Для порівняння інші автомобільні концерни мають такі показники: «General Motors Company» – 9 місце (6962 млн), «Volkswagen AG» – 14 місце (6089 млн), «Honda Motor Company, Ltd.» – 17 місце (5704 млн) [7]. Саме завдяки концентрації інноваційної складової та введення інновацій в дію, найбільші автомобільні компанії фактично монополізували даний сектор економіки.

Процес глобалізації, який є рушійною силою монополізації ринку автомобілебудування, обумовлює визначення основних його перспектив. За оцінками глобальної маркетингової компанії, що надає інформаційні послуги, «J.D. Power and Associates», ринки, що розвиваються, включаючи Китай, Індію, Бразилію і Росію (БРИК) становитимуть 53 % від загальної чисельності світових продажів автомобілів у 2011 р. [6]. Також передбачається зростання обсягу продажів на ринках США та Східної Європи. Наявність ринків і зростання попиту на продукцію автомобілебудування передбачає ще більший відрив топ-10 найкрупніших автомобільних ТНК від решти конкурентів.

Неймовірні темпи виробництва та продажів продукції автомобілебудування концентруються в Китаї. Лише за останній рік у КНР було зосереджено 14 млн од. продажів і більше 18 млн од. виробництва галузі. Тобто Китай уже є світовим лідером автомобільної галузі. Багато дослідників очікують, що виробництво



автомобілів у Китаї зросте до 20–25 млн од. у середньостроковій перспективі. Тому провідні ТНК концентрують свої ресурси та виробничі потужності саме там.

На основі результатів детального аналізу характеру й особливостей монополізації світового ринку автомобілебудування було сформульовано висновки.

На глобальному рівні розвитку світового господарства міжнародна монополізація капіталу досягнула дуже високого рівня, проявляючись перш за все у пануванні кількох провідних ТНК у кожній глобальній галузі світової економіки. Ця провідна тенденція набула свого прояву і на світовому ринку автомобілебудування, де на сьогодні десять найбільших автомобільних концернів контролюють приблизно 70 % ринку. Сучасний стан автомобільної галузі характеризується тенденцією до зростання, що зумовлює подальше нарощування економічної влади провідними автомобільними ТНК за рахунок переходу до політики глобальної експансії.

Відновлення автомобільної галузі після світової фінансової кризи загострює конкурентну боротьбу між провідними компаніями, які поступово повертаються до стратегії злиття та поглинання. Дана політика – один з ключів до завоювання значної частини конкретного регіонального ринку. Незважаючи на зниження загальної вартості угод злиття та поглинання у 2010 р., їх кількість залишилася практично незмінною. Найбільш агресивно дана стратегія проявилася в азійському регіоні, що свідчить про перерозподіл світових пріоритетів на користь країн Азії, оскільки лише рік тому світовим центром тяжіння угод злиття та поглинання були США.

Незважаючи на глобальний характер галузі автомобілебудування, монополізація виробництва та продажів провідними ТНК має певні регіональні особливості. На ринку США провідні позиції посідає трійка національних автомобільних гіганти, хоча все більшого впливу набувають японські виробники, тоді як у західноєвропейському регіоні споживачі надають перевагу німецьким і французьким компаніям, стабільною часткою ринку в Європі також володіють дві американські фір-

ми «General Motors Company» та «Ford Motor Company».

Монопольна влада кількох автомобільних ТНК насамперед пояснюється концентрацією в їхніх руках штату кваліфікованих працівників і каналів збуту продукції. Саме завдяки розгалуженим дилерським мережам забезпечується зростання продажів по всьому світу. Як правило, лідери в галузі автомобілебудування реалізують свою продукцію через власні дилерські мережі, хоча значні обсяги продажів здійснюються на основі партнерських зв'язків і дилерських угод. Серед факторів, які сприяють процесу монополізації ринку автомобілебудування, варто також виокремити формування значних інноваційних бюджетів провідних автомобільних гігантів. Це забезпечує їм нарощування своїх конкурентних переваг за рахунок упровадження інновацій у виробництво. Чотири провідні автомобільні концерни за обсягом бюджетів на НДДКР входять до 20 найбільших за рейтингом компаній за даним показником.

Перспективи розвитку світового ринку автомобілебудування такі: збільшення продажів продукції, особливо у країнах БРІК, які, за оцінками, становитимуть більше половини світового попиту галузі. Новим центром концентрації продажів і виробництва продукції ринку автомобілебудування став Китай, економічний вплив якого у даному секторі ринку буде збільшуватися у середньостроковій перспективі.

Подальше зростання автомобільного ринку формує передумови для ще більшої його монополізації та поглиблення процесів концентрації основних ресурсів у рамках провідних автомобільних ТНК.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Столярчук Я. М. Новітні тенденції міжнародної монополізації капіталу / Я. М. Столярчук // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 8–9. – С. 104–127.
2. Филюк Г. Соціально-економічні наслідки монополії: теоретичний і практичний аспекти / Г. Филюк // Економіка України. – 2008. – С. 30–42.

3. Auto Sales [Electronic resource] : market data center // The Wall Street Journal. – 2011. – November. – Mode of access : [http://online.wsj.com/mdc/public/page/2\\_3022-autosales.html](http://online.wsj.com/mdc/public/page/2_3022-autosales.html). – Titla from display.
4. Driving Value Automotive M&A Insights 2010 [Electronic resource] // Pricewaterhouse Coopers. – Mode of access : <http://www.pwc.com/auto>. – Titla from display.
5. European Automobile Industry Report [Electronic resource] / European Automobile Manufacturers Association. – Mode of access : <http://www.acea.be>. – Titla from display.
6. Global Automotive Outlook for 2011 Appears Positive as Mature Auto Markets Recover, Emerging Markets Continue to Expand [Electronic resource] : press release // J. D. Power and Associates. – 15 February 2011. – Mode of access : <http://businesscenter.jdpower.com/news/pressrelease.aspx?ID=2011018>. – Titla from display.
7. Jaruzelski B. The 2011 Global Innovation 1000: Why Culture is Key / B. Jaruzelski, J. Loerr, R. Holman. – Booz & Company Inc., 2011. – 48 p.
8. Production Statistics [Electronic resource] // OICA. – Retrieved 9 September 2011. – Mode of access : <http://oica.net/category/production-statistics>. – Titla from display.
9. World Investment Report 2011. Non-Equity Modes of International Production and Development. – New York ; Geneva : United Nations, 2011. – 226 p.
10. World Motor Vehicle Production [Electronic resource] : World ranking of manufacturers // OICA correspondents survey. – Mode of access : <http://oica.net>. – Назва з екрана.

УДК 330.14:796.332

## ОЦІНКА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА ТРАНСФЕРНОМУ РИНКУ ФУТБОЛЬНИХ ГРАВЦІВ

**О. В. Горячов, кандидат економічних наук;  
В. С. Чижевський**

Останнім часом багато дослідників з метою реалізації та підтвердження різних економічних концепцій звертаються до сфери професійних командних видів спорту. Такий вид дослідження базується на оригінальній перевірці (тестуванні) наукових теорій, одночасно пропонуючи складні контекстуальні рамки.

Трансферний ринок і трансферний список – розповсюджені терміни професійного сленгу, що застосовуються по відношенню до віртуальних ринків, на яких футболісти є доступними для передачі в клуби. Трансферний ринок – універсальний термін, який використовують для позначення процесу переміщення між футбольними клубами гравців, що можуть бути включені в трансферний список, а також грошових сум, що їх супроводжують.

Футбольні ліги розглядаються як саморегульовані монополії, що одночасно діють на більш ніж двох галузевих ринках (multiplant

monopolies), та яким у добровільному порядку делеговано право контролю за дотриманням правил і регламентів спільно розробленими формально незалежними учасниками – професійними спортивними клубами. Суттєвий інтерес наразі становить аналіз і оцінка активів спеціалізованого та диференційованого ринку – трансферного ринку футболістів, що є найбільш розвиненим і масштабним, має яскраво виражений транснаціональний характер, операції на якому слабо обмежені національним і міжнародним законодавством.

Ідеї використання досліджень професійних і непрофесійних спортивних ліг як лабораторії для соціальних наук докладно розвинуто в працях Н. Аднетта [1], П. Антоніоні [2], С. Добсона, Б. Джеррарда, П. Даунворда та інших зарубіжних учених. Необхідний математичний апарат для аналізу спортивних (змагальних) процесів, способи постановки завдань і ме-