оценка конкуренции в отраслях с глубоким проникновением ***тнк***

оценка уровня адаптации транснациональных компаний к конкурентной среде России

Аннотация

В статье на примере пищевой промышленности России рассматривается влияние глобализации на формирование и развитие конкуренции. Выделяются подотрасли пищевой промышленности с наиболее глубоким проникновением международных компаний. Для этих подотраслей на основании традиционных числовых методов определяются типы конкуренции. Делаются выводы о специфике оценки конкуренции в отраслях с доминирующим положением транснациональных компаний.

Ключевые слова: конкуренция, оценка, количественные показатели, международные компании, транснациональные компании

Еремин Антон Витальевич
аспирант кафедры мировой экономики и таможенного менеджмента, Саратовский государственный социально-экономический университет
Eremin_Anton@mail.ru

Степень проникновения транснациональных компаний в отраслях российской экономики крайне неравномерна. В интересах нашего исследования было бы определить те отрасли, где проникновение ТНК достаточно глубокое, так как в этом случае определение влияния их деятельности на уровень конкуренции в отрасли представляется наиболее точным.

Чтобы выделить такие отрасли, мы провели анализ крупнейших международных компаний, работающих на российском рынке, на основании ежегодного рейтинга «Эксперт-400». Этот рейтинг основан на официальных данных о торговом обороте компаний и представляет собой наглядный и простой инструментарий для анализа степени проникнове-

ния международных компаний в различных отраслях (*см. табл. 1 ниже*).

Международные компании, работающие на российском рынке

Как мы можем видеть из полученных в результате анализа данных, большая часть международных компаний, работающих на российском рынке, представлена в пищевой промышленности. Табачную промышленность также можно отнести к пищевой промышленности из-за сходства в производственном процессе, который заключается в переработке различных продуктов сельского хозяйства в готовый к употреблению продукт.

Внутри пищевой промышленности мы предлагаем выделить подотрасли, то есть группы предприятий и компаний внутри данной отрасли, объединенных производством конкретного типа продукции. Также

Таблица 1

Крупнейшие международные компании, работающие в России. Разбивка по отраслям экономики [3]

ОТРАСЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Количество представленных компаний
Нефтяная и нефтегазовая промышленность	1
Машиностроение	5
Розничная торговля	9
Пищевая промышленность	17
Табачная промышленность	4
Парфюмерно-косметическая промышленность	6
Банковская деятельность	4
Оптовая торговля	2
Общественное питание	1
Легкая промышленность	1
Химическая и нефтехимическая промышленность	1
Промышленность строительных материалов	1
Целлюлозно-бумажная промышленность	1
ВСЕГО	**53**

...большая часть международных компаний, работающих на российском рынке, представлена в пищевой промышленности

...в традиционных трактовках числовых показателей конкуренции не учитывается специфика глобализационных процессов, проявляющихся в деятельности международных компаний

при определении подотраслей пищевой промышленности для дальнейшего исследования мы руководствовались тем, насколько активно представлены международные компании в этих подотраслях.

В результате нами были выделены следующие подотрасли пищевой промышленности:

– пивная промышленность;
– табачная промышленность;
– кондитерская промышленность;
– производство соков;
– производство газированных напитков.

В *таблице 2* (*см. ниже*) представлена суммарная доля международных компаний в обозначенных подотраслях пищевой промышленности.

Для оценки влияния глобализации (через деятельность транснациональных компаний) на уровень конкуренции в пищевой промышленности, мы использовали информационную модель, состоящую из ряда индексов и коэффициентов, позволяющих анализировать конкурентную ситуацию в различных экономических системах.

Предлагаемая нами информационная модель включает следующие показатели:

1) четырехдольный коэффициент концентрации;
2) индекс Херфиндаля-Хиршмана [2];
3) коэффициент вариации рыночных долей;
4) индекс максимальной доли;
5) индекс обратных величин долей [1].

Таблица 2

Доля международных компаний в подотраслях пищевой промышленности

ОТРАСЛЬ	Доля рынка международных компаний, %
Пивная промышленность	86,9
Кондитерская промышленность (общая)	13,3
Кондитерская промышленность (шоколадные изделия)	40
Табачная промышленность	81,4
Промышленность безалкогольных напитков (соки)	85,8
Промышленность безалкогольных напитков (прохладительные напитки)	46,4

в отрасли
ение м ТНК

Таблица 3

Сводная таблица количественных показателей состояния конкуренции в подотраслях пищевой промышленности

ПОДОТРАСЛЬ	Количественные показатели состояния конкуренции*						
	1	2	3	4	5	6	7
Пивная промышленность	86,9	80,6	0,24	0,16	0,39	0,60	0,24
Кондитерская промышленность (общая)	13,3	22,0	0,01	0,21	0,25	0,14	0,84
Кондитерская промышленность (шоколадные изделия)	40	48,0	0,07	0,15	0,48	0,28	0,54
Табачная промышленность	81,4	82,0	0,22	0,31	0,50	0,31	0,26
Промышленность безалкогольных напитков (соки)	85,8	85,8	0,22	0,03	0,17	0,81	0,23
Промышленность безалкогольных напитков (прохладительные напитки)	46,4	51,4	0,11	0,28	0,63	0,16	0,55

* В графах таблицы приводятся следующие данные:
1– Доля международных компаний в совокупном продукте отрасли
2 – Четырехдольный коэффициент концентрации
3 – Индекс Херфиндаля – Хиршмана
4 – Коэффициент вариации рыночных долей
5 – Индекс максимальной доли
6 – Индекс обратных величин долей
7 – Индекс обратных величин долей (с включением «виртуальных» фирм)

В результате анализа данных о долях рынка компаний в подотраслях пищевой промышленности, представленных в открытых источниках, мы рассчитали соответствующие показатели, характеризующие уровень конкуренции (*см. табл. 3 выше*).

Конкуренция в подотраслях пищевой промышленности

Для определения уровня конкуренции необходима интерпретация полученных числовых показателей. Такая интерпретация позволяет характеризовать ту или иную подотрасль пищевой промышленности с точки зрения различных типов конкуренции – монополии, олигополии или монополистической конкуренции (*см. табл. 4 на с. 16*).

Таким образом, мы видим, что в подотраслях пищевой промышленности можно выделить две группы, различных по количественным характеристикам оценки уровня конкуренции. В первую группу можно отнести табачную, пивную промышленность, производство соков и безалкогольных

...конкуренция на национальном уровне в условиях глобализации является проекцией конкуренции на глобальном уровне

Таблица 4

Сводная таблица количественных показателей состояния конкуренции в подотраслях пищевой промышленности

ПОДОТРАСЛЬ	Тип конкуренции в соответствие с каждым показателем*					
	2	3	4	5	6	7
Пивная промышленность	М	О	К	К	К	М
Кондитерская промышленность (общая)	К	К	К	К	М	К
Кондитерская промышленность (шоколадные изделия)	О	К	К	К	О	К
Табачная промышленность	М	О	К	К	О	О
Промышленность безалкогольных напитков (соки)	М	О	К	К	К	М
Промышленность безалкогольных напитков (прохладительные напитки)	О	К	К	О	М	К

* *Условные обозначения:* М – монополия; О – олигополия; К – монополистическая конкуренция.

напитков. Эти подотрасли по своим характеристикам наиболее близки к олигополистическому типу конкуренции. Вторая группа включает в себя кондитерскую промышленность. Эти подотрасли по своим характеристикам наиболее близки к монополистической конкуренции.

Однако на основании информации о компаниях, конкурирующих в подотраслях пищевой промышленности, истории их развития, а также стратегии и приоритетах развития, имеющейся в свободном доступе, а также на основании информации о ситуации в соответствующих сегментах рынка, мы пришли к выводу, что реальная характеристика конкуренции в подотрасли может не совпадать с результатами, полученными из расчета количественных показателей, приведенных выше.

...единственным способом изменить сложившуюся конкурентную ситуацию на глобальном уровне являются слияния и поглощения уже существующих или вновь возникающих компаний

Реальная конкурентная ситуация во всех рассмотренных нами подотраслях пищевой промышленности может быть охарактеризована как интенсивная монополистическая конкуренция.

Конкуренция на глобальном уровне

Противоречие между уровнем конкуренции, определяемом с помощью традиционных числовых показателей, и реальным уровнем конкуренции, который проявляется в количестве представленных на рынке видов продукции и товарных марок, интенсивности рекламы и других марке-

тинговых активностей, интенсивности активностей, связанных со слияниями и поглощениями, на наш взгляд, вызвано тем, что в традиционных трактовках числовых показателей конкуренции не учитывается специфика глобализационных процессов, проявляющихся в деятельности международных компаний.

Эта специфика заключается в том, что в отраслях с преобладающими позициями международных компаний конкуренция на национальном уровне в условиях глобализации является проекцией конкуренции на глобальном уровне. Соперничество ТНК на глобальном уровне, на наш взгляд, следует рассматривать как монополистическую конкуренцию, так как отсутствует основные признаки олигополистической конкуренции – возможность влиять на цену продажи и высокая вероятность сговора между субъектами конкуренции.

Таким образом, единственным способом изменить сложившуюся конкурентную ситуацию на глобальном уровне являются слияния и поглощения уже существующих или вновь возникающих компаний.

Однако проведенный нам анализ потенциаль-

...традиционная методика оценки конкуренции в различных отраслях промышленности через количественные показатели не подходит для оценки конкурентной ситуации в отраслях с глубоким проникновением ТНК

Таблица 5

Капитализация крупнейших ТНК, представленных в подотраслях пищевой промышленности России

КОМПАНИЯ	Капитализация, млрд. долларов США
Philip Morris International	118,5
British American Tobacco	84,2
Japan Tobacco International	32
Imperial Tobacco	20,8
Carlsberg Group	89,5
Anheuser-Busch InBev	91,1
Heineken	23,1
SABMiller	35,7
Efes Breweries	0,21
PepsiCo	107
The Coca-Cola Company	156

ных слияний и поглощений на глобальном уровне для международных компаний, представленных в подотраслях пищевой промышленности России, свидетельствует о том, что возможность кардинального изменения конкурентной ситуации в каждой из этих отраслей отсутствует из-за сопоставимости рыночной стоимости крупнейших компаний и, следовательно, невозможности таковых действий в обозримой перспективе.

Заключение

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что традиционная методика оценки конкуренции в различных отраслях промышленности через количественные показатели не подходит для оценки конкурентной ситуации в отраслях с глубоким проникновением ТНК.

В таких отраслях определяющим для конкуренции является проекция ситуации на глобальном рынке на уровень национальной экономики и конкретной отрасли.

Для отраслей с доминирующими позициями ТНК анализ стратегий представленных компаний, истории слияний и поглощений в отрасли на глобальном уровне, а также анализ маркетинговых активностей и развития ассортимента продукции являются необходимыми дополнениями для определения уровня конкуренции в отрасли.

Литература

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М: Центр экономики и менеджмента, 1996.
2. Цены и ценообразование / под ред. д.э.н. В.Е. Осипова. – М., 1999.
3. Интернет-сайт РА «Эксперт». Рейтинг Эксперт-400, 2010. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.raexpert.ru/ratings/expert400/2010/.
4. Интернет-сайт Всемирного Банка. Таблица “Service, etc., value added (% of GDP) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://search.worldbank.org/all?qterm=service%20sector
5. Интернет-сайт Всемирной Торговой Организации (ВТО). Доклад “World Trade Developments” [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_world_trade_dev_e.pdf.

6. Корпоративный интернет ресурс компании "Балтика". Отчет по результатам деятельности за 1 квартал 2009 года. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://corporate.baltika.ru/mediakit
7. Журнал «Russia food and drinks market magazine», [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.foodmarket.spb.ru/archive.php?year=2009&number=106&article=1273
8. «Российский рынок табачных изделий 2003-2007 гг.» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.fira.ru 4. Журнал «Russia food and drinks market magazine», http://www.foodmarket.spb.ru/archive.php?year=2008&number=98&article=1215.

pn

Anton V. Eryomin
Postgraduate Student, Chair of World Economy and Customs Management, Saratov State Social and Economic University

Assessing the Adaptation Level of Multinational Companies to the Russian Competitive Environment

Abstract

The article considers the impact of globalization on the formation and development of the competition by the example of the Russian food industry. The author singles out those sub-branches of the food industry, which have the deepest penetration of international companies. Based on the traditional numerical methods the author identifies the types of competition for these sub-branches. He draws a conclusion about the specific assessment of the competition in the branches with dominating multinational companies.

Keywords: competition, assessment, quantitative indicators, international companies, multinational companies