

С.В.Спектор

Конкуренция на автомобильном рынке Бразилии в 2011—2021 гг.

В статье осуществлен анализ развития бразильского автомобильного рынка в условиях конкуренции за период 2011—2021 гг. В качестве аналитического инструмента используется матрица SV , позволяющая отследить изменения в разных отраслях экономики. Как показали результаты исследования, в бразильском авторынке за десять лет произошли значительные изменения. Во второй половине 2010-х годов рынок был окончательно сформирован, доминирующая группа компаний расширилась, была достигнута высокая концентрация. Конкуренцию на авторынке Бразилии на сегодняшний день называют «большая семерка»: семь крупных компаний контролируют почти весь рынок. Этот рынок напоминает российский авторынок: в обеих странах много транснациональных производителей, среди населения наиболее популярны иномарки. Похожи также динамика экономики в целом и автомобильных рынков в частности, в 2015 г. обе страны вошли в стадию рецессии и высокой инфляции. Поэтому бразильский опыт поддержки авторынка ценен для России. На основании этого опыта можно сформулировать рекомендации по развитию данной отрасли экономики в развивающихся странах.

Ключевые слова: экономическое доминирование, Бразилия, матрица SV , олигополия, конкуренция, автомобильный рынок.

DOI: 10.31857/S0044748X0019795-3

Статья поступила в редакцию 18.02.2022.

Автомобильный рынок Бразилии является показательным примером авторынка развивающейся страны. Во многом он похож на российский (до начала 2022 г.): в стране много заводов, принадлежащих транснациональным корпорациям (ТНК), недорогое топливо, есть доступ к материалам для производства автомобилей. На сегодняшний день автомобильный рынок, как и экономика страны в целом, продолжает многолетнее падение. Поэтому на основе опыта рецессии в Бразилии можно вырабатывать рекомендации и для российского рынка, падение которого, как полагают зарубежные эксперты [1], из-за введенных санкций только впереди. Цель данного ис-

Станислав Викторович Спектор — аналитик Центра развития потребительского рынка Экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова (РФ, 119234 Москва, ул. Колмогорова, 1, с. 46, spektor@econ.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1287-3867>).

следования — выявление конкурентных тенденций на бразильском авторынке. Особый интерес представляют определение доминирующих групп автопроизводителей и уровня конкуренции внутри них. Данный подход позволит расширить существующие аналитические исследования авторынка, так как дает возможность рассмотреть взаимовлияние стратегий автопроизводителей и регуляторов. В то время как подобные исследования проводились для российского рынка [2], анализ конкуренции и доминирующих групп на бразильском рынке делается впервые.

Данное исследование опирается как на классические современные подходы к анализу конкуренции (индексы концентрации), так и на новые инструменты (например, матрицу *SV (strength/variety)*, созданную в 2021 г.). Результаты исследования могут быть использованы в ходе разработки рекомендаций для рынков, похожих на автомобильный, а также для авторынков других стран.

ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ БРАЗИЛЬСКОГО АВТОРЫНКА

За последние 60 лет авторынок Бразилии прошел путь от практически полной национализации [3, р. 351] до доминирования на нем международных производителей и производства большинства деталей [4, р. 61]. Исследователи выделяют два этапа роста автомобильной промышленности в Бразилии [5, р. 324]. Первый этап — 1955—1980-е годы. В то время эта сфера производства играла одну из самых важных ролей в индустриализации страны. После повышения тарифов и налогов автомобильная промышленность пришла в упадок, и производство постепенно сокращалось вплоть до 1990-х годов [5, р. 324]. В начале 1990-х годов, после прихода в страну транснациональных автогигантов, начался второй этап роста автомобильной промышленности, и рынок снова стал стремительно развиваться.

Развитию авторынка в Бразилии способствуют несколько факторов. Во-первых, в стране — много полезных ископаемых, а также ресурсов, необходимых для производства автомобилей. Это повышает уровень привлекательности Бразилии для ТНК, присутствие которых весьма высоко [4, pp. 60-61]. На сегодняшний день авторынок — одна из самых крупных отраслей бразильской экономики; данная отрасль составляет 22% всего национального производства [6, р. 213]. Легковые машины являются одним из основных направлений импорта [7, р. 30]. Бразилия — один из крупнейших производителей автомобилей [8, р. 180], страна занимает большую часть авторынка всей Южной Америки.

По объемам бразильский авторынок Бразилии схож с рынками Мексики, Южной Кореи. За 2021 г. в Бразилии было продано 2,1 млн автомобилей, что на 3% выше показателя 2020 г. [9]. Стоит в то же время обратить внимание на то, что население Мексики почти вдвое меньше, чем Бразилии, т.е. в пересчете на душу населения рынок автомобилей в Бразилии меньше мексиканского и южнокорейского. Авторынок Бразилии является весьма концентрированным: на четыре крупнейшие компании [10, р. 2] приходится более половины всего рынка. Показатели монополизации высоки: индекс Герфиндаля-Хиршмана, который рассчитывается как сумма

квадратов долей продаж всех производителей, составляет более 0,35 (или 3500), что свидетельствует о высоком уровне концентрации. Тем не менее на сегодняшний день характер конкуренции между автопроизводителями в научной литературе не рассматривался.

Основные факторы размещения производства автомобилей — близость к рынкам сбыта, фискальные стимулы от государства, дешевая рабочая сила, доступность сырья [5, pp. 320-321]. Кроме этого, на формат контроля производства крупной материнской компанией (например, *Mercedes*, *Volkswagen* и т.д.) влияют культурная дистанция между государствами и стратегия ухода от риска в стране материнской компании [11]. Если эта дистанция высокая, и страна размещения входит в группу риска, то в качестве варианта контроля менеджеры будут использовать полный контроль над компанией, а не совместный с местными бизнесменами, руководящими предприятием.

Авторы нескольких научных работ уделяют особое внимание потребительским предпочтениям и социальным трендам в покупке автомобилей. У подавляющего большинства жителей Бразилии доходы довольно низкие, однако для большей части бразильцев цена не является основным фактором, влияющим на выбор автомобиля. Как следствие — дешевые китайские автомобили в Бразилии не популярны [12, p. 429], в отличие от России, где цена как раз является одним из ключевых факторов при покупке [13, p. 70]. Основные аспекты, которые играют роль при выборе конкретного автомобиля, — страна происхождения (компания-производитель), марка, потребление бензина, стоимость страховки, возможность рассрочки [12, p. 425]. Это приводит к тому, что бразильский автомобильный рынок по представленным на нем компаниям-лидерам похож на рынок европейских и североамериканских стран, где преобладают такие производители, как *Fiat* (в Италии), *Volkswagen* (занимающий большую часть немецкого рынка), *Hyundai*, *Chevrolet* (популярные в США).

В данной статье проведен анализ концентрации бразильского авторын-ка, выделены доминирующие группы и выявлены основные тенденции развития авторын-ка. Это позволит лучше понять эволюцию рынка автомобилей в развивающихся странах и проследить за его динамикой во времена рецессии, сопровождавшейся высокой инфляцией.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для анализа рынка автомобилей Бразилии использовались данные сервиса *Auto Vercity* [9]. На нем содержатся подробные сведения по объемам продаж новых автомобилей по маркам на основе статистики Комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса [14]. Данные предоставляются ежемесячно и по итогам года. Для анализа будут использоваться годовые объемы продаж автомобилей в Бразилии с 2011 по 2021 г.

Для проведения конкурентного анализа используются различные инструменты: индекс концентрации [10], коэффициент Линда (L), коэффициент Холла-Тайдмана (HT), индекс Герфиндаля-Хиршмана (HHI) [15],

SV-матрица (*Strength-Variety*) [16], отражающая уровень доминирования в отраслях. Также будут использоваться термины из теории экономического доминирования [17], [18], а именно, классификация компаний на альфа (наиболее крупные игроки рынка, имеющие наибольший доступ к ресурсам), бета (лидеры отрасли, которые отстают от альфа) и гамма (остальные компании, догоняющие бета).

Данный метод уже применялся к анализу российского рынка автомобилей [2]. Размер доминирующей группы определяется с помощью индекса Линда [19]. По всем рынкам, где доминирующая группа выявлена, рассчитываются два показателя, согласно которым отрасли располагаются на графике. Первый — *CRSV* — совокупная доля рынка, которую занимает доминирующая группа. Другими словами, *CRSV* — индекс концентрации CR_n по группе из n доминирующих компаний. Вторым показателем — *HTSV*, модифицированный коэффициент Холла-Тайдмана, который отражает дифференциацию внутри самой доминирующей группы. Матрица по значениям *CRSV* и *HTSV* визуально делится на четыре квадранта.

Первый квадрант, *G*, — отрасль, в которой работает доминирующая суперальфа, т.е. крупный игрок, обладающий ресурсами, позволяющими влиять на установленные правила рынка. Доля рынка этой альфы значительно больше доли других компаний. Индекс концентрации доминирующей группы — больше 65%, дифференциация между компаниями сильная, *HTSV* — больше 0,1. Таким образом, в доминирующей группе есть одна альфа-компания и несколько крупных компаний-последователей.

Второй квадрант, *B4*, лучше всего характеризуется как естественная олигополия, т.е. рынок, контролируемый несколькими крупными компаниями. Индекс концентрации в этом квадранте высокий, более 65%, однако дифференциация — низкая, менее 0,1. В этом квадранте доминирующую группу занимают равные по силе альфа-компании, конкурирующие между собой.

Третий квадрант, *RO*, имеет низкую концентрацию ($CRSV < 65\%$) и низкую дифференциацию ($HTSV < 0,1$). На таком рынке не сформировалась сильная доминирующая группа, и несколько компаний активно борются за доли на рынке. Конкуренция чаще всего приводит к двум сценариям. В первом случае средние и небольшие компании уходят, а их доля рынка достается компаниям-лидерам*, которые продолжают конкурировать между собой; в этом случае отрасль переходит в квадрант *B4*. Вторым сценарием: в результате конкуренции между альфами одна или несколько альф захватывают доли рынка других, и отрасль переходит в квадрант *I*.

Четвертый квадрант, *I*, характеризуется низкой концентрацией рынка и высокой дифференциацией доминирующей группы. Это могут быть рынки с низкими барьерами входа, в результате чего альфа-компании не могут нарастить высокие доли, либо наоборот, рынки, близкие к естественным монополиям, например, в силу географических условий (рынок очистных сооружений).

* Это может произойти как из-за конкуренции, так и вследствие таких структурных факторов, как кризис, технологические изменения и т.д.

АНАЛИЗ РЫНКА

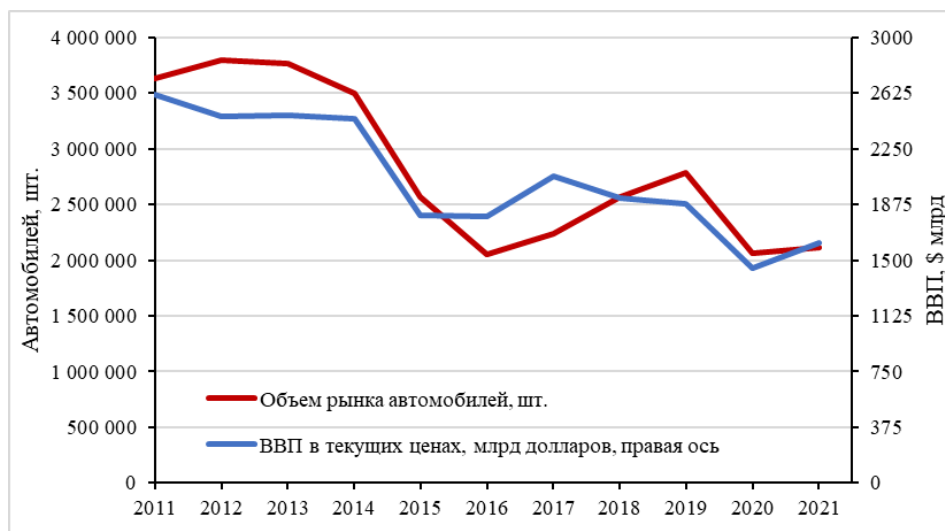
Экономика Бразилии стремительно росла до 2010 г. [20], после чего наступила рецессия, наблюдающаяся и в настоящее время (наибольшее падением ВВП произошло в 2015 г.). Рецессия сопровождается высокой инфляцией [21], из-за чего население становится все менее и менее платежеспособным [22].

Как отмечают исследователи, Бразилия оказалась в «ловушке среднего уровня развития» [23]. Эта ловушка является проблемой, систематически возникающей в развивающихся странах, когда там меняется институциональная среда. Основными факторами появления «ловушки» являются: диктатура, стагфляция; социальное неравенство, неэффективность производства, слабая конкурентоспособность национального производства; волатильность роста экономики, сложности в реализации структурных реформ государственных финансов (пенсионная реформа, реформа социальных служб и т.д.). На сегодняшний день Бразилия уже прошла первый «набор ловушек» и преодолевает второй и третий. Как следствие, с 2011 г. в стране в целом наблюдается тренд на снижение объема продаж автомобилей с 3,6 млн до 2,1 млн автомобилей с периодами роста в 2016—2019 гг. (рис. 1). В декабре 2011 г. было издано постановление правительства, согласно которому предусматривалось повышение налоговой ставки на транспортные средства, которые не соответствовали перечню технологических и экологических требований, требований по обязательным НИОКР на территории Бразилии и т. д. Кроме того, был запрещен ввоз части комплектующих автомобилей; разрешение на импорт можно было получить, лишь доказав невозможность производства такой продукции на территории страны [24]. В 2020—2021 гг. по всему миру резко снизилось число продаж автомобилей из-за того, что все дилерские центры были закрыты во время пандемии [13].

Были проведены расчеты между объемом проданных автомобилей и ВВП, корреляционный анализ показал наличие сильной связи между этими двумя показателями, коэффициент корреляции составил 0,92. Отметим, что в 2020 г. объем производства у многих компаний снизился, или они полностью остановились. Поэтому при анализе конкурентной среды в 2020 г. стоит ожидать отличную от прочих лет ситуацию.

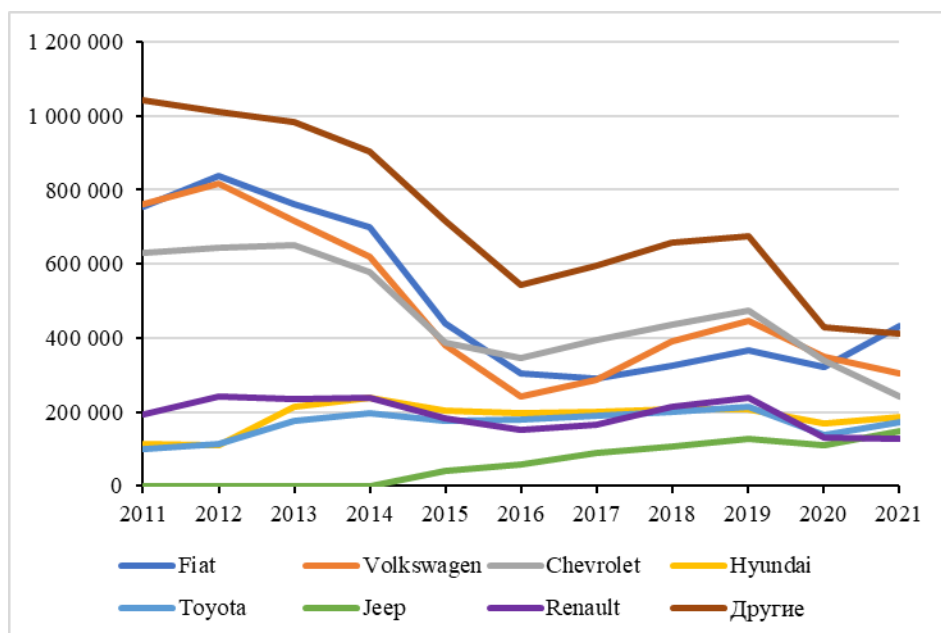
Лидером среди автопроизводителей на сегодняшний день является *Fiat*, вернувшийся на первую строчку после пяти лет отставания. Помимо *Fiat* крупными игроками являются *Volkswagen*, *Chevrolet*, *Hyundai*, которые занимают 2-4 места. Лидерство *Fiat* обусловлено тем, что производитель открыл свой завод в Бразилии первым среди конкурентов, еще в 1973 г. [25]. Компания продолжает активно инвестировать в бразильскую инфраструктуру. В 2013 г. *Fiat* объявил, что суммарно вложит более 7 млрд долл. в производство на территории страны [26]. Кроме этого, итальянский производитель активно финансируется бразильским государством. Так, в 2012 г. новый завод компании стоимостью в 2,3 млрд евро на 85% был профинансирован бразильским правительством, а также получил налоговые льготы [27]. В целом *Fiat* активнее других компаний пользуется более мягким, чем в Евросоюзе, бразильским законодательством.

**Рис. 1. ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ АВТОМОБИЛЕЙ
В БРАЗИЛИИ, 2011—2021 (шт.).**



Источник: построено автором на основе данных *Auto Vercity*.

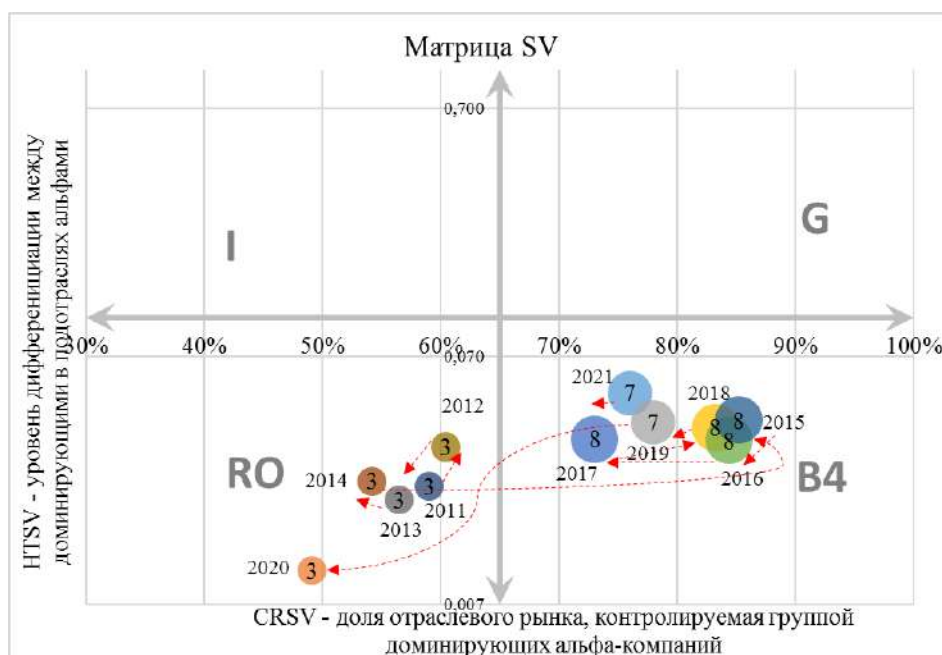
**Рис. 2. ДИНАМИКА ПРОДАЖ КРУПНЕЙШИХ
АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, 2011—2021 гг. (шт.)**



Источник: построено автором на основе данных *Auto Vercity*.

Как и *Fiat*, крупнейшие мировые автопроизводители инвестируют значительные средства в производство и в научные центры на территории Бразилии [25]. Так, *General Motors*, представленный в Бразилии *Chevrolet*, в 2010 г. вложил 1,4 млрд долл. в строительство завода [28], благодаря чему закрепился в лидирующих позициях на рынке этой страны. Так же поступил и *Volkswagen*, инвестировав 3,4 млрд долл. в строительство и модернизацию заводов в Бразилии [29].

Рис. 3. МАТРИЦА SV ДЛЯ АВТОРЫНКА БРАЗИЛИИ, 2011—2021 гг.



Примечание. Цифры на кругах — размеры доминирующей группы в определенный год.

Источник: построено автором на основе данных *Auto Vercity*.

Т а б л и ц а 1

ПОКАЗАТЕЛИ SV МАТРИЦЫ, 2011—2021 гг.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Линд=>	3	3	3	3	8	8	8	8	7	3	7
CRSV	59,1%	60,4%	56,5%	54,2%	85,2%	84,4%	73,0%	83,2%	77,9%	49,10%	76,0%
HTSV	0,021	0,030	0,018	0,022	0,039	0,032	0,032	0,036	0,038	0,010	0,050
Квадрант	RO	RO	RO	RO	B4	B4	B4	B4	B4	RO	B4

Источник: построено автором на основе данных *Auto Vercity*.

Данную матрицу также можно представить в виде таблицы (таблица 1), где коэффициент Линда определяет размер доминирующей группы.

шей группы, а *CRSV* и *HTSV* — показатели концентрации и дифференциации доминирующей группы.

В целом, можно констатировать, что рынок автомобилей в Бразилии весьма конкурентный. Альфа-компания, которая бы занимала однозначно доминирующую позицию, нет. В первой половине 2010-х годов на рынке фигурировали три компании — *Volkswagen*, *Fiat*, *Chevrolet*. Вплоть до 2014 г. рынок находился в третьем квадранте, *RO*, т.е. доминирующая группа не занимала большую долю рынка, а компании-лидеры в целом имели относительно равные доли. В 2015 г. в стране произошел кризис, наступили рецессия и инфляция, соответственно, ситуация поменялась и на автомобильном рынке. Компании, активно инвестировавшие в экономику страны, понесли наибольший урон, так как кризис затронул их производственные мощности и ресурсы. Поэтому доли трех крупнейших производителей снизились, и в доминирующую группу вошли еще пять компаний: *Ford*, *Hyundai*, *Renault*, *Toyota*, *Honda*. Рынок переместился в квадрант *B4*, в нем доминировала «большая восьмерка» с долями рынка от 5-6% до 17%. Установилось новое равновесие. Состав доминирующей группы на протяжении 2015—2018 гг. оставался прежним, менялись лишь доли компаний и их позиции внутри группы. В 2019 г. *Honda* уступила 8-е место *Jeep*, доля каждой из них составляла 4,6% рынка, однако этого не хватило для попадания в доминирующую группу, и она сократилась до семи компаний.

Стоит обратить внимание на 2020 г., когда в автомобильной индустрии по всему миру отмечались шоки спроса и предложения. В Бразилии в этот год из-за пандемии коронавируса значительно снизился спрос, и производство автомобилей остановилось. Страна была одним из лидеров по количеству смертей и заболеваемости в мире [30]. Лучше справиться с кризисом смогли более крупные компании, у которых хватило ресурсов и мощностей на территории Бразилии, чтобы падение производства было не таким болезненным. Тогда доминирующая группа сократилась до трех компаний — *Volkswagen* с 17% рынка, *Chevrolet* с 16% и *Fiat* с 15% рынка — и переместилась в квадрант *RO*. Отметим, что в 2020 г. размер доминирующей группы и квадрант были такие же, как и в 2014 г. Однако снижение *CRSV* на 6,1 п.п. показывает, что во время нахождения в квадранте *B4* бета-компания медленно забирали часть рынка у альфа-компаний.

В 2021 г. рынок стабилизировался, спрос на автомобили восстановился быстрее, чем раньше [31], поэтому на матрице можно наблюдать, что рынок вернулся к прежнему состоянию в квадрант *B4* с доминирующей группой из семи компаний. Ее состав практически не изменился, поменялась лишь одна компания: вместо *Ford* в группу на 6-е место попал *Jeep* с долей рынка в 7%.

В целом рынок автомобилей Бразилии отчасти похож на российский. Доминирующая группа на российском авторынке также занимает большую долю, однако лидерство на рынке более выражено, и в России отрасль находится в квадранте *G* [2, р. 4]. Крупнейшие 25 автопроизводителей на 64% совпадают с российским списком (таблица 2).

По макроэкономическим показателям и объему рынка автомобилей Бразилия схожа с Россией (рис. 4). В обеих странах в 2015 г. начался

кризис с высокой инфляцией, а динамика продаж автомобилей коррелирует с ВВП. Однако восстановление бразильского рынка происходит быстрее, средний темп прироста продаж в Бразилии в 2016—2019 гг. составлял 10,8%, в то время как в России — 7,3%. Поэтому опыт Бразилии по преодолению рецессии и поддержанию автопроизводителей является крайне ценным для России.

Т а б л и ц а 2

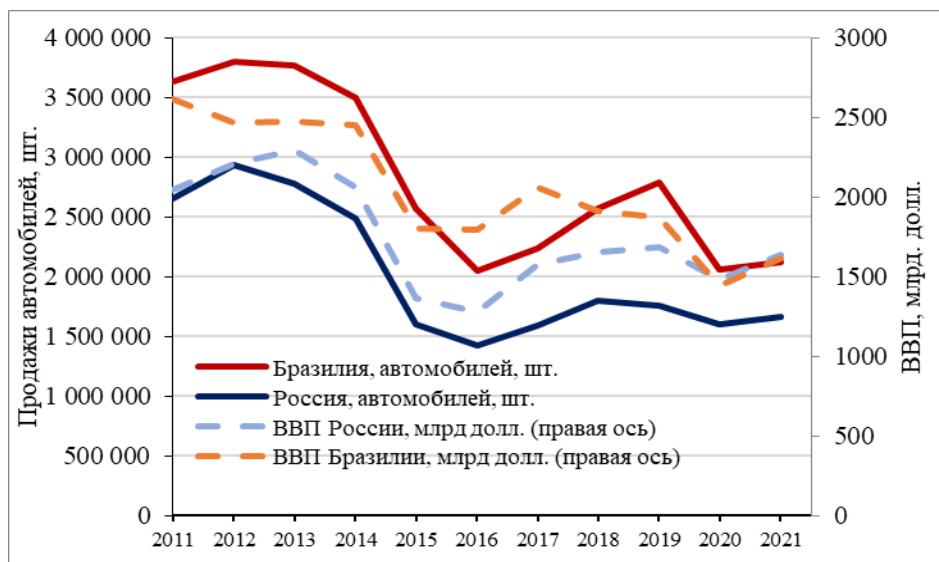
**СРАВНЕНИЕ ЛИДЕРОВ-АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БРАЗИЛИИ
И РОССИИ, 2021**

Место в Бразилии	Компания	Место в России
1	<i>Fiat</i>	>25
2	<i>Volkswagen</i>	6
3	<i>Chevrolet</i>	>25
4	<i>Hyundai</i>	3
5	<i>Toyota</i>	5
6	<i>Jeep</i>	>25
7	<i>Renault</i>	4
8	<i>Honda</i>	>25
9	<i>Nissan</i>	9
10	<i>Mercedes-Benz</i>	11
11	<i>Chery</i>	13
12	<i>Ford</i>	18
13	<i>Volvo</i>	22
14	<i>Peugeot</i>	23
15	<i>Citroen</i>	>25
16	<i>Mitsubishi</i>	16
17	<i>BMW</i>	10
18	<i>DAF</i>	>25
19	<i>Audi</i>	20
20	<i>Kia</i>	2
21	<i>Land Rover</i>	24
22	<i>Marcopolo</i>	>25
23	<i>Dodge</i>	>25
24	<i>Porsche</i>	25
25	<i>Troller</i>	>25

Примечание. Синим цветом выделены автопроизводители, которые занимают близкие или такие же места на рынках Бразилии и России.

Источник: построено автором на основе данных *Auto Vercity*.

Рис 4. СРАВНЕНИЕ РОССИИ И БРАЗИЛИИ ПО ВВП И ПРОДАЖАМ АВТОМОБИЛЕЙ



Источник: построено автором на основе данных *Auto Vercity*.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

По результатам проведенного анализа можно сделать несколько выводов. Во-первых, автомобильный рынок Бразилии сильно зависит от экономической ситуации внутри страны, поэтому он болезненно реагирует на кризисы и выигрывает от бумов. Во-вторых, в рассматриваемый период бразильский авторынок переживал два разных этапа с точки зрения состава доминирующей группы и характера конкуренции внутри нее. На первом этапе, до 2015 г., на рынке доминировали три компании, однако они не занимали существенную долю этого рынка. К концу данного периода бета-компании смогли занять достаточные доли рынка, чтобы войти в доминирующую группу вместе с альфа-компаниями. На втором этапе рынок перешел в квадрант *B4*, где и находится до сих пор. Единственным исключением является 2020 г., когда альфа-компании лучше справились с кризисом, смогли вытеснить из доминирующей группы остальные компании и вернуть рынок на один год в квадрант *RO*. В-третьих, можно сделать вывод о тенденциях рынка развивающейся страны во время рецессии. Доли альфа-компаний на рынке уменьшаются, снижается общий уровень доминирования. Крупные компании, активно инвестирующие в экономику страны, более устойчивы к внешнеэкономическим шокам (таким, как пандемия коронавируса). В то же время они, в особенности те, которые пользуются государственной поддержкой, становятся более уязвимы в случае наступления кризиса и рецессии. Поэтому в 2022 г. ситуация на автомобильном рынке Бразилии, скорее всего, не ухудшит-

ся, если только нарушения логистических цепочек в мире не спровоцирует какие-либо внутренние кризисы.

Российский рынок автомобилей, с которым мы сравнивали рынок Бразилии, в условиях первой половины 2022 г. столкнулся одновременно с внешними шоками (санкции, нарушение логистических цепочек) и внутренними (высокая инфляция, спад экономики). Опираясь на опыт Бразилии, можно предложить следующее: автопроизводителям для доминирования на рынке необходимо активно инвестировать в производство и научные центры на территории страны; государству для привлечения инвестиций крупных иностранных производителей следует страховать их внутренние риски — предлагать налоговые и кредитные льготы в случае падения рынка, разработать программу субсидирования производства автомобилей на территории страны.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Russia heading for worst recession since end of cold war, says UK. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/world/2022/apr/08/russia-heading-for-worst-recession-since-end-of-cold-war-says-uk> (accessed 11.04.2022).
2. Вертоградов В.А., Щелокова С.В., Иванчина А.А. Автомобильный рынок РФ: стратегии компаний и действия регуляторов (2009 - 2021). *Стратегии бизнеса*. Санкт-Петербург, 2022, Т. 10, № 2, сс. 33-41. [Vertogradov V. A., Shchelokova S. V., Ivanchina A. A. Avtomobil'nyj rynek RF: strategii kompanij i dejstviya reguljatorov (2009 - 2021) [Russian automotive market: Business strategies and regulators' actions (2009-2021)]. *Strategii biznesa*. Saint Petersburg, 2022, Vol. 10, N 2, pp. 33-41. (In Russ.) DOI: 10.17747/2311-7184-2022-2-33-41
3. Marx R., Mello A. M., Lara F. F. The new geography of the automobile industry: trends and challenges in Brazil. *New frontiers of the automobile industry: exploring geographies, technology, and institutional challenges*. Cham: Palgrave Macmillan. London, 2020, pp. 349-375. DOI: 10.1007/978-3-030-18881-8_14
4. Афанасьев С., Кондратьев В. Автомобильная промышленность стран БРИК. *Мировая экономика и международные отношения*. Москва, 2014, № 9, сс. 55-65. Afanas'ev S., Kondrat'ev V. Avtomobil'naya promyshlennost' stran BRIK [Automotive industry in BRIC countries]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*. Moscow, 2014, N 9, pp. 55-65. (In Russ.) DOI: 10.20542/0131-2227-2014-9-55-65
5. M. J. Vargas da Cruz, C. F. Camargo Rolim. The Brazilian automotive industry in the BRICs context: the case of the Metropolitan Region of Curitiba. *Cambridge Journal of Regions*. Cambridge, 2010, Vol. 3, N 3, pp. 319-334.
6. Алвес М. А. Л. Энергетическая перспектива и автомобильный сектор Бразилии. *Международная научно-практическая конференция «Развивая энергетическую повестку будущего»*. Москва, 2021, сс. 213-218. [M. A. L. Alves. Energeticheskaya perspektiva i avtomobil'nyj sektor Brazilii. *Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya «Razvivaya Energeticheskuyu Povestku Budushchego»* [Energy perspective and the Brazilian automotive sector. *International Scientific and Practical Conference "Developing the Energy Agenda of the Future"*]. Moscow, 2021, pp. 213-218 (In Russ.).
7. Гнилицкая Т.И. Экономика Бразилии: анализ текущего состояния. *Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей X Международной научно-практической конференции*. Пенза, 2020, сс. 28-32. [T. I. Gnilickaya. Ekonomika Brazilii: analiz tekushchego sostoyaniya. *Sovremennye nauchnye issledovaniya*:

aktual'nye voprosy, dostizheniya i innovacii. Sbornik statej X Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. [Economy of Brazil: analysis of the current state. *Modern scientific research: topical issues, achievements and innovations. Collection of articles of the X International Scientific and Practical Conference*]. Penza, 2020, pp. 28-32 (In Russ.).

8. Фахретденова Э.В. Конъюнктурный обзор мирового рынка легковых автомобилей. *Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы. Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции.* Пенза, 2019, сс. 179-185. [Fahretdenova E. V. Kon'yunkturnyj obzor mirovogo rynka legkovykh avtomobilej. *Proryvnye nauchnye issledovaniya: problemy, zakonomernosti, perspektivy. Sbornik statej XIII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii.* [Global passenger car market environment review. *Breakthrough scientific research: problems, patterns, prospects. Collection of articles of the XIII International Scientific and Practical Conference.*]. Penza, 2019, pp. 179-185 (In Russ.).

9. Продажи новых автомобилей в Бразилии. Auto Vercity. Available at: https://auto.vercity.ru/statistics/sales/south_america/2020/brazil/ (accessed 30.03.2022) (In Russ.).

10. Rolim Z. E. L., Oliveira R. R., Oliveira H. M. Industrial Concentration of the Brazilian Automobile Market and Positioning in the World Market. arXiv preprint. Ithaka, 2019, pp. 1-10. DOI: 10.48550/arXiv.1908.09686

11. G. Sarfati, J. Domingues da Sillva. Distância cultural e escolha do modo de entrada de empresas alemãs do setor automobilístico no Brasil. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios.* Santa Catarina, 2013, vol. 6, N 1, pp. 134-159.

12. V. C. Gervasoni, G. B. Rossi, D. D. Silva, M. R. Luppe и R. Locher. Evidence of the reluctance to purchase Chinese cars by low-income consumers in the Brazilian market. *International Journal of Automotive Technology and Management.* London, 2016, vol. 16, N 4, pp. 412-433.

13. 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, сс. 64-80. [Ivanchina A. A. Analiz rosta prodazh kitajskih avtomobil'nyh brendov v Rossii za period 2019-2020 gg. [Analysis of sales growth of Chinese car brands in Russia in 2019-2020]. *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyj zhurnal.* Moscow, 2021, vol. 13, N 4, pp. 64-80 (In Russ.). DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-4-64-80

14. Ассоциация европейского бизнеса. Available at: <https://aebrus.ru/ru/> (accessed 17.05.2022).

15. Щелокова С. В., Вертоградов В. А. Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа для оценки уровня доминирования. *Вестник Московского Университета. Серия 6. Экономика.* Москва, 2021, № 6, сс. 137-142 [Shchelokova S. V., Vertogradov V. A. Matrica SV: instrument strategicheskogo konkurentnogo analiza dlya ocenki urovnya dominirovaniya [SV matrix: strategic competitive analysis tool based on the dominance level]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 6.* Moscow, 2021, pp. 137-142 (In Russ.). DOI: 10.38050/0130010520216.7

16. SV Matrix. Available at: <http://svmatrix.online/ru/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0-SV/> (accessed 30.03.2022).

17. Блохин А. А., Ломакин-Румянцев И. В., Наумов С. А. Альфа-бизнес на российском продовольственном рынке. *Экономические стратегии.* Москва, 2019, № 6, сс. 68-77. [Blohin A. A., Lomakin-Rumyancev I. V., Naumov S. A. Al'fa-biznes na rossijskom prodovol'stvennom rynke [Alpha Business in the Russian Food Market]. *Ekonomicheskie strategii.* Moscow, 2019, N 6, pp. 68-77 (In Russ.). DOI: 10.33917/es-6.164.2019.68-77

18. Вертоградов В. А. Возможность выявления альфа-компаний статистическими методами на примере рынка экспресс-логистики России. *Мир новой экономики.* Москва, 2022, т. 16, № 1, сс. 73-80. [V. A. Vertogradov. Vozmozhnost' vyyavleniya al'fa-kompanij statistiches-

kimi metodami na primere rynka ekspres-logistiki Rossii [The possibility of identifying Alpha-Companies by Statistical Methods on the Example of the Express-Logistics Market in Russia]. *Mir novoj ekonomiki*. Moscow, 2022, vol. 16, N 1, pp. 73-80 (In Russ.). DOI: 10.26794/2220-6469-2022-16-1-73-80

19. R. Linda. Methodology of concentration analysis applied to the study of industries and markets. 1976, p. 160.

20. GDP (current US\$) - Brazil. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2020&locations=BR&start=1985> (accessed 09.04.2022).

21. Brazil Inflation Rate 1981-2022. Available at: <https://www.macrotrends.net/countries/BRA/brazil/inflation-rate-cpi> (accessed 03.04.2022).

22. J. Sicsú, A. de Melo Modenesi, D. Pimentel. Severe recession with inflation: the case of Brazil. *Journal of Post Keynesian Economics*. London, 2021, pp. 89-111.

23. Grigoryev L. M., Starodubtseva M. F. Brazil in the 21st century: A difficult path. *Russian Journal of Economics*. Moscow, 2021, pp. 250-268.

24. Обзор лучших практик в области установления требований по локализации производства. *Международная торговля и торговая политика*. Москва, 2016, сс.131-132. [Obzor luchshih praktik v oblasti ustanovleniya trebovanij po lokalizacii proizvodstva [Review of best practices in the field of establishing requirements for the localization of production]. *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*. Moscow, 2016, pp. 131-132 (In Russ.)]

25. Баронина Ю. А. Современные производственные стратегии европейских автомобильных ТНК. *Вестник Института экономики Российской академии наук*. Москва, 2019, pp. 159-174. [Baronina YU. A. Sovremennye proizvodstvennye strategii evropejskih avtomobil'nyh TNK [Modern manufacturing strategies of European automotive transnational corporations]. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossijskoj akademii nauk*. Moscow, 2019, pp. 159-174 (In Russ.)/ DOI: 10.24411/2073-6487-2019-10011

26. Fiat инвестирует в бразильские заводы более \$ 7 млрд. Available at: <https://wek.ru/Fiat-investiruet-v-brazilskie-zavody-bolee-7-mlrd> (accessed 09.04.2022).

27. Fiat says new Brazil factory benefits from public financing. *Reuters*. Available at: <https://www.reuters.com/article/Fiat-idINL5E8KLLRZ20120921> (accessed 09.04.2022).

28. GM to invest \$1.4 bln reals in Brazil factories. *Reuters*. Available at: <https://www.reuters.com/article/retire-us-gm-brazil-idUKTRE62L5O520100322> (accessed 09.04.2022).

29. Volkswagen в Бразилии. *Великая эпоха*. Available at: <https://www.epochtimes.com.ua/ru/world/business/Volkswagen-v-brazilii-106130.html> (accessed 09.04.2022).

30. Brazil coronavirus statistics. Available at: <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/brazil/> (accessed 06.04.2022).

31. Закревская Я. А. Состояние российского и мирового автопрома в новых реалиях. *Образование и право*. Москва, 2021, № 9, сс. 168-174. [Zakrevskaja Ja. A. Sostoyanie Rossijskogo i mirovogo avtoproma v novyh realiyah [The state of the Russian and world auto industry in new realities]. *Obrazovanie i pravo*. Moscow, 2021, N 9, pp. 168-174 (In Russ.). DOI: 10.24412/2076-1503-2021-9-168-174

Stanislav V. Spektor (spektor@econ.msu.ru)

Analyst at the Consumer Market Development Center, Faculty of Economics of Lomonosov Moscow State University.

Kolmogorova str., 1, bldg. 46, 119234 Moscow, Russian Federation

Competition in the Brazilian automotive market in 2011—2021

Abstract. The article provides an analysis of the development of the Brazilian automotive market in the competitive environment in 2011—2021. The *SV* matrix is used as an analytical tool that allows to track changes in different industries of the economy. The results of the study showed that the Brazilian car market, along with the country's economy, has gone through significant changes in 10 years. In the second half of the 2010s, the market was finally formed, the dominant group of companies expanded, and its high concentration was achieved. Competition in the Brazilian car market today can be characterized as the "Big Seven": 7 equally large companies control almost the entire market. The automotive market in Brazil is similar to the Russian car market: in both countries there is a high presence of multinational manufacturers, foreign cars are the most popular among the population. The dynamics of the economy in general and the automotive markets in particular are similar, both countries entered the stage of recession and high inflation in 2015. Therefore, the Brazilian experience in supporting the automotive market is valuable for Russia and makes it possible to formulate recommendations for the development of the automotive market in developing countries.

Key words: economic dominance, Brazil, *SV* matrix, oligopoly, competition, automotive market.

DOI: 10.31857/S0044748X0019795-3

Received 18.02.2022.