

Живко Максим

Гевко Андрій

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ТРАНСФОРМАЦІЯ СТРАТЕГІЙ ЄВРОПЕЙСЬКИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ТНК В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Автомобільний сектор є важливим для економіки Європейського Союзу, на його частку припадає 4% ВВП ЄС, у ньому працюють 8 млн людей і він входить до числа основних секторів ЄС з точки зору експорту та НДДКР. А через довгий ланцюг постачань цей сектор має значний мультиплікаційний ефект для економіки ЄС. Чотири руйнівні тенденції, як правило, змінюють глобальну мобільність і, відповідно, глобальну автомобільну промисловість: електрифікація, автономне водіння, спільне використання та підключені автомобілі. Хоча кожна з цих взаємопов'язаних тенденцій уже починає проглядатися в повсякденному житті, їхнє повне розгортання ще не гарантовано, як і швидкість їх впровадження.

На автомобільний транспорт припадає приблизно три чверті викидів транспортного сектору ЄС. Щоб досягти цілей ЄС щодо декарбонізації, транспорт фактично повинен бути повністю декарбонізований після 2050 р. Це створює велике вікно для електромобілів. Крім того, декарбонізація автомобільного транспорту також матиме вирішальне значення для покращення якості повітря в містах, що залишається фундаментальним викликом для охорони здоров'я в Європі. Забруднення повітря є причиною понад 400 000 передчасних смертей щороку в Європі. Забруднення від автомобільного транспорту є ключовим джерелом цієї проблеми [1]. Електромобілі все частіше можна помітити на дорогах ЄС. Але справжньою історією успіху електромобілів, безсумнівно, є Китай, який швидко зарекомендував себе як світовий лідер у виробництві електромобілів і де внутрішній ринок електромобілів зростає експоненціально.

ЄС відстає у виробництві електромобілів, оцінка позицій та перспектив європейської автомобільної промисловості в глобальній гонитві електромобілів у контексті, в якому масштаби та швидкість «революції електромобілів» залишаються невизначеними. Інвестиції в дослідження та розробки в автомобільну сферу та останні доступні версії баз даних патентів. Даний аналіз відображає обнадійливу картину, в якій ЄС, хоча й не є лідером, та все ще не втратив провідні позиції в автомобільних інноваціях. Завдяки правильному безперервному фокусу на дослідження та розробки в секторі ланцюгів постачання автомобілів ЄС та правильній політиці з боку уряду європейський автомобільний сектор міг би не лише впоратися з викликом глобальної революції електромобілів, але навіть просунути її вперед.

Структурні та циклічні чинники, що зумовили значне падіння виробництва автомобілів у ЄС з середини 2018 р. та нещодавнє помітне підвищення цін на автомобілі спричинили падіння виробництва автомобілів на 30,4% з

2018 р. по 2022 р., з яких приблизно 10% припало на початок пандемії та 20% після. Ця закономірність, типова для найбільших країн ЄС, не спостерігалася для інших великих міжнародних виробників автомобілів, таких як Південна Корея, США та Японія, які зафіксували досить стабільні рівні виробництва до 2020 р. та швидше відновлення після пандемії (Рис. 1) [2].



Рис. 1. Промислове виробництво автомобілів у 2018–2022 рр. [3; 4; 5; 6]

Падіння виробництва автомобілів і зростання цін на автомобілі можна пояснити комбінацією факторів, пов'язаних із більш суворими тестами на викиди, запровадженими в ЄС у 2018 р., новим регламентом ЄС щодо викидів CO², перехід до екологічніших автомобілів, збої в ланцюгах постачання, зростання вартості енергії та, нещодавно, невизначеність, спричинена війною в Україні. Останні три чинники вплинули на виробництво автомобілів у ЄС сильніше, ніж на іноземне виробництво, через відносно більшу участь автомобільного сектору ЄС в глобальних ланцюгах постачань, більшу залежність євросони від постачання енергоносіїв з росії та більшу невизначеність, спричинену близькістю зони євро до війни в Україні.

Зниження автомобільної активності почалося в середині 2018 р. через падіння попиту на автомобілі з двигуном внутрішнього згорання. Більш суворі тести на викиди, запроваджені в ЄС у 2018 р., і угода ЄС щодо цільових показників викидів CO², досягнута в грудні 2018 р., створили стимул для гібридних та електричних автомобілів завдяки автомобілям з двигунами внутрішнього згорання. До пандемії виробники автомобілів Євросони активізували свої зусилля щодо збільшення місцевого виробництва та продажів гібридних та електричних автомобілів [7].

Однак відносно вищі ціни на ці моделі стримували попит, а необхідні зміни на заводах призвели до скорочення виробництва. Водночас очікування більш жорстких правил щодо викидів автомобілів, ймовірно, призвели до

відкладення покупки автомобіля, оскільки споживачі перенесли свої переваги на гібридні та електричні автомобілі, послаблюючи попит на автомобілі. Модель структурної векторної авторегресії підтверджує, що падіння виробництва автомобілів між 2018 і 2019 рр. було спричинене головним чином падінням попиту на автомобілі та шоками пропозиції, не пов'язаними з енергетикою, такими як транспортні витрати та вплив директив і нормативних актів на постачання.

Сучасні стратегії європейських автомобільних транснаціональних корпорацій включають низку заходів, які спрямовані на поліпшення конкурентоспроможності та стійкості компаній в умовах швидко мінливого ринку автомобільної індустрії. Деякі з таких стратегій включають:

- електромобілізація: більшість європейських автовиробників активно працюють над розробкою та виробництвом електромобілів. Компанії, такі як Volkswagen, BMW та Mercedes-Benz, планують значно збільшити обсяги виробництва електромобілів у найближчі роки та представити на ринок нові моделі;
- цифровізація: автомобільні компанії посилено інвестують у цифрові технології, такі як автономне керування, смарт-інтерфейси та пов'язані з ними послуги. Компанії працюють над удосконаленням виробничих процесів за допомогою цифрових технологій;
- екологічна відповідальність: автомобільні компанії докладають зусиль для зниження викидів шкідливих речовин та зменшення екологічного сліду своєї діяльності. Компанії активно працюють над використанням екологічно чистих матеріалів та збільшенням ефективності використання палива;
- розвиток нових ринків: автомобільні компанії прагнуть розширення своєї географічної присутності з допомогою розвитку нових ринків. Одним із прикладів є розширення присутності європейських автовиробників на китайському ринку;
- конкуренція з технологічними компаніями: з розвитком автомобільної технології на ринок входять нові гравці, такі як Tesla та Waymo. Європейські автовиробники активно працюють над розвитком технологічних рішень, аби зберегти свою конкурентоспроможність.

Можна очікувати значного збільшення виробництва автомобілів порівняно з нинішніми низькими рівнями в міру прогресу переходу на «зелений» і зменшення вузьких місць у постачанні та енергетичних шоків. Нова рівновага залежатиме від уподобань споживачів, важливості інших засобів транспорту та поточного переміщення виробництва транспортних засобів за межі зони євро, що, ймовірно, відобразатиме тиск на міжнародну конкуренцію. Однак перехід до нової рівноваги буде лише поступовим, оскільки екологічна мобільність все ще потребує значних інвестицій в інфраструктуру в ЄС.

Перелік використаних джерел:

1. McKinsey. McKinsey Center for Future Mobility: Race 2050 – a vision for the European automotive industry. 2019. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/a-long-term-vision-for-the-european-automotive-industry>.
2. Barca S. The labor (s) of degrowth. Capital. Nat. Social. 2019. 30. 207–216.

3. Eurostat. *Statistics explained*. URL: <https://ec.europa.eu>.
4. Federal Reserve System. URL: <https://www.federalreserve.gov>.
5. METI Ministry of Economy, Trade and Industry. URL: <https://www.meti.go.jp/english>.
6. Trade and Industry and Statistics Korea. URL: <https://kostat.go.kr/anse>.
7. Cai W., Lai K. *Sustainability assessment of mechanical manufacturing systems in the industrial sector*. *Renew. Sustain. Energy Rev.* 2021. 135.

*Живко Максим
Доброводський Дмитро*
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ПОЗИЦІЇ ТНК НА ГЛОБАЛЬНОМУ СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

Інтенсифікація глобальної конкуренції, діяльність міжнародних корпорацій, світових фінансових організацій, цілеспрямовані протекціоністські заходи провідних країн «золотого мільярда» зумовлюють необхідність урахування особливостей глобального середовища, як фактора формування та розвитку ТНК, що, своєю чергою, має велику значущість для вдосконалення механізму взаємодії національних економік з ТНК. ТНК – динамічний інститут, здатний впливати в розвитку економічних систем, як у національному, і міжнародному рівнях, і який перебуває у постійному взаємодії із нею через власні організаційні, економічні, технічні, соціальні важелі. Активно впливаючи на міжнародну господарську систему, ТНК формують нові економічні відносини, видозмінюють форми, що склалися. В умовах вдосконалення ринкової інфраструктури світової економіки, під впливом глобалізації та інтеграції світового господарства транснаціональні корпорації завойовують нові ринки і прагнуть подальшого розширення економічної влади.

ТНК фактично розв'язують ключові питання нового економічного та територіального переділу світу, формують найбільшу групу іноземних інвесторів та носіїв нових технологій у виробничій та невиробничій сферах. Саме тому, починаючи з середини минулого століття і, особливо в цей час, у наукових колах все інтенсивніше розвивається дискусія про неспроможність інструментарію традиційної економічної теорії (так званого мейнстріму), представлену переважно неокласичним напрямом, адекватно пояснювати ті процеси, які відбуваються, як на рівні фірми, і тим більше лише на рівні національної економіки чи глобального господарства [1]. Крім того, остання світова фінансова криза засвідчила обмеженість та неефективність традиційного аналізу у пошуку шляхів виходу зі складних ситуацій та способів уникнення подібного в майбутньому.

Організаційний менеджмент ТНК на глобальному споживчому ринку включає широкий спектр стратегічних, операційних та управлінських дій, необ-