

УДК 339.9

TRANSFORMATION OF COOPERATION MODELS: THE EXPERIENCE OF EUROPEAN AUTOMOTIVE COMPANIES IN CHINA

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ СПІВПРАЦІ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ АВТОМОБІЛЬНИХ КОМПАНІЙ У КИТАЇ

Lymonova E.M. / Лимонова Е.М.,

Ph.D., as. prof. / к.е.н., доц.,

<https://orcid.org/0000-0002-7378-602X>

Alfred Nobel University

Dnipro, Sicheslavsk Naberezhna, 18, 49000.

Університет імені Альфреда Нобеля,

Дніпро, Січеславська Набережна 18, 49000

Анотація. Досліджено стратегії діяльності європейських автомобільних транснаціональних корпорацій (ТНК) на ринку Китаю. Розкрито особливості входження провідних європейських автовиробників через створення спільних підприємств із місцевими компаніями та трансформацію їхньої діяльності під впливом змін у регуляторному середовищі. Особливу увагу приділено ролі індустріальної політики КНР, що довгий час зумовлювала обов'язковість партнерства з національними виробниками, а також сучасним тенденціям лібералізації, які дозволяють іноземним компаніям посилювати автономність. Досліджено приклади співпраці Volkswagen Group, BMW Group, Daimler Group, Groupe PSA та Groupe Renault із китайськими корпораціями. Показано, що ринок Китаю виступає не лише ключовим майданчиком збуту, а й центром розвитку інноваційних напрямів автомобільної промисловості, зокрема електромобільності та локалізації виробництва високотехнологічних комплектуючих. Зроблено висновок, що подальші перспективи європейських автоконцернів у Китаї визначатимуться балансом між інтеграцією у національну економіку та глобальними стратегічними орієнтирами сталого розвитку.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, Китай, автомобільна промисловість, спільні підприємства, індустріальна політика, європейські автовиробники, інвестиції, електромобільність, локалізація виробництва, сталий розвиток.

Abstract. The article examines the strategies of European automotive transnational corporations (TNCs) in the Chinese market. It highlights the entry of leading European car manufacturers through the establishment of joint ventures with local companies and the transformation of their activities under changes in the regulatory environment. Special attention is paid to the role of China's industrial policy, which for a long time required mandatory partnerships with domestic producers, as well as to current liberalization trends that allow foreign companies to increase their autonomy. The study explores the cases of cooperation between Volkswagen Group, BMW Group, Daimler Group, Groupe PSA, and Groupe Renault with Chinese corporations. It is shown that the Chinese market serves not only as a key sales platform but also as a center for the development of innovative areas of the automotive industry, particularly electromobility and the localization of high-tech component production. The conclusion emphasizes that the future of European car manufacturers in China will be determined by their ability to balance integration into the national economy with global strategic goals of sustainable development.

Key words: transnational corporations, China, automotive industry, joint ventures, industrial policy, European car manufacturers, investments, electromobility, production localization, sustainable development.

Вступ. Китайський ринок автомобілів посідає провідне місце у глобальній стратегії європейських автомобільних транснаціональних корпорацій (ТНК). Завдяки величезному демографічному потенціалу, зростанню рівня доходів населення та державній підтримці розвитку автопрому, саме Китай став найбільшим реципієнтом прямих іноземних інвестицій (ПІІ) у цій галузі. Специфіка індустріальної політики КНР тривалий час зумовлювала необхідність створення спільних підприємств з національними виробниками, що стало основною моделлю входження європейських компаній на цей ринок.

Основний текст. Зміни у регуляторному середовищі, зокрема поступова відміна обмежень для іноземних автовиробників, відкрили нові можливості для зміцнення позицій ТНК. Сьогодні стратегія європейських компаній у Китаї поєднує класичні інструменти виробничої кооперації зі зростаючою орієнтацією на розвиток електромобільності та локалізацію виробництва. Це дозволяє їм не лише конкурувати на внутрішньому ринку, але й інтегруватися у процеси глобальних технологічних трансформацій, що відповідає довгостроковим цілям сталого розвитку.

Завдяки величезному потенціалу за рахунок чисельності населення і зростання його доходів, ринок Китаю дуже привабливий для автовиробників. З огляду на специфіку державної промислової політики в цій країні, всі розглянуті європейські автоконцерни почали тут випуск продукції за допомогою створення спільних підприємств з національними виробниками (табл. 1).

У 2024 р. усунені обмеження для створення виробництва гібридів і електромобілів, а до 2024 р. всім виробникам легкових автомобілів було дозволено мати власні виробничі потужності на території країни. Ці зміни в правилах регулювання автомобільної промисловості Китаю призвели до зміни в структурі власності спільних підприємств в бік збільшення частки володіння іноземними партнерами. Так, BMW спланувало довести свою частку в СП з «Brilliance China Auto» до 75%, інвестувавши до 2024 р. 3,6 млрд євро, а «Daimler» висловив зацікавленість в придбанні додаткових 16% акцій СП з «BAIC Group» [3].

Таблиця 1 - Ключові СП європейських автомобільних ТНК в Китаї

Європейська компанія	Китайська компанія-партнер	Рік створення СП	Частка участі
Volkswagen Group	Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC)	1984	50/50
Volkswagen Group	FAW Group	1991	40/60
Groupe PSA	Dongfeng Motor	1 992	50/50
BMW Group	Brilliance China Auto	2003	50/50
Daimler Group	BAIC Group	2006	49/51
Groupe PSA	Changan Automobile	2010	50/50
Fiat Group	Guangzhou Automobile Group	2010	50/50
Groupe Renault	Dongfeng Motor	2015	50/50

Складено за даними [1, 2]

Першим серед європейських автовиробників на китайський ринок прийшов концерн «Volkswagen Group», ще в 1984 р. створивши перше спільне підприємство з «Shanghai Automotive Industry Corporation» (SAIC). Друге спільне підприємство з іншою великою китайською компанією «FAW Group» з'явилося в 1991 р.

На даний час в Китаї функціонує 9 автозаводів двох згаданих СП, що випускають легкові автомобілі під марками «Volkswagen», «Audi» і «Skoda», а також 9 підприємств з виробництва ключових компонентів для них (двигуни, шасі, коробки передач). У цій країні виробляється 37% всієї продукції концерну. Наступний крок – початок випуску електромобілів разом зі своїми партнерами. З огляду на сучасну екологічну ситуацію і суспільний запит на екологічно чистий транспорт, очікується, що такі транспортні засоби будуть користуватися величезною популярністю, а їх випуск буде активно підтримуватися урядом Китаю [4].

Свою нішу в преміум-сегменті зайняла німецька компанія «BMW Group». Китай знаходиться в числі найбільших ринків збуту для компанії: на цю країну припадає 22% її продажів. Компанія має серйозні плани на подальший розвиток

в країні і вже почала виробництво двигунів, що дозволить двом існуючим авто заводам в районах міського підпорядкування Дадун і Тесі (місто Шеньян) перейти на використання комплектуючих місцевого виробництва і підвищити локалізацію.

Ще одна німецька компанія «Daimler Group» продає на китайському ринку 17% автомобілів марки «Mercedes-Benz», частина яких виробляється на спільному з компанією «BAIC Group» підприємстві в Пекіні («Beijing Benz»). Більш того, саме в Китаї був побудований перший за межами Німеччини завод «Daimler» з виробництва двигунів з обсягом інвестицій в розмірі 540 млн дол. США, що зайвий раз підкреслює важливість китайського ринку для компанії. Таким чином, компанія поступово нарощує обсяг випуску і конкурує з «BMW» за частку на ринку цієї країни. Ще у 2017 р. «Daimler» і «BAIC Group» домовилися спільно інвестувати 735 млн дол. США в будівництво заводу з виробництва акумуляторних батарей для електромобілів «Mercedes-Benz», випуск яких було заплановано в Китаї на 2023-2024 рр. [5, 6].

Перша спроба французької компанії «Groupe PSA» влаштуватися в Китаї виявилася невдалою. Проект від 1985 р. про створення спільного підприємства з урядом Гуанчжоу «Guangzhou Peugeot Automobile Company» (GPAC) провалився через відсутність взаєморозуміння сторін в питанні збільшення локалізації виробництва, і в 1997 р. «Peugeot» продала свою частку в СП японській компанії «Honda».

Проте «Groupe PSA» не залишила ідею завоювати ринок Піднебесної. Більш того, в результаті Китай став одним з пріоритетних напрямків розвитку і першим за величиною ринком для компанії. На кінець 2018 р. виробництво автомобілів велося на трьох заводах спільно з китайською «Dongfeng» [7].

Тісна співпраця з китайською стороною дозволило «PSA» не тільки отримати доступ до динамічно зростаючого азіатського ринку, а й врятувало французьку компанію від фінансових проблем. У 2016 р. «Dongfeng» викупила 14% акцій «PSA». Передбачається, що угода дозволить розширити існуючі СП в Китаї, істотно наростити обсяг виробництва і спільно розробляти нові

автомобілі.

У 2010 р. французька компанія підписала договір про створення спільного підприємства «CAPSA» з іншою китайською компанією «Changan Automobile», а в 2016 р. на новій виробничій базі в Шеньчжені (провінція Гуандун, Китай) розпочався випуск легких комерційних автомобілів. Поява нового заводу зміцнило позиції «PSA» на китайському ринку комерційних авто, лідерами якого в даний час є американські концерни «General Motors» і «Ford».

На відміну від «PSA», інша французька компанія «Groupe Renault» відкрила свій перший завод в Китаї в Ухані тільки в лютому 2018 р., він був побудований в рамках спільного підприємства з «Dongfeng», створеного на паритетних умовах в 2015 р. [7]

Підсумок та висновки. Досвід діяльності європейських автомобільних ТНК у Китаї демонструє, що спільні підприємства стали ключовим інструментом виходу на цей стратегічний ринок та забезпечення стабільних позицій у конкурентному середовищі. Проте сучасний етап характеризується поступовим зростанням автономності європейських компаній завдяки лібералізації китайського законодавства та розширенню можливостей для контролю над виробничими потужностями.

Китай залишається не лише найбільшим ринком збуту для провідних європейських брендів, а й важливою платформою для розвитку інноваційних напрямів – передусім електромобільності та локалізації виробництва високотехнологічних комплектуючих. Водночас партнерство з місцевими компаніями не втрачає своєї актуальності, оскільки воно дозволяє краще враховувати специфіку внутрішнього ринку та отримувати підтримку з боку держави.

Таким чином, майбутнє європейських автомобільних ТНК у Китаї визначатиметься здатністю поєднувати глибоку інтеграцію у національне виробництво з глобальними стратегічними цілями сталого розвитку та технологічної модернізації.

Література

1. Toyota Peugeot Citroen Automobile. URL: <https://www.toyotacz.com/en>.
2. United States Environmental Protection Agency. Regulation for Onroad Vehicles and Engines. URL: <https://www.epa.gov/regulations-emissions-vehicles-and-engines/regulations-onroad-vehicles-and-engines>.
3. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. URL: <https://www.oica.net/>.
4. Annual reports Volkswagen Group. URL: <https://www.volkswagen-group.com/en>.
5. Global Auto Market. The ranking by manufacturer in 2022. URL: <https://www.focus2move.com/world-car-group-ranking/>.
6. Nanjing Automobile Corporation buys MG Rover. URL: <https://www.marketingweek.com/>.
7. Opel/Vauxhall to join PSA Group. Media Center PSA Group. Groupe PSA. URL: <https://www.media.stellantis.com/em-en>.

Тези підготовлені у рамках реалізації міжнародного проєкту «Конкурентоспроможність Європи у новій глобальній економіці» № 101176059 – EuCompet – ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Фінансується Європейським Союзом. Проте висловлені погляди та думки належать лише автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури. Ні Європейський Союз, ні грантодавець не можуть нести за них відповідальність.

Стаття надіслана: 18.09.2025

© Лимонова Е.М