

Globalization process in the automobile industry: Some reflections on the Bulgarian economy

Miroslav Manev, PhD Candidate

Faculty of Economics,
University of Economics – Varna, Bulgaria
Email: manev@ue-varna.bg

Глобализационни процеси в автомобилната индустрия: Някои отражения върху българската икономика

Мирослав Манев, докторант

Стопански факултет към ИУ – Варна, България
Email: manev@ue-varna.bg

Abstract: *The presented paper reveals some of the latest practices and trends in the globalization of the automobile industry. Nowadays the automobile transnational corporations create integrated international production systems, coordinating their activities between many countries. The main impact on Bulgarian economy is caused by the significant recent inflow of foreign direct investments within the production of automobile parts. Revealed is the profile of transnational corporations' affiliates in Bulgaria, their motives, organizational entry mode and created linkages with local economy.*

Key words: *Automobile Industry, Foreign Direct Investment, Transnational Corporations, Bulgarian economy*

Резюме: *Представеното изследване разкрива някои от последните практики и тенденции в глобализирането на автомобилната индустрия. В днешно време автомобилните транснационални корпорации създават интегрирани международни производствени системи, координиращи своите дейности в множество страни. Основно влияние върху българската икономика се предизвиква от значителните потоци от преки чуждестранни инвестиции в производството на автомобилни части. Разкрит е профилът на филиалите на ТНК в България, техните мотиви, организационни форми за навлизане и създадени връзки с местната икономика.*

Ключови думи: *Автомобилна индустрия, преки чуждестранни инвестиции, транснационални корпорации, българска икономика*

JEL Classification: *F21, F23*

I. Introduction

The automobile industry includes a wide range of companies and organizations, dealing with design, improvement, production of automobile components, assembly, marketing and sales of motor vehicles (Binder & Rae, 2016). Judging by realized revenues and created jobs this sector is considered as one of the most important in the world economy, famously called by Peter Drucker (1946) "an industry of industries". Its global significance is also determined by the big scales and linkages

I. Въведение

Автомобилната индустрия обхваща широк набор от компании и организации, заети с дизайн, усъвършенстване, производство на автомобилни компоненти, асемблиране, маркетинг и продажби на МПС (Binder & Rae, 2016). От гледна точка реализирани приходи и заети работни места автомобилостроенето е един от най-важните сектори за световната икономика, определена от Питър Дракър (1946) като „индустрията на индустриите“. Значимостта на сектора е заложена и в големите мащаби и връзки, реализи-

realized with many other branches like insurances, car repair, transport, production of fuel, oil and other chemical products.

The production of automobiles and their components is dictated by a number of few big transnational corporations (TNCs) (Altenburg, 2000). This industry is becoming more and more internationalized, as many countries, one way or another, become part of the global delivery chains. In order to be competitive, companies from the traditional countries producers like the USA, Japan and Western Europe in a certain degree relocate and/or expand their activities towards developing countries and regions like China, India, Brazil, Mexico, Central and Eastern Europe. Perceived is a model of integrated production through investments in foreign affiliates. The globalization of automotive industry is further accelerated by applying strategies for foreign delivery sources by the assembling companies.

The present article has set the following research goals:

- to reveal the latest trends in the automobile industry, based on a review of recent theory and empirical evidence;
- to determine the impact of foreign direct investment on Bulgarian automobile parts production sector.

II. Tendencies within the globalized automobile industry

As of year 2015 the top producers of passenger cars are the countries China with 21,08 million vehicles, Japan (7,83 mln) and Germany (5,44 mln). Figure 1 reveals the trends in automobile production for the period 1999-2015. Most significant is the incredible production growth in China, as for the period there is an increase of more than 37 times. On the other hand are the traditional producers in this sector as Germany and Japan, which maintain relatively steady levels in terms of absolute figures. The industry in USA, which is the leading producer of automobiles throughout most of the 20th century, is facing a decline and from 14,1% of world production in 1999, as of 2015 takes a reduced share of 6,07%. The production growth of passenger cars for the last two decades

рани с множество отрасли като застраховане, ремонт, транспорт, производство на горива, масла и други химически продукти.

Производството на автомобили и техни компоненти се диктува от малко на брой големи транснационални корпорации (ТНК). Тази индустрия става все по-интернационална, като множество страни биват въввлечени по един или друг начин в глобалните вериги на доставки. За да са конкурентоспособни компаниите от традиционните страни производители САЩ, Япония и Западна Европа, в значителна степен изместват и/или разширяват дейността си към развиващите се страни и региони като Китай, Индия, Бразилия, Мексико, ЦИЕ. Възприема се модел на интегрирано производство чрез инвестиции в чуждестранни филиали. Глобализирането на автомобилната индустрия допълнително се ускорява чрез прилагането на стратегии за използване на предимно чуждестранни източници на доставки от асемблиращите компании. Настоящата публикация си поставя следните изследователски цели:

- да разкрие най-новите тенденции в автомобилната индустрия, базирани на преглед на съвременни теоретични и емпирични изследвания;
- да определи влиянието на преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ) върху сектор на българските производители на автомобилни части.

II. Тенденции в глобализираната автомобилна индустрия

Към 2015 година най-големите страни производители на леки автомобили са Китай с 21,08 млн., Япония с 7,83 млн. и Германия с 5,44 млн броя. Фигура 1 разкрива тенденциите на автомобилното производство за периода 1999-2015. Най-забележим е бурния растеж на производството в Китай, като за периода има нарастване от около 37 пъти. От другата страна са традиционните производители в този сектор като Германия и Япония, които поддържат относително стабилни нива, без да реализират ръст. При САЩ, която е водещ производител на автомобили през почти целия 20 век, се реализира спад и от 14,1% от световното производство за 1999 година, към 2015 заема дял от 6,07%. Ръстът на производството на леки автомобили за последните 2 десетилетия се дължи най-вече на раз-

is mostly due to developing economies as China, India, Brazil, Mexico, which become the new "engines" of the industry. Traditional European producers like France, Italy and Spain lose their production positions. The results reveal an abrupt redrawing of the automobile industry global map, respecting the tendencies of the globalized world. Companies from the traditional producer countries from the near past are now becoming the main foreign investors. They are being forced to internationalize their activities, because of increased competition and change of the economic model, looking for ways to increase their efficiency and maintain their international competitiveness. For the host countries of those investments, the foreign model of production, which auto producers realize, contains a big potential for extracting many direct and spillover effects towards the local economies.

виващи се икономики като Китай, Индия, Бразилия, Мексико, които се превръщат в новите „двигатели“ на индустрията. Традиционни европейски производители като Франция, Испания и Италия губят своите позиции. Тези резултати представят рязкото преначертаване на картата на автомобилната индустрия, съобразяваща се с тенденциите на глобализирания свят. Компании от традиционните страни производители в близкото минало се превръщат в основни чуждестранни инвеститори. Те биват принудени да интернационализират своята дейност, поради увеличена конкуренция и промяна на икономическия модел, търсейки начини за все по-ефективно производство и запазване на международната си конкурентоспособност. За приемащите страни, задграничното производство, което автомобилните компании осъществяват, представлява преди всичко потенциал за реализирането на редица преки и косвени ефекти към местните икономики.

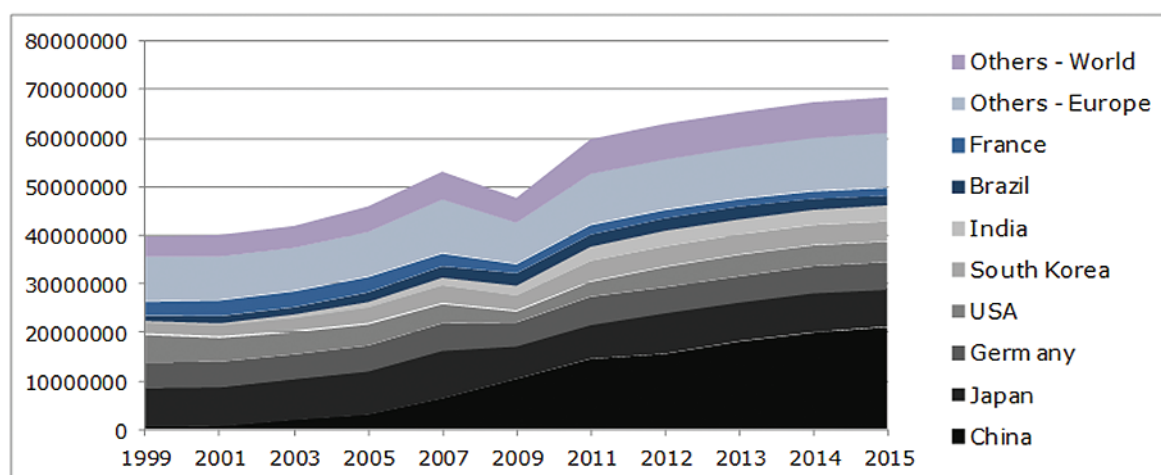


Figure 1. Number of produced passenger cars for the period 1999-2015

Фигура 1. Брой произведени леки автомобили за периода 1999-2015 година

Source: International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2016)

Източник: Международна организация на производителите на МПС (2016)

Nowadays the automobile industry is characterized by a highly integrated production system, which comprises and coordinates the activity of hundreds of producers of automobile parts, assembled in one or more affiliates in order to produce the end product. Participation in such systems is based on collaboration through mutual learning and knowledge exchange for forming international partnerships and engaging in a single united production network (Müller, 2009).

Автомобилната индустрия се характеризира с високо интегрирана система на производство, която обхваща и координира дейността на стотици производители на автомобилни компоненти, сглобявани в едно или няколко асемблиращи предприятия за формиране на крайния продукт. Участието в подобна система налага сътрудничество на база взаимно учене и обмен на знания за достигане до международно партньорство и обвързване в единна производствена мрежа (Мюлер, 2009).

A typical global delivery chain in automobile industry contains the following main groups (see figure 2):

- Assembly plants, which design and assemble the end product;
- First-tier suppliers, which produce the needed automobile components and perform services for the assemblers;
- Second-tier suppliers, which produce separate parts and perform services, which composite the components from first level;
- Possible is the existence of third, fourth and s.o. tiers, as the lowest tier is for suppliers of raw materials for the upper levels.

Типичната глобална верига на доставки в автомобилната индустрия съдържа следните основни групи (виж фиг. 2):

- Асемблиращи предприятия, които проектират и сглобяват крайния продукт;
- Доставчици от първо ниво, които произвеждат нужните автомобилни компоненти и извършват услуги за асемблиращите предприятия;
- Доставчици от второ ниво, които произвеждат отделни части и извършват услуги, влизащи в състава на компонентите от първо ниво;
- Възможно е съществуването на доставчици от трето, четвърто и т.н. нива, като най-ниското ниво се заема от снабдителите на суровини и материали за по-горните нива.

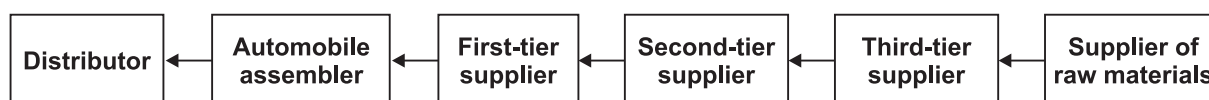


Figure 2. Typical global delivery chain in automobile industry

Фигура 2. Типична структура на глобалната верига на доставките в автомобилната индустрия

Source: adapted by UNCTAD (2001)

Източник: адаптирано по УНКТАД (2001)

About two decades ago a typical delivery chain, formed by automobile producers, integrated the activity of an average 170 first-tier suppliers, 4700 second-tier and 31600 from lower levels (Hill, 1989). Nowadays there is a tendency for producers to reduce the number of first-tier suppliers, transferring them more responsibilities regarding production coordination of complex or whole groups of components and forcing them to spend significant expenses for R&D (Dicken, 2015). Increasing the competencies and deeper linkages with few suppliers aims at reduction of production cycle, optimized expenses, increased production modernization and others. Most of the assembling affiliates and first-tier suppliers are foreign owned companies (Mortimore, 1997; Pries, 1999) and are being established in close proximity to their markets. A first-tier supplier can be an affiliate of the same corporate group, but can also be an independent producer of components for many automobile companies.

Distinguished are 6 types of functions (fig-

Типичната верига на доставки до преди две десетилетия, формирани от автомобилните производители, включва дейността на средно 170 снабдителя първо ниво, 4700 от второ и 31600 от по-долните нива (Hill, 1989). В днешно време съществува тенденция на производителите да редуцират броя на доставчици първо ниво, прехвърляйки им отговорност върху координиране производството на сложни или цели групи компоненти и осъществяване на значителни разходи за НИРД (Dicken, 2015). Засилването на компетенциите и по-дълбоките връзки с малко на брой снабдители цели съкращаване на производствения цикъл, оптимизация на разходите, засилено продуктово обновяване и др. Повечето асемблиращи филиали и доставчици първо ниво са чуждестранна собственост (Mortimore, 1997; Pries, 1999) и се базират в близост до техните пазари. Снабдител от първо ниво може да бъде филиал на същата корпоративна група, но също така и независим производител на компоненти за много автомобилни компании.

Могат да бъдат разграничени (фиг. 3) 6 вида функции, с които се натоварват

ure 3), which are being delegated to the foreign affiliates of automobile TNCs. Their distribution is determined by the specific localization advantages of host countries and from the motives, which are behind each foreign direct investment. In general, towards the weaker economies are being transferred more simple activities as packaging and components assembly. Towards more industrial developed countries are delegated functions, connected with more specialized and high tech operations. Not all corporate automobile activities are being transferred abroad with the same pace. Those with the highest value added operations are usually kept within the company headquarters. However due to technology progress, trade liberalization and policy for attracting FDI are encouraging the transfer of all kinds of corporate functions abroad. A distinctive feature of the sector is also the outsourcing of distribution and after sales activities to independent companies. This could be beneficial to companies working with TNCs, as is the case of Ford, which help their distributors through introducing new techniques for better service and increased efficiency (Dunning & Lundan, 2008).

задграничните филиали на автомобилните ТНК. Разпределението им се определя от специфичните локализационни предимства на приемащите страни, както и от мотивите, които стоят зад всяка ПЧИ. В най-общ план, към по-слабо развитите страни се прехвърлят прости дейности като пакетиране и асемблиране на компоненти. На по-напредналите в индустриален аспект икономики се възлагат функции, свързани със специализирани и високотехнологични операции. Не всички дейности на автомобилните компании биват изнасяни в чужбина с еднакъв темп. Такива с най-висока добавена стойност обикновено се запазват в компанията майка. Поради технологичният напредък, либерализацията на търговията и политиките за ПЧИ се окуражава разпространението на всички корпоративни функции. Отличителна черта на сектора е и аутсорсване на дистрибуционни и следпродажбени функции към независими компании. По този начин фирми работещи за ТНК могат да получат допълнителни ползи, какъвто е случая с Форд, които помагат на своите дистрибутори чрез въвеждане на нови техники за по-добри услуги и увеличена ефективност (Dunning & Lundan, 2008).

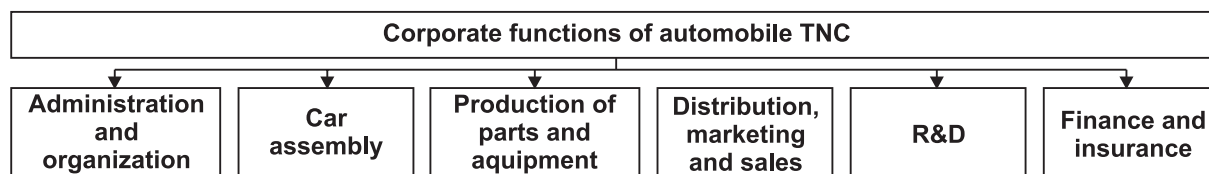


Figure 3. Possible functions of automobile TNC's affiliates
Фигура 3. Възможни функции на филиали на автомобилните ТНК

Source: adapted by Dun & Bradstreet, 2000

Източник: адаптирано по Dun & Bradstreet, 2000

Over time policies towards foreign direct investment and international trade are being liberalized, the set barriers are replaced by a number of measures for attraction of foreign investors, from which situation automobile corporations take good advantage. Attraction of investments is becoming main priority for a given number of governments, because of their expectations for many positive effects. Donahue (1997) gives an example with the competition for incoming investment flows in some regions of the USA, where dif-

С течение на времето политиките относно ПЧИ и международната търговия стават все по-либерални, издигнатите бариери отстъпват своето място на редица стимули за привличане на чужди инвеститори, от което автомобилните ТНК умело се възползват. Привличането на инвестиции се превръща в основен приоритет за множество правителства, поради повишените очаквания за значителни ползи. Донах (1997) дава пример с борбата за входящи инвестиции в някои райони на САЩ, където отделните щати „наддават“ един срещу друг чрез комбинация

ferent states outbid one against another through a combination of transparency, low taxes, subsidies and hidden promises for regulatory leniency. A number of developing countries implement strategies for attraction of foreign automobile investors, based on cheap and qualified labour, promotion measures, low taxes and ecological standards as the one launched recently in Malaysia (National Automotive Policy, 2014). Countries with already running automobile industry aim at its upgrade and expansion to higher levels. During the last decade, Brazil introduced such measures (UNCTAD, 2014) aiming at investment attraction of more knowledge intensive functions. As a result of this programme are attracted significant amount of investment in production, increase of innovation and R&D, as well as deepening of the linkages, which foreign owned companies create with local economies.

III. Profile of FDI in the Bulgarian automobile parts production sector

During the last decade Bulgaria became an attractive territory for significant inflow of foreign direct investments within the automobile parts production branch. As of 2015 the foreign owned companies constitute a total of 35,62% of the total number of enterprises, but realize 89,00% of the revenues and 86,57% of the employment in sector C 29.3 "Production of automobile parts and accessories" (NACE.BG, 2008). As automobile production is linked with suppliers from many other industries like rubber, glass, ceramics, textile, metal, chemical production, the number of firms producing automobile parts is likely to be even bigger. Available data reveal a fast growing branch of the Bulgarian economy and high ambitions, striving at turning the country into "a regional and strategic center for production of parts and accessories for the automobile industry" (Plevneliev, 2013). However, the lack of realistic evaluation and notion of the effects of foreign owned companies' activities in the sector, turn their measurement into a necessity, in order to create a relevant policy about their future promotion and deepening of linkages.

от прозрачност, ниски данъци, субсидии и скрити обещания за регулаторна снизходителност. Редица развиващи се страни създават стратегии за привличане на ПЧИ в автомобилостроенето, базирани на евтин и квалифициран труд, стимули за инвестиране, ниски данъци и екологични норми, като подобен пример е Малайзия (National Automotive Policy, 2014). Страни с вече формирана автомобилна индустрия целят надграждане и достигане на по-високи нива на развитие. През последното десетилетие Бразилия въвежда подобни стимули (UNCTAD, 2014), целящи привличане на инвестиции във филиали с по-наукоемки функции. Като резултат са налице значителни инвестиции в производството, засилване на иновационната и научно-изследователската дейност, както и задълбочаване на връзките, които предприятията с чуждестранно участие осъществяват с местната икономика.

III. Профил на ПЧИ в производството на авто части в България

През последното десетилетие България се превръща в привлекателна територия за инвестиции чрез изграждане на множество чуждестранни проекти в автомобилната индустрия. Към 2015 година предприятията с чуждестранна собственост формират 35,62% от общия брой компании, но реализират 89,00% от приходите и 86,57% от работните места в група C 29.3 „Производство на части и принадлежности за автомобили“ (КИД, 2008). Тъй като индустрията е свързана с доставки от много други производства като гуми, стъкла, керамика, текстил, метали, химически продукти, броят фирми произвеждащи автомобилни компоненти най-вероятно е още по-голям. Достъпните данни разкриват развитието на млад и бързоразвиващ се отрасъл на българската икономика, като стремежът е превръщането на страната ни в „регионален и стратегически център за производство на компоненти и аксесоари за автомобилната индустрия“ (Плевнелиев, 2013). Липсата на реална оценка и представа за ефектите от дейността на предприятията с чуждестранна собственост в сектора превръщат тяхното измерване в необходимост, за да бъде разработена релевантна политика за тяхното бъдещо стимулиране и максимизиране на ползи-

Presented are the results of an empirical study among 16 foreign owned companies from BG sector C 29.3 "Production of automobile parts and accessories", which represent 61,54% from the total extract (NSI, 2016). The survey was conducted through personal meetings and interviews with the foreign investors' representatives during the period November 2015 – February 2016. The questionnaire used, consists of 20 questions, framed within 4 panels, which are grouped according to their specifics and focus: characteristics of the FDI, the intensity of realized linkages with local companies, potential FDI promotion policies and common profile of the respondents. Other research methods used include statistical methods, specialized software for analysis of received data, comparative analysis, etc. An attempt is made to reveal the profile of foreign investor, creating the most significant linkages with local companies, which can help policy makers with future FDI initiatives.

Most of the foreign owned companies (68,75%) producing auto parts in Bulgaria are first-tier suppliers and deliver directly to the car assembly plants. Half of the companies reveal that they are second or lower level suppliers and only 12,5% sell their products directly through commercial network. A possible explanation is that TNC's affiliates, based in Bulgaria are highly integrated within the international production networks.

The main motives behind the foreign direct investment in Bulgaria are the stock of qualified and cheap labour (rated respectively 3,25 and 4,13 out of 5), low taxes (3,38) and favourable location towards their markets (2,31). Relatively insignificant according to the given ratings for investment reason are Bulgarian market access (0,31), natural resources (0,56), strategic assets (0,69) and investment promotion measures (1,13). Regrettably the most attractive advantages of the country are cheap labour and low taxes, which have relatively cyclical character and are not a basis for long lasting investments. Local institution and policy makers should work towards binding the TNC's affiliates with the Bulgarian economy.

те от тях.

Представени са резултатите от емпирично проучване между 16 филиала на ТНК в България от група С 29.3 „Производство на части и принадлежности за автомобили“, което представлява 61,54% от общата извадка (НСИ, 2016). Изследването е проведено чрез лични срещи и интервюта с представители на чуждестранни инвеститори през периода Ноември 2015 – Февруари 2016. Използваната анкетна карта се състои от 20 въпроса, обособени в четири части, групирани спрямо техните специфики и насоченост: характеристики на ПЧИ, интензитет на реализирани връзки с местни фирми, потенциални насоки за засилване на връзките и общ профил на респондентите. Други използвани изследователски методи включват статистически методи, вкл. специализиран софтуер за анализ на данни, сравнителен анализ и др. Направен е опит да се изведе профилът на чужд инвеститор, създаващ най-значими връзки с местните фирми, което да помогне за формиране на бъдещи политики за привличане на ПЧИ.

Повечето от филиалите на ТНК (68,75%), произвеждащи авто части в България, са първо ниво снабдителите и изнасят директно за асемблиращите предприятия. Половината компании заявяват, че са доставчици от второ или по-ниско ниво и само 12,5% от предприятията доставят продуктите си директно към търговската мрежа. Възможно обяснение е, че филиалите на ТНК, базирани в страната, са с високи равнища на интегриране в международните производствени мрежи.

Основните мотиви зад ПЧИ в България са запасът на квалифицирана и евтина работна ръка (оценени респективно с 3,25 и 4,13 от 5), ниските данъци (3,38) и благоприятното местоположение спрямо пазарите (2,31). Относително незначителни са оценени достъпа до българския пазар (0,31), ресурси (0,56), стратегически активи (0,69) и стимули за привличане на инвестиции (1,13). За съжаление най-привлекателните предимства на страната са евтин труд и ниски данъци, които имат конюнктурен характер и не водят до траен инвестиционен интерес. Местните институции и разработващите политики трябва да работят към обвързване на филиалите на ТНК към българската икономика.

According to the survey, the highest share of 62,5% of automobile TNC's affiliates have started production in Bulgaria within the last 10 years. From a certain point of view, such a high level of freshly joined companies leaves a room for policy promotion of increasing and deepening the linkages with other Bulgarian companies. Specific feature of the automobile corporations worldwide is that they spend about 75% of the final cost for delivery of components (European Commission, 2009). Such suppliers are specialized in exact component and because of their specific focus realize significant economies of scale and scope. Most significant linkages with local companies are usually created between first-tier and suppliers from lower levels. Often TNC's affiliates set high requirements for mutual work which are impossible to be covered by local SMEs. Nevertheless, local suppliers that manage to cover those requirements can receive higher productivity, technology upgrade and increased exports (Yoon, 1994; Ganiatsos, 2000).

In the case of Bulgaria we find relatively low levels of local deliveries, which on average vary between 10-30%. More than half (56,25%) of the foreign owned companies state that they rely only on imports. Main reasons pointed out by their managers is the lack of appropriate local suppliers (rated 76,92%) and relatively high market prices (38,46%). Vertical linkages "forward" to local distributors and clients are even more limited, as 93,75% of the foreign owned companies state that their whole production is realized through exports. The main reason given is the existence of guaranteed foreign markets in 86,67% of the cases and the lack of local clients and distributors (46,67%) for their products. Those figures speak of **low levels of absorptive capacity** of the Bulgarian automobile production and TNC's affiliates acting as an **enclave** in local economy. Policy makers should focus on applying specific linkages promotion measures, which can not only lead to higher spillover effects to local firms, but will make it more costly for TNCs' affiliates to relocate their activities in another investment destination.

Според изследването, най-висок дял от 62,5% от автомобилните филиали на ТНК стартират производство в България през последните 10 години. Подобни високи стойности на наскоро навлезли компании създава възможност за промотиране на политики за увеличаване и задълбочаване на връзките, осъществявани с български фирми. Характерна черта на автомобилните ТНК в световен мащаб е, че разходват около 75% от себестойността на автомобила за негови компоненти (European Commission, 2009). Подобни доставчици се специализират в определен компонент и благодарение на своя специфичен фокус реализират значителни икономии от мащаба и обхвата. Най-значими връзки с местни компании обикновено се създават между доставчици от първо ниво и по-ниските нива. Често ТНК налагат високи изисквания за съвместна работа, които се оказват невъзможни за изпълнение от местни МСП. Въпреки това, местните доставчици, които успеят да покрият нормите, могат да постигнат по-висока производителност, технологично обновление и увеличен износ (Yoon, 1994; Ganiatsos, 2000).

В случая на България откриваме относително ниски нива на местни доставки, които варират средно между 10-30%. Повече от половината (56,25%) от филиалите на ТНК заявяват, че разчитат само на внос. Основните причини, посочени от мениджърите, са липсата на подходящи местни доставчици (76,92%) и относително високите пазарни цени (38,46%). Вертикални връзки „напред“ към местни дистрибутори и клиенти са дори поограничени, като 93,75% от филиалите на ТНК заявяват, че цялата произведена продукция се реализира чрез износ. Като основна причина се посочва наличието на гарантиран чуждестранен пазар в 86,67% от случаите и липсата на местни клиенти и дистрибутори (46,67%) за техни продукти. Подобни стойности говорят за **ниски нива на абсорбиционен капацитет** на българската автомобилна индустрия и филиали на ТНК от **анклавен тип**. Политиките трябва да се фокусират върху прилагане на стимули за промотиране на връзки, които не само да водят до по-високи косвени ефекти към местни фирми, но и да повишат цената на евентуалното репатриране на инвестициите към други дестинации.

Empirical data show a wide range of foreign investors, in terms of their country of origin. Their investment profile is mostly originating from Turkey (28,13%) and Germany (25,00%). The EU membership certainly gave its reflection on Bulgarian economy, as 59,38% of the FDI in automobile parts production come from other EU members. The organizational entry modes used are mainly through greenfield investment (75,00%), newly created joint ventures (12,5%) and brownfield investment (12,5%). According to theory, such a high level of new companies suggests significant direct effects from their activities and subsequent profit reinvestments. On the other hand such enterprises are characterized by low linkages with local economy, which is confirmed in the previous paragraph. None of the analyzed enterprises chose the option of organizational entry mode through mergers and acquisition without future modernization of technologies, staff and other. This could be due to the industry's initial phase of development, its technological intensity and need for ongoing modernization.

IV. Conclusions

As a conclusion we can summarize, that the automobile industry has turned into one of the most globalized sectors of the world economy. Liberalization of world markets, combined with favorable regimes towards FDI attraction made possible for a short period of time to redraw the world map of automobile producers. For host countries, like the case of Bulgaria, such foreign production through FDI holds a great potential for a number of direct and spillover effects to the local economy.

The presented figures speak of **low levels of absorptive capacity** of the Bulgarian automobile production industry. TNCs' affiliates are most likely acting as an enclaves in the economy, because of their high levels of integration within the international production networks. Main motives for initiating FDI are cheap labour and low taxes, which by itself is a big threat towards the future development of the Bulgarian automobile industry. Policy

Емпиричните данни показват широк профил на инвеститори, от гледна точка на тяхната страна на произход. Най-много чуждестранни инвеститори в сектора произлизат от Турция (28,13%) и Германия (25%). Членството на страната в ЕС определено дава своето отражение, тъй като 59,38% от ПЧИ идват от други членове на съюза. Използваните организационни форми за навлизане са основно чрез инвестиции „на зелено“ (75,00%), новосъздадени съвместни предприятия (12,5%) и инвестиции „на кафяво“ (12,5%). Според теорията, подобни високи равнища на нови компании предполага значителни преки ефекти от техните дейности и последващи реинвестиции на печалбите. От друга страна подобни компании се характеризират с ниски връзки с местната икономика, което се потвърждава в предходния параграф. Нито едно от изследваните предприятия не избира форма за навлизане чрез сливане и поглъщане без последваща модернизация на технологиите, персонал и др. Това може да се дължи на първоначалните фаза на развитие на отрасъла, технологичния интензитет и нуждата от продължаващо обновление.

IV. Изводи и препоръки

В заключение можем да обобщим, че автомобилната индустрия се е превърнала в един от най-глобализираните сектори на световната икономика. Либерализацията на световните пазари, съчетани с благоприятните режими относно привличането на ПЧИ позволяват на ТНК за кратък период да преначертаят картата на автомобилните производители. За приемащите страни, както е случая на България, подобни чуждестранни производства чрез ПЧИ, съдържат потенциал за реализирането на редица преки и косвени ефекти към местната икономика. Представените данни говорят за **ниски нива на абсорбиционен капацитет** на българското автомобилостроене. Филиалите на ТНК са най-вероятно от анклавен тип, поради високите нива интегриране в международните производствени мрежи. Основни мотиви за осъществяване на ПЧИ са евтин труд и ниски данъци, което представлява голяма заплаха за бъдещото развитие на автомобилната индустрия. Създаваните политики трябва да се фокусират върху прилагане на

makers should focus on applying specific linkages promotion measures, which can not only lead to higher spillover effects to local firms, but will make it more costly for TNCs' affiliates to relocate their activities in another investment destination.

стимули за промотиране на връзки, които не само да водят до по-високи косвени ефекти към местни фирми, но и към повишаване цената на евентуалното репатриране на инвестициите към други дестинации.

Reference/Литература

- Altenburg, T.** (2000) Linkages and spillovers between transnational corporations and SME in developing countries: opportunities and policies. Reports and Working Papers, German Development Institute, p. 4
- Binder, A., Rae, J.** (2016) Automotive Industry [online]. Available from <<https://www.britannica.com/topic/automotive-industry>>
- Dicken, P.** (2015) Global Shift – Mapping the Changing Contours of the World Economy. Los Angeles, Sage, 7th edition, p. 478
- Donahue, J.** (1997) Disunited States. New York, Basic Books, p. 120-212
- Drucker, P.** (1946) The Concept of the Corporation. New York, USA, John Day, p. 149
- Dun & Bradstreet.** (2000) „Who Owns Whom”, London, database Datastar.
- Dunning, J., Lundan, S.** (2008) Multinational Enterprises and the Global Economy. Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing, p.570
- European Commission.** (2009) Background on the situation in the European car industry, Brussels.
- Ganiatsos, T.** (2000) Global component outsourcing in developing countries' electronics and automotive industries. UNCTAD Expert Meeting on the Relationship between SMEs and TNCs, Geneva.
- Hill, R.** (1989) Comparing Transnational Production Systems. The Automobile Industry in the USA and Japan. International Journal of Urban and Regional Research, 13(3), p. 462-280
- International Organization of Motor Vehicle Manufacturers** (2016) Available online from <<https://www.oica.net/category/production-statistics>>
- National Automotive Policy** (2014). Malaysia, Ministry of International Trade and Industry.
- Mortimore, M.** (1997) The Asian challenge to the world automotive industry. Revista de Economia Contemporanea, 2, p. 67-91
- Müller, H.** (2009) Supplier integration: an international comparison of supplier and automaker experiences. International Journal of Automotive Technology and Management, 9 (1), p. 18-39
- NACE.BG.** (2008) Classification of economic activities. 2008, p. 68
- NSI.** (2016) National Statistical Institute Bulgaria.
- Plevneliev, R.** (2013) Interview with Bulgarian President available online from <<https://www.president.bg>>
- Pries, L.** (1999) Die Globalisierung der deutschen Autohersteller und deren Sogeffekte für die Automobilzulieferer. Die Globalisierungsspirale der deutschen Automobilindustrie, Munich, p. 25-55
- UNCTAD.** (2001) World Investment Report, p. 82-231
- UNCTAD.** (2014) World Investment Report, p. 69
- Yoon, H.** (1994) An evaluation of the contribution of transnational corporations to the development of backward linkages in the Korean electrical and electronics industries. Public Enterprise, 14, 3-4, p. 379-403