

Журова Людмила Ивановна,

канд. экон. наук,
доцент кафедры менеджмента и цифрового маркетинга

СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Россия, Самара, Самарский университет государственного
управления «Международный институт рынка», zhurova.li@mail.ru

Аннотация. В статье представлены подходы к классификации стратегий устойчивого развития, проводится анализ реализуемых стратегий устойчивого развития международных корпораций автомобильной промышленности, определяются приоритетные типы стратегий, выделяются тренды развития автомобильной промышленности в контексте достижения целей устойчивого развития.

Ключевые слова: стратегия, устойчивое развитие, корпорация, автомобильная промышленность.

Lyudmila I. Zhurova,

Candidate of Economic Sciences,
Associate professor of the Department of Management and Digital Marketing

SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGIES FOR AUTOMOTIVE INDUSTRY CORPORATIONS

Samara University of Public Administration “International Market Institute”,
Samara, Russia, zhurova.li@mail.ru

Abstract. The article presents approaches to the classification of sustainable development strategies, analyzes the ongoing sustainable development strategies of international corporations in the automotive industry, determines the priority types of strategies, identifies trends in the development of the automotive industry in the context of achieving sustainable development goals.

Keywords: strategy, sustainability, corporation, automotive industry.

Введение

Ужесточение экологических требований, рост давления со стороны общества и прочих групп заинтересованных сторон вынуждает корпорации пересматривать нормы своей социальной и экологической ответственности, разрабатывать стратегии устойчивого развития с учетом их долгосрочного влияния на общество и окружающую природную среду.

В экономической литературе стратегии устойчивого развития классифицируются по различным признакам:

– в зависимости от характера реагирования корпорации на требования в области устойчивого развития различают оборонительную (защитную) и упреждающую (проактивную) стратегии [1];

– в зависимости от степени интеграции принципов устойчивого развития в деятельность корпорации выделяют интровертную, экстравертную, консервативную и визионерскую стратегии [2];

– в зависимости от способов обеспечения устойчивого развития выделяют стратегии устойчивого развития продуктов, ресурсов и операционную стратегию [3].

Стратегии устойчивого развития направлены на достижение множества взаимосвязанных стратегических целей, отражающих экономические, социальные и экологические аспекты деятельности корпорации. В зависимости от имеющегося дисбаланса между уровнями развития составляющих устойчивого развития предлагаем выделить стратегии, направленные на усиление экономической, социальной или экологической составляющей устойчивого развития.

Целью работы является исследование реализуемых стратегий устойчивого развития международных корпораций автомобильной промышленности, определение приоритетных типов стратегий.

1. Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования использованы статистические данные European Automobile Manufacturers' Association (ACEA), *International Energy Agency (IEA)*, консалтинговой компании LMC Automotive, портала *EV-volumes.com*, данные официальных сайтов автомобильных корпораций. В процессе исследования использованы общенаучные методы, в том числе анализ, синтез и сравнение, в качестве частных методов использованы статистические методы обработки и интерпретации данных.

2. Результаты исследования

Стратегии устойчивого развития и деятельность в функциональных областях ведущие мировые автопроизводители стремятся увязать с достижением Целей устойчивого развития ООН (ЦУР ООН) [4]. Например, в Volkswagen Group ЦУР 13 (Меры по борьбе с изменением климата) была определена как основная цель, за которой последовали пять целей, которые были классифицированы как приоритеты: ЦУР 7; ЦУР 8; ЦУР 9; ЦУР 11; ЦУР 12 [5]. К числу ЦУР ООН, в достижение которых Renault Group вносит непосредственный вклад, включены: ЦУР 3; ЦУР 5; ЦУР 8; ЦУР 11; ЦУР 12; ЦУР 13; ЦУР 16 [6].

Траектория экономического развития с низким уровнем выбросов углерода (стратегия ЕС “The European Green Deal” направлена на достижение углеродной нейтральности к 2050 г., США намерены к 2030 г. на 50 % сократить выбросы CO₂ в атмосферу по сравнению с уровнем 2005 г. и т. д.) обуславливает необходимость совершенствования автокорпорациями выпускаемой техники, внедрения эко-инноваций, направленных на снижение выбросов CO₂, повышение энергоэффективности, развитие альтернативных видов топлива.

Анализ стратегических целей ведущих мировых автокорпораций показывает, что в качестве приоритетных декларируются экологические цели, связанные с изменением климата. Renault Group поставила целью снижение выбросов CO₂ от новых автомобилей, произведенных Группой, в 2022 г. на 25 % по сравнению с 2010 г., и достижение углеродной нейтральности в Европе к 2050 г. [6]. Toyota поставила целью сокращение выбросов CO₂ от новых транспортных средств на 90 % к 2050 г. от уровня 2010 г. [7].

Европейские автопроизводители сократили общие выбросы CO₂ от производства автомобилей с 2006 г. по 2021 г. на 46 % — с 12,68 млн. т. до 6,86 млн. т. (рис. 1).

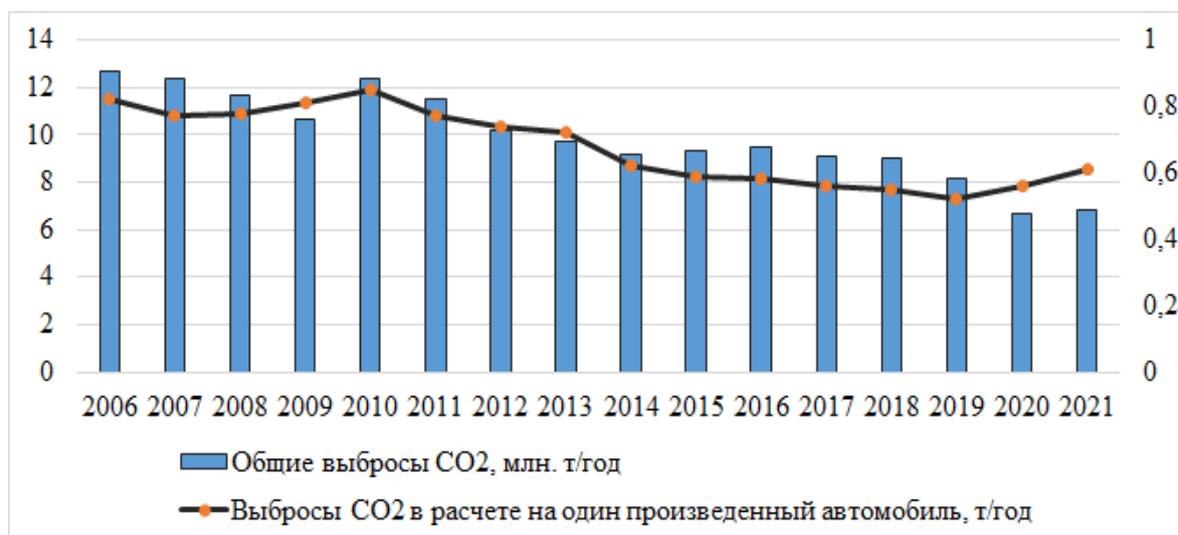


Рис. 1. Выбросы CO₂ от производства автомобилей в ЕС. Источник: [8]

Помимо целей по сокращению CO₂, автокорпорации также ставят цели по сокращению потребления невозобновляемых ресурсов, снижения отходов и выбросов загрязняющих веществ. Для их достижения реализуются мероприятия, направленные на переработку материалов, повторное использование воды, внедрение технологий, минимизирующих отходы и др.

Одним из важных направлений в производстве экологичных видов транспорта является производство электрических автотранспортных средств. В 2021 г. продажи электромобилей в мире составили рекордные 6,6 млн. единиц (для сравнения: в 2012 г. продажи составили всего 120 тыс. единиц), в результате чего мировой парк электрических автотранспортных средств составил 16,5 млн. единиц [9].

Помимо создания электромобилей автокорпорации также активно работают над созданием зарядных станций, производственных мощностей по выпуску зарядных устройств для электромобилей. Общедоступные зарядные устройства по всему миру приблизились к 1,8 млн. точек зарядки в 2021 г. (для сравнения: 182 тыс. в 2016 г.) [9].

В 2021 г. автокорпорация Kia совместно с фондом BlackRock Global Renewable Power и другими партнерами инвестировала 700 млн. евро в предприятие IONITY, ведущую европейскую сеть сверхбыстрых зарядных станций для электромобилей для расширения зарядной сети по всей Европе [10].

Важная роль автопроизводителями также отводится управлению цепочкой поставок для повышения экологичности производства и продукции: установление базового уровня выбросов загрязняющих веществ поставщикам; обмен передовым опытом по сокращению выбросов и др.

Реализация экопроектов и развитие технологий CASE (Connected, Autonomous, Shared & Services, Electric — подключенные, автономные, совместные, электрифицированные автомобили) обуславливает увеличение расходов корпораций на исследования и разработки. Так, на долю автомобильной промышленности ЕС приходится 29 % общих расходов на исследования и разработки (60,9 млрд. евро в год) [11].

Развитие технологий CASE усиливает социальную составляющую стратегий автокорпораций, в первую очередь, в части инвестирования в обучение персонала.

Так, в 2020 г. в Volkswagen Group внедрена программа повышения квалификации 8 тыс. сотрудников для вывода на рынок новых электрических моделей на пилотной площадке для электромобильности в Цвикау. К 2023 г. Volkswagen планирует создание двух тысяч новых рабочих мест, связанных с цифровизацией, и увеличивает бюджет на обучение новым технологиям на 60 млн. евро — до 160 млн. евро [5].

С 2018 г. в Renault Group внедрена система управления обучением “LEARNING @ RENAULT”, предлагающая доступ к 480 цифровым модулям по кросс-функциональным и управленческим темам для развития функциональных навыков [6].

В рамках выполнения социальных обязательств перед обществом автокорпорации реализуют программы, содействующие повышению безопасности дорожного движения, программы поддержки образования

(например, корпорацией Ford созданы Центры ресурсов и взаимодействия (Ford Resource, Engagement Centers), Академия предпринимательства Генри Форд, реализуется программа Ford Next Generation Learning [12]), культуры и спорта, поддерживают деятельность некоммерческих организаций (пожертвования и спонсорство).

Заключение

Результаты анализа реализуемых стратегий устойчивого развития ведущих автокорпораций позволяют констатировать, что корпорации придерживаются проактивной и визионерской типов стратегии, ориентированных на внедрение принципов устойчивого развития во все сферы деятельности, внешнее представление устойчивости (проявляющееся в прозрачности информации, активном взаимодействии с заинтересованными сторонами), активном внедрении инноваций для создания и поддержания конкурентных преимуществ.

Изменение геополитической обстановки и введение антироссийских санкций в текущем году негативно сказывается на планах в области достижения целей устойчивого развития.

В первой половине 2022 г. было реализовано 4,3 млн. новых BEV (battery electric vehicle) и PHEV (plug-in hybrids), что на 62 % больше, чем в первом полугодии 2021 г. [13].

Рост продаж электромобилей на фоне снижения мировых продаж автомобилей (по данным консалтинговой компании LMC Automotive за первое полугодие 2022 г. мировые продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей составили 38,1 млн. единиц, что на 12 % меньше аналогичного периода 2021 г. [14]) обусловлен усилением регуляторного давления на отрасль в части требований к выбросам CO₂ и загрязняющих веществ в выхлопных газах транспортных средств и реализацией программ государственного стимулирования покупок электромобилей.

Однако модель регионального роста изменилась: продажи в Китае увеличились на 113 % по сравнению с первым полугодием 2021 г., в США и Канаде — на 49 %, в Европе — только на 9 % [13].

Продолжающийся дефицит полупроводников и микросхем, а также энергокризис, обусловленный санкционной войной, привел к сокращению темпов роста продаж BEV и PHEV в ЕС. Если в I квартале 2022 г. продажи BEV в ЕС выросли на 53,4 % по отношению к аналогичному периоду 2021 г. (в I квартале 2021 г. прирост составил 59,1 % по отношению к аналогичному периоду 2020 г.), то во II квартале темпы прироста BEV замедлились и составили 11,1 % (во II квартале 2021 г. прирост составил 231,6 %), в III квартале темпы прироста составили 22 % (в III квартале 2021 г. прирост составил 56,7 %). Продажи PHEV по итогам трех кварталов показали снижение по отношению к аналогичным периодам 2021 г. [11].

Согласно прогнозам, по итогам 2022 г. продажи электромобилей в мире составят 10,6 млн. электромобилей (на 57 % больше, чем в 2021 г.), при этом продажи BEV достигнут 8 млн., PHEV — 2,6 млн. единиц [13].

Планы перехода стран к углеродной нейтральности будут способствовать интенсификации усилий автокорпораций в области развития технологий CASE, увеличению продаж электромобилей, пересмотру цепочек поставок для обеспечения их устойчивости, освоению поставщиками новых технологий, решению проблем, связанных с утилизацией и переработкой аккумуляторных батарей.

Список литературы

1. Luo B.N, Tang Y., Chen E.W, Li S., Luo D. Corporate Sustainability Paradox Management: A Systematic Review and Future Agenda // *Frontiers in Psychology*. – 2020. – Vol. 11. – URL: <https://www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2020.579272> (date of access: 23.10.22).

2. Baumgartner R.J., Ebner D. Corporate Sustainability Strategies: Sustainability Profiles and Maturity Leves // *Sustainable Development*. – 2010. No. 18. – Pp. 76–89.

3. Аньшин В.М., Глазовская Е.С., Перцева Е.Ю. Проектный подход к реализации концепции устойчивого развития в компании: монография. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 265 с.

4. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей ООН 25 сентября 2015 года. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/420355765> (дата обращения 25.10.22).

5. Volkswagen AG: сайт. – URL: <https://www.volkswagenag.com> (дата обращения 25.10.22).

6. Renault Group: сайт. – URL: <https://group.renault.com> (дата обращения 25.10.22).

7. Toyota Group: сайт. – URL: <https://global.toyota> (дата обращения 25.10.22).

8. CO2 emissions from car production in the EU. – URL: <https://www.acea.auto/figure/co2-emissions-from-car-production-in-eu/> (date of access: 23.10.22).

9. Global EV Outlook 2022. – URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2022> (date of access: 23.10.22).

10. Kia инвестировала в развитие сети зарядных станций IONITY. – URL: <https://www.kia.ru/press/news/358/> (дата обращения 25.10.22).

11. ACEA: сайт. – URL: <https://www.acea.auto/> (дата обращения 25.10.22).

12. Ford: сайт. – URL: <https://www.ford.com/> (дата обращения 25.10.22).

13. Global EV Sales for 2022 H1. – URL: <https://www.ev-volumes.com/> (date of access: 25.10.22).

14. LMC Automotive: сайт. – URL: <https://lmc-auto.com/> (дата обращения 25.10.22).