

STRESZCZENIE

BUDOWANIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ NA EUROPEJSKIM RYNKU SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH

Tomasz Konewka

Kraje Unii Europejskiej, EFTA i Wielka Brytania znajdują się w trakcie transformacji energetycznej, której głównym celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej w 2050 r., tzn. zerowego poziomu emisji gazów cieplarnianych netto. W listopadzie 2018 r. Komisja Europejska (KE) przedstawiła długoterminową wizję gospodarki konkurencyjnej i neutralnej dla klimatu, która jest zgodna z celem Porozumienia Paryskiego z 2015 r., jakim jest utrzymanie wzrostu temperatury znacznie poniżej 2°C i próba obniżenia tego wzrostu do poziomu 1,5°C. Zgodnie z przedstawioną w tej wizji strategią w zakresie klimatu i energii ma zostać zrealizowane unijne zobowiązanie do zmniejszenia emisji o co najmniej 40% do 2030 r. w porównaniu z 1990 r.

W grudniu 2019 r. Ursula von der Leyen, Przewodnicząca KE, ogłosiła założenia Europejskiego Zielonego Ładu (EZŁ) dla Unii Europejskiej (UE), które zastrzegają cele redukcji emisji gazów cieplarnianych w taki sposób, aby 2050 r. stał się realny dla osiągnięcia zakładanego celu neutralności klimatycznej. We wrześniu 2020 r. Komisja przedstawiła plan zwiększenia, w odpowiedzialny sposób, do przynajmniej 55% redukcji emisji CO₂ w stosunku do poziomu w 1990 r. W celu jego realizacji, kluczową rolę będzie odgrywała transformacja transportu, który odpowiada za 21% emisji gazów cieplarnianych w Europie. UE to jeden z trzech światowych rynków (obok Chin i USA) pod względem wielkości produkcji samochodów osobowych, z udziałem ponad 21% w 2019 r. i z tego powodu transformacja przemysłu motoryzacyjnego, a w konsekwencji stworzenie nowego rynku samochodów elektrycznych, będzie miała istotny wpływ na funkcjonowanie tego przemysłu w przyszłości.

Elektryfikacja transportu, która jest kluczowym elementem strategii przemysłowej, staje się również celem dla większości producentów samochodowych. W procesie elektryfikacji branży, istotną kwestią jest dostosowanie produkcji do nowych rozwiązań technologicznych oraz uzyskanie w krótkim okresie *break-even point* w zakresie kosztów produkcji samochodu elektrycznego w porównanie do tradycyjnego odpowiednika. W związku z tym, producenci samochodów ponoszą duże nakłady inwestycyjne w zakresie badań i rozwoju (R&D), głównie na produkcję platform i konstrukcję pozostałych elementów samochodu. Odpowiednie dopasowanie platform i umieszczenie w niej baterii odpowiedniej wielkości jest krytyczne dla całej konstrukcji, a w konsekwencji ma wpływ na obniżenie kosztu całkowitego pojazdu oraz zwiększenie jednorazowego zasięgu samochodu elektrycznego. Istotnym czynnikiem jest odpowiednio zaawansowana technologicznie bateria, która stanowi ok. 50% kosztów całkowitych samochodu elektrycznego.

Celem niniejszej pracy jest wykazanie, że Europa jest w stanie stworzyć odpowiednie warunki do uzyskania przewagi konkurencyjnej w rywalizacji z innymi regionami świata – głównie z Chinami i USA – w zakresie produkcji samochodów elektrycznych (EV), poprzez konsekwentnie wdrażane programy wsparcia dla branży oraz poprzez stworzenie odpowiednich warunków konkurencji dla całego łańcucha dostaw. Jednym z efektów będzie zbudowanie przewagi konkurencyjnej opartej o zmieniony strukturalnie globalny łańcuch dostaw baterii.

W pracy położono nacisk również na fakt, że zachowanie i postawa konsumentów jest jednym z kluczowych elementów w realizacji polityki elektryfikacji branży samochodowej w Europie. W tym celu zostało przeprowadzone badanie preferencji konsumentów w Polsce i następnie porównano otrzymane wyniki do innych podobnych badań wykonanych w krajach Europy Zachodniej. W przeprowadzonym badaniu próbowano odnaleźć odpowiedź na pytania: jaki jest stosunek respondentów do samochodu elektrycznego, czy przy zakupie kolejnego samochodu potencjalni klienci wybiorą samochód elektryczny i jakie czynniki wpłyną na podjęcie takiej decyzji? Jeśli zaś nie zamierzają kupić, to jakie obawy wpływają na taką decyzję.

W rozprawie doktorskiej autor zaprezentował zaadoptowany model diamentu przewagi konkurencyjnej M.E. Portera dla europejskiego rynku samochodów EV, który posłużył do analizy uwarunkowań uzyskania przewagi konkurencyjnej tej branży. Do klasycznego modelu M.E.Portera autor pracy dodał następujące czynniki:

- zmiana klimatu, globalne ocieplenie i zanieczyszczenie powietrza stanowią kluczowe

zagadnienia, które stoją za wprowadzeniem w życie polityki makroekonomicznej stwarzającej podstawy powstania nowego rynku samochodów EV,

- polityka poszczególnych rządów UE w sprawie wsparcia dla rozwoju rynków samochodów EV w formie dofinansowania, ulg i zachęt do zakupu samochodów EV,
- wpływ korporacji ponadnarodowych oraz wchodzenie na rynek nowych przedsiębiorstw (głównie start-upów),
- branża baterii litowo-jonowych ściśle powiązana z branżą samochodów EV.

Na podstawie analizy zaadoptowanego modelu diamentu przewagi konkurencyjnej M.E. Portera, autor doszedł do wniosku, że Europa będzie w stanie osiągnąć i stworzyć warunki dla zbudowania swojej własnej przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych rynków świata, w szczególności Chin i USA. Stworzenie regionalnego europejskiego rynku baterii z lokalnym wykorzystaniem surowców pozwoli producentom baterii i samochodów elektrycznych z krajów UE uniezależnić się od dostaw baterii, surowców i komponentów do ich produkcji spoza Europy. Dzięki temu będzie możliwe stworzenie przewagi konkurencyjnej wobec innych rynków na świecie.

Słowa kluczowe: rynek samochodów elektrycznych, model diamentu przewagi konkurencyjnej M.E. Portera, Europejski Zielony Ład, baterie litowo-jonowe, platformy do samochodów elektrycznych.

