

Budowanie
przewagi konkurencyjnej
europejskiej branży
samochodów elektrycznych

Tomasz Konewka

Budowanie
przewagi konkurencyjnej
europejskiej branży
samochodów elektrycznych

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
Gdańsk 2022

Recenzenci
prof. dr hab. Barbara Jankowska
dr hab. Marta Götz

Redaktor Wydawnictwa
Jerzy Toczek

Projekt okładki i stron tytułowych
Filip Sendal

Skład i łamanie
Mariusz Szewczyk

Publikacja sfinansowana ze środków
Katedry Biznesu Międzynarodowego Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Gdańskiego

© Copyright by Uniwersytet Gdański
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-8206-512-1

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. +48 58 523 11 37, tel. kom. +48 725 991 206
e-mail: wydawnictwo@ug.edu.pl
wydawnictwo.ug.edu.pl

Księgarnia internetowa: wydawnictwo.ug.edu.pl/sklep/

Druk i oprawa
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. +48 58 523 14 49

Dla mojej Kochanej Ani

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Konkurencyjność i przewaga konkurencyjna branży i przedsiębiorstwa	15
1.1. Istota konkurencji i konkurencyjności przedsiębiorstw	15
1.2. Źródła i sposoby budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw na rynku	32
1.3. Wpływ działalności innowacyjnej na zdolność konkurencyjną przedsiębiorstwa	41
1.4. Wybrane koncepcje międzynarodowej konkurencyjności branż z uwzględnieniem modelu diamentu przewagi konkurencyjnej Portera	52
Rozdział 2. Europejska branża samochodów osobowych z uwzględnieniem uwarunkowań otoczenia	65
2.1. Zaadaptowany model diamentu przewagi konkurencyjnej Portera dla europejskiej branży samochodów elektrycznych	65
2.2. Poziom emisji gazów cieplarnianych w Unii Europejskiej	68
2.3. Polityka Unii Europejskiej wobec branży motoryzacyjnej w ramach Europejskiego Zielonego Ładu	70
2.4. Europejska branża samochodów osobowych jako jeden z głównych regionów światowego przemysłu motoryzacyjnego	80
Rozdział 3. Specyfika branży samochodów elektrycznych	95
3.1. Aspekty technologiczne związane z samochodem elektrycznym	95
3.1.1. Samochód elektryczny jako nowe rozwiązanie technologiczne	95
3.1.2. Zmiany w konstrukcji samochodu elektrycznego i ich wpływ na koszt całkowity pojazdu	105
3.1.3. Polityka producentów samochodów elektrycznych w zakresie rozwoju platform EV	111
3.2. Polityka inwestycyjna producentów w branży samochodów elektrycznych z uwzględnieniem producentów europejskich	116
3.3. Sprzedaż i polityka dopłat na rynku samochodów elektrycznych w Europie	122

3.4. Aktualna i przyszła pozycja producentów europejskich na tle światowej branży samochodów elektrycznych	131
Rozdział 4. Dostawcy baterii i surowców jako branże powiązane	141
4.1. Konstrukcja baterii litowo-jonowej	141
4.2. Zmiany technologiczne baterii i ich wpływ na całkowity koszt zestawu baterii	144
4.3. Charakterystyka branży baterii na świecie i w Europie	154
4.4. Pozycja Unii Europejskiej w globalnym łańcuchu dostaw baterii	161
4.5. Polityka Unii Europejskiej w zakresie tworzenia europejskiej branży baterii	173
Rozdział 5. Samochody elektryczne z punktu widzenia potencjalnych nabywców – wyniki badania empirycznego	185
5.1. Metodyka badawcza	185
5.1.1. Cel badania	185
5.1.2. Opis badania i charakterystyka próby	189
5.2. Czynniki wpływające na wybór samochodu elektrycznego przez klientów	194
5.3. Czynniki motywujące do zakupu samochodu elektrycznego	211
Zakończenie	229
Załączniki	235
Załącznik nr 1	236
Załącznik nr 2	238
Załącznik nr 3	240
Załącznik nr 4	242
Załącznik nr 5	244
Załącznik nr 6	251
Bibliografia	257
Spis rysunków	273
Spis tabel	277
Abstract	279