

JEL коды: F23, F63, Q01

## Устойчивое развитие автомобилестроения в условиях нарастания глобальной турбулентности

### **В.Р. Парцвания,**

к.э.н., доцент кафедры государственного управления и публичной политики, Институт общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва, Россия

### **Н.А. Слука,**

д.г.н., профессор кафедры географии мирового хозяйства, с.н.с., Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия,  
e-mail: sluka2011@yandex.ru

### **А.Ю. Сызранцев,**

обучающийся, Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова, Москва, Россия

### **И.С. Воробьев,**

обучающийся, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия

**Аннотация.** В статье аргументируется нарастание влияния крупного бизнеса в мировой экономике и степени его социальной ответственности в условиях глобальной турбулентности. На примере индустрии автомобилестроения раскрыты положительные эффекты различных сторон экономической деятельности мультинациональных корпораций с опорой на парадигму устойчивого развития. Выявлены новые вызовы, стоящие перед автомобильными корпорациями и провоцируемыми общемировым трендом вовлечения бизнеса в достижение целей устойчивого развития. Анализируются стратегии ряда корпораций по преодолению этих вызовов и усилению позиций на глобальном рынке.

## Sustainable Development of the Automotive Industry in the Face of Growing Global Turbulence

### **V.R. Partsvaniya,**

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Public Administration and Public Policy, Institute of Social Sciences, RANEPA under the President of the Russian Federation, Moscow, Russia

### **N.A. Sluka,**

D.Sc. in Geography, Professor of the Department of Geography of the World Economy, Senior Researcher, M.V. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia,  
e-mail: sluka2011@yandex.ru

### **A.Y. Syzrantsev,**

Student, Pirogov Russian National Research Medical University, Moscow, Russia

### **I.S. Vorobiev,**

Student, Institute of Social Sciences, RANEPA under the President of the Russian Federation, Moscow, Russia

**Abstract.** The paper discusses the growing influence of big business in the world economy and the level of its social responsibility in the context of global turbulence. On the example of the automotive industry, the authors reveal the positive effects of various aspects of the economic activity of multinational corporations based on the paradigm of sustainable development. The paper identifies new challenges that automotive corporations are facing and that are triggered by the global trend of business engagement in achieving the sustainable development goals. The strategies of a number of corporations to overcome these challenges and strengthen their positions in the global market are specified.

**Ключевые слова:** глобальная турбулентность, устойчивое развитие, автомобильная промышленность, мультинациональные корпорации, трансформации

**Keywords:** global turbulence, sustainable development, automotive industry, multinational corporations, transformations.

DOI: 10.31432/1994-2443-2020-15-4-67-76

**Цитирование публикации:** Парцвания В.Р., Слука Н.А., Сызранцев А.Ю., Воробьев И.С. Устойчивое развитие автомобилестроения в условиях нарастания глобальной турбулентности // Информация и инновации. 2020, Т. 15, № 4. С. 67-76. DOI: 10.31432/1994-2443-2020-15-4-67-76

**Citation:** Partsvaniya V.R., Sluka N.A., Syzrantsev A.Yu., Vorobiev I.S. Sustainable development of the automotive industry in the face of growing global turbulence // Information and Innovations 2020, T. 15, № 4. P. 67-76. DOI: 10.31432/1994-2443-2020-15-4-67-76

## Введение

Мирохозяйственные (глобализационные) процессы, как и другие исторические процессы, имеют не только поступательную, но и циклическую составляющую, которая отражает подъемы и спады планетарной интеграции [7, с. 40], разделяемые различного рода кризисами и потрясениями. Конец XX века – начало XXI века ознаменовался развитием ряда мощных глобальных трендов. С одной стороны, налицо не только резкая интенсификация уже «традиционных» финансово-экономических кризисов, но и появление кризисных явлений нового типа, включая, например, «террокризисы», возникающих под влиянием террористических актов, и пока слабо изученные эпидемиологические кризисы. Именно пандемия коронавируса спровоцировала новейший виток турбулентности на отраслевых рынках и политической арене мира. С другой стороны, нарастание глобальных проблем – доминирование успешных держав над мировой периферией [14], возрождение протекционизма [22], трансформация ценностей и мировоззренческих установок [10], рост социального неравенства [21; 15], нелегальной миграции [18] и другие – вызвало резкое усиление внимания на уровне мирового сообщества к тематике устойчивого развития. Главы государств и правительств, международные организации и институты подчеркивают необходимость сбалансировать экономические, экологические

и социальные аспекты в системе ценностей различных акторов современной международной политики и мировой экономики. ООН провозглашена глобальная повестка дня по борьбе с глобальными вызовами, а цели устойчивого развития (ЦУР) на период 2016-2030 гг., утвержденные Генеральной ассамблеей ООН в сентябре 2015 года, задают вектор этому движению: 17 целей подразделяются на 169 задач, эффективность выполнения которых должна оцениваться по 232 индикаторам. Особая миссия в достижении ЦУР априори отводится бизнесу, в особенности крупному, оперирующему огромными финансово-экономическими ресурсами и осуществляющему свою деятельность в большинстве стран мира. Цель статьи – раскрыть принципы и практики интеграции ЦУР в бизнес-культуру крупнейших автомобильных компаний мира как ответа на новые глобальные вызовы.

## Глобальный бизнес и парадигма устойчивого развития

В силу все возрастающего веса и роли корпораций в мирохозяйственном развитии эксперты все более уверенно отмечают признаки перехода от классической формы международного разделения труда к транснациональному разделению труда. Ныне на долю мультинациональных корпораций (МНК) приходится уже более 50% мирового промышленного производства и свыше 70% мировой торговли; корпорации контроли-

руют примерно 80% патентов и лицензий на изобретения и высокие технологии. Если в 2000 году в состав 100 крупнейших экономических структур мира входили 71 государство и 29 МНК, то в 2017 году – 59 государств и 41 МНК [5]. Впечатляют «стоимостные параметры» авангарда современного корпоративного мира. Так, на 2 тыс. крупнейших публичных компаний из рейтинга Forbes Global 2000 за 2018 год в совокупности приходится: 39,1 трлн. долл. продаж; 3,2 трлн. долл. прибыли; 189 трлн. долл. активов и 56,8 трлн. долл. рыночной стоимости [4]. Колоссальные масштабы и глобален охват разветвленных сетевых структур ведущих корпораций мира, суперпозиция которых зачастую задает новые точки социально-экономического развития в глобальном пространстве. По данным ЮНКТАД, в 2017 году объем произведенной добавленной стоимости филиалами МНК в других странах с персоналом 73,2 млн. человек превысил 9% мирового ВВП, а экспорт составил треть всей мировой торговли [25]. По сравнению с 1990 годом, вклад зарубежных подразделений МНК в мировой ВВП увеличился в 1,7 раза, число занятых – в 2,7 раза, а объем накопленных прямых иностранных инвестиций (ПИИ) – в 14 раз. Аккумулированный объем ПИИ в мире к концу 2017 г. оказался на уровне примерно 31 трлн. долл., в том числе ежегодный поток ПИИ составил свыше 1,4 трлн. долл. (это около 7% всех вложений в основной капитал в мире за год) [6].

При этом последовательно нарастает не только значимость и влияние крупного бизнеса в мировой экономике, но и степень его вовлечения в тематику устойчивого развития, а публичная поддержка ЦУР становится составной частью деловой репутации, имиджа и операционной деятельности многих МНК. Хотя, зачастую часть корпораций воспринимает эту сферу как источник финансовых издержек, а приобретаемые выгоды – неочевидными. Вместе с тем, все чаще появляются конкретные практики и проекты, свидетельствующие о том, что выполнение ЦУР перерастает из набора благих пожеланий

и социально-ответственной активности в бизнес-направление, сопряженное с вполне конкретными и ощутимыми коммерческими эффектами [16; 17]. Если еще год назад, по данным консалтинговой компании PwC, из 729 крупнейших МНК, оперирующих в 21 стране и представляющих 6 отраслей промышленности, лишь около 200 корпораций, так или иначе, упоминали ЦУР в своих бизнес-стратегиях; то на сегодняшний день, из 1141 МНК, действующих в 31 стране и представляющих 7 отраслей, около 72% корпораций упоминают ЦУР в отчетности, 25% – включают их в свои бизнес-стратегии и 14% – ставят себе конкретные целевые показатели достижения ЦУР [20]. Российская практика демонстрирует схожие тенденции. В частности, показательны результаты опросов 78 корпораций из рейтинга крупнейших компаний страны RAEX-600, проведенные российской национальной сетью Глобального договора ООН. Около половины из них «планируют или уже начали внедрять стратегию, увязанную с ЦУР» в свои бизнес-модели [11].

### **Мировой автопром на пути интеграции принципов устойчивого развития**

Особое место среди совокупности МНК в контексте устойчивого развития занимают крупнейшие автомобилестроительные компании. Автомобилестроение традиционно считается ядром машиностроения, которое наряду с электроэнергетикой и химией входит в состав «авангардной тройки» отраслей промышленности в эпоху НТР. Также хорошо известно, что генерируя и внедряя технико-организационные инновации, создавая новые мощности и обеспечивая бесперебойность пассажиропотоков и грузоперевозок, продукция отрасли всегда выступала одним из основных загрязнителей окружающей среды. В частности, именно автотранспорт оставался главным источником выбросов CO<sub>2</sub> для воздушного бассейна крупных агломераций [1]. Еще в конце XX века в мире действовало несколько десятков самостоятельных автофирм, но в результате процесса слияния и по-

глощения к настоящему времени осталось чуть более десяти сверхкрупных конгломератов автопроизводителей, сохраняющих исторические бренды и выпускающих почти 90% продукции отрасли. И такая глобальная организационная перестройка отрасли вкупе со всеми кризисными явлениями в мировой экономике не сказалась на объемах выпуска и продаж транспортных средств разного класса, которые неуклонно увеличиваются в глобальном масштабе. Этому в немалой степени способствует устойчивость спроса, базирующаяся на длительных трендах как повсеместного роста доходов и мобильности населения, так и увеличения объемов внутреннего и международного товародвижения. Другое дело, что динамичный количественный рост оказался сопряженным с серьезными качественными преобразованиями техники на основе активного внедрения инноваций и новейших технологий в производство, изменения принципов работы заводов за счет интеграции элементов цифровых платформ и инфраструктуры. Как ответ на требования времени классические автомобили с двигателями внутреннего сгорания (ДВС) быстро трансформируются в инновационные транспортные средства с полностью электрической силовой установкой; превращаются в своего рода «умные» автомобили, передающие большие данные на базе цифровых технологий, или перемещаются по дорогам в автономном режиме без участия водителя. Масштабы таких изменений весьма ощутимы, их темпы ускоряются и часто уже не поддаются корректным прогнозам.

На волне технологического обновления отрасли наблюдается стремительное появление новых игроков на мировом рынке, ротация в рейтинге фирм-автопроизводителей, формирование автопроизводителя нового типа. Так, 29 июня 2010 года – в день начала торгов акциями американского производителя электромобилей Tesla на фондовой бирже NASDAQ – никто не предполагал, что ровно через 10 лет ее акции будут торговаться по цене, превышающей первоначальную стои-

мость более чем на 4000%, а сама компания превратится в одну из самых дорогих автомобильных корпораций мира [23]. Причем, в начале 2020 года Tesla построила и запустила свой первый завод электромобилей за пределами США – в Китае, и уже приступила к строительству второго такого завода – в Германии. В индустрии коммерческого транспорта, если раньше компании, осуществлявшие выпуск техники, воспринимали себя в статусе исключительно производителя, то сегодня многие из них стремятся позиционироваться в качестве поставщика комплексных транспортных решений для клиентов и расширяют границы традиционной транспортной и логистической сферы.

Элита мирового автопрома одной из первых в составе глобального бизнеса активно поддержала ЦУР, что выразилось в интеграции принципов устойчивого развития в корпоративную культуру; трансформации поведенческих и бизнес-моделей МНК; реализации социально-значимых и природоохранных инициатив, привлекающих общественное внимание; запуске проектов, способствующих снижению энергопотребления и вредного воздействия на экологию; отражении различных аспектов связанных с ЦУР активностей компаний в годовых отчетах и т.д. Подобная стратегия открывает корпорациям дорогу к новым рыночным нишам, формируемым благодаря глобальным трендам, – от развития альтернативной энергетики и изменения структуры энергопотребления по всему миру до изменения потребительских предпочтений в пользу экологически чистых продуктов, ресурсосбережения и использования вторичного сырья. Автоконцернам можно, конечно, бороться с этими трендами и предпринимать весьма рискованные попытки обходить требования и фальсифицировать уровень выбросов вредных веществ при помощи новых технических устройств и датчиков, подвергая риску деловую репутацию и имидж бренда. Показателен в этом отношении пример концерна Volkswagen, который в результате скандального дела, известного

как «Дизельгейт», понес расходы в виде штрафов и компенсаций в размере около 35 млрд. долл., не говоря уже о значительных репутационных издержках [24]. Но, дабы оставаться в «мейнстриме», подавляющая часть ведущих автопроизводителей мира однозначно выбирает путь поиска новых возможностей, скрывающихся за передовыми глобальными тенденциями.

В целях выстраивания работы по достижению ЦУР на системной основе большинство автомобилестроительных корпораций последовательно интегрируют принципы устойчивого развития в основную цель и миссию организации, структуру управления и корпоративную культуру, отражая конкретные изменения в руководящих документах и бизнес-процессах. При этом с помощью конкретных показателей эффективности деятельности (KPI) они измеряют эффективность и результативность работы бизнеса в достижении ЦУР. На основе этих показателей можно также рассчитать вклад того или иного, связанного с устойчивым развитием проекта, инициативы или мероприятия в финансовое состояние бизнеса. Такие компании как Daimler, Volkswagen, Scania, MAN, Volvo Trucks и ряд других подписали Глобальный договор ООН – международную инициативу для бизнеса в сфере корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, и приняли на себя обязательства внедрить его десять международно признанных принципов, касающихся прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и противодействия коррупции, во внутренние корпоративные документы – инструкции, стандарты и политики. И теперь раскрывают своим стейкхолдерам информацию, в которой подробно описывается прогресс компании в реализации ЦУР в течение календарного года (соответствующая информация ежегодно размещается на официальном сайте Глобального договора ООН в виде Сообщения о достигнутом прогрессе). Кроме того, некоторые компании стали формировать и размещать на своем сайте годовой отчет и отчет об устойчивом разви-

тии как единый интегрированный документ, составленный в соответствии с принципами и требованиями международных стандартов отчетности, и публично отчитываются о прогрессе в достижении принятых на себя обязательств.

### **Новые вызовы для крупнейших автопроизводителей мира**

Нарастающее внимание к тематике устойчивого развития со стороны политической элиты, бизнес-сообщества и потребителей, соответственно, ставит автоиндустрию первой перед новыми вызовами, среди которых можно выделить, как минимум, следующие четыре.

Во-первых, усиливается регуляторное давление на автопром со стороны властных органов по всему миру и, прежде всего, в части нормативных требований к уровню выбросов вредных веществ со стороны транспортных средств. Если в начале нового тысячелетия в странах ЕС действовали нормы выбросов, соответствующие экологическому стандарту Евро-3, то за последние 15 лет требования ужесточились настолько, что автомобильным концернам уже запрещено производить технику с содержанием выбросов ниже уровня Евро-6. По пути ужесточения экологического законодательства идут многие мегаполисы (Лондон, Париж, Мадрид, Стокгольм, Осло, Копенгаген, Рим, Афины, Сеул, Мехико, Штутгарт и ряд других) и принимают на себя обязательства закрыть въезд автомобилей с ДВС или низкими экологическими классами в центральные части города, и даже полностью запретить использование таких автомобилей на своей территории. Поэтому многие производители легковых и коммерческих автомобилей активно ведут разработку двигателей, работающих на альтернативном топливе. Например, Scania уже сегодня предлагает в своей продуктовой линейке грузовики с двигателями на этаноле, растительном масле, биодизеле, биогазе, природном газе, гибридном цикле, и наряду с другими производителями (Volvo Trucks, Daimler, DAF, Iveco) разрабаты-

вает решения на водородном топливе и электрической тяге. Тысячи грузовиков на альтернативном топливе уже курсируют по всему миру, внося существенный вклад в сокращение выбросов углекислого газа, оксида азота и иных вредных веществ в окружающую среду, но также и улучшая мобильность в мегаполисах и обеспечивая дополнительную доходность концернам. Та же Scania в 2019 году реализовала 6631 ед. грузовиков и автобусов на нетрадиционных видах топлива, что составило 6,6% от общего объема реализованной техники [19]. Корпорации понимают, что без соответствия строгим экологическим требованиям возможности развития бизнеса на мировом рынке будут резко сужаться, а отставание от фирм-конкурентов – нарастать.

Во-вторых, обостряется конкурентная борьба за ведущие позиции на мировом рынке электромобилей. В легковом сегменте практически все крупнейшие автоконцерны активно развивают технологии электротранспорта. Volkswagen, например, несмотря на упомянутый скандал и понесенные издержки, стал делать ставку на электромобили и уже поставил себе задачу выпустить 26 млн. таких автомобилей к 2028 г. и стать крупнейшим в мире их производителем [8]. Развитие этого рынка стало частью экологической политики ряда государств и идет в ногу с принципами устойчивого развития, способствующими построению «низкоуглеродного общества». В Норвегии благодаря всевозможным мерам поддержки этого рынка, электромобили стали дешевле многих традиционных автомобилей и составили 46% всех новых машин, реализованных в 2018 г. (рост – 40% в сравнении с годом ранее), а в общем автомобильном парке страны, состоящем из 2 млн. машин, доля экологических автомобилей достигла 10% [13]. В Германии с 2020 года увеличили объемы финансирования программы субсидирования электромобилей и теперь государственные субсидии, например, на покупку электромобилей, стоимостью менее 40 тыс. евро, составляют 6 тыс. евро вместо прежних 4 тыс. евро (при покуп-

ке машины с «чистым» электрическим двигателем) и 4,5 тыс. евро вместо прежних 3,5 тыс. евро (при покупке машины с гибридным двигателем) [2]. Примечательно, что в первом полугодии 2020 года вопреки пандемии коронавируса и экономической рецессии, на немецком автомобильном рынке наблюдался бум продаж электромобилей на фоне обвального падения продаж автомобилей с ДВС (с января по июнь 2020 года продажи «чистых» электромобилей выросли на 42,7%, а гибридов – на 54,6% в сравнении с аналогичным периодом предшествующего года) [3]. В Китае, самом емком рынке электромобилей, благодаря целенаправленным мерам по стимулированию производства экологичного транспорта в сочетании с усилиями по локализации производства аккумуляторных батарей, наблюдается резкий рост числа новых игроков: в 2019 году официально насчитывалось около 500 производителей автомобилей с электроприводом, а в 2018 году производство электрических и гибридных автомобилей составило 1,3 млн. ед., что на 62% больше, чем годом ранее [12].

В-третьих, инвестиционная привлекательность МНК все чаще попадает в зависимость от воздействия ее производственных объектов и мощностей на окружающую среду. Из года в год усиливаются запросы местных сообществ на декарбонизацию производственной деятельности предприятий, а также требования ответственно относиться к сохранению биоразнообразия, как в воде, так и на суше, и бережно потреблять ресурсы. На данный момент, наиболее оптимальным решением становится обеспечение энергетических потребностей объектов производства за счет возобновляемых источников энергии (ВИЭ), приближающих компании к углеродной нейтральности. Представители автомобильной промышленности отдают предпочтение использованию солнечной и ветровой энергии, причем соответствующее оборудование устанавливается непосредственно на самом предприятии, без подключения к центральным сетям, что гарантирует энергетическую

автономию. Многие крупнейшие автомобильные концерны уже подготовили планы по внедрению ВИЭ на производстве и приступили к их реализации. Компания Scania оборудовала крышу своего завода в городе Цволле (Нидерланды) солнечными панелями общей мощностью 6 МВт и разместила два ветрогенератора общей мощностью 5 МВт на прилегающей территории, покрыв тем самым потребности завода в электрической энергии в полном объеме [9]. Некоторые автопроизводители, такие как Volkswagen и Toyota, и вовсе создали дочерние энергетические компании – Elli Group GmbH и Toyota Green Energy, которые занимаются генерацией «зеленой» энергии для собственных промышленных объектов и строительством «чистых» зарядных станций для питания транспортных средств.

В-четвертых, все большее число компаний из самых разных отраслей и сфер деятельности, вовлекаясь в достижение ЦУР, целенаправленно отказываются от работы с поставщиками товаров и услуг, производство которых сопряжено со значительными выбросами вредных веществ и наносит вред экологии. Многие бренды принимают на себя обязательства по минимизации своего «углеродного следа» и достижению нулевых выбросов CO<sub>2</sub> со своей деятельности. Такие корпорации как Siemens, Unilever или L'Oréal планируют достичь 100%-ой углеродной нейтральности своей деятельности к 2030 году, что ставит новые вызовы перед логистическими и транспортными компаниями, которые оказывают им услуги по транспортировке и доставке товаров и используют при этом транспортные средства с бензиновым или дизельным двигателем. Если эти компании не смогут расширить свой автопарк автомобилями с нулевым выбросом вредных веществ, то, очевидно, они потеряют своих ключевых, престижных и наиболее платежеспособных клиентов. С аналогичными вызовами по цепочке сталкиваются автомобильные концерны, которые вынуждены уже сегодня инвестировать миллиарды долларов

в разработки эффективных и экологических чистых видов транспортных средств, чтобы сохранить клиентскую базу в долгосрочной перспективе.

Сами автомобильные МНК схожим образом ужесточают требования к своим поставщикам. Уже известны такие практики, когда корпорации при совершении закупок товаров и услуг для собственных нужд устанавливают требования к поставщикам с точки зрения соответствия их бизнеса принципам устойчивого развития, а также разрабатывают различные опросники и тесты, определяющие степень их приверженности соответствующим целям устойчивого развития. Scania, например, при закупке услуг по вывозу снега с территорий своих станций технического обслуживания грузовиков и автобусов отбирает только таких поставщиков, которые могут гарантировать утилизацию вывозимого снега в снегосплавных пунктах, чтобы этот снег не оказался впоследствии выброшен в лесные участки и не загрязнял водную среду [9]. Аналогично, автопроизводители отказываются работать с поставщиками автомобильных компонентов, узлов и агрегатов, в случае если при их производстве задействован детский труд или не соблюдаются надлежащим образом стандарты охраны труда и техника безопасности. Такие практики положительно сказываются на деловой репутации брендов и повышают степень лояльности со стороны деловых партнеров и клиентов.

## **Заключение**

В условиях неуклонного нарастания глобальной турбулентности и перманентного расширения состава кризисных явлений разного генезиса наблюдается рост социальной ответственности крупного бизнеса и его активизация в деле решения наиболее острых и актуальных проблем человечества, в том числе в рамках реализации ЦУР. «Локомотивом» этого процесса в определенной мере выступают крупнейшие фирмы-автопроизводители мира. Опыт подавляющего числа компаний отрасли доказывает, что ставка на ин-

теграцию принципов устойчивого развития в корпоративную культуру и ведение бизнеса с опорой на эти принципы не только не обременительна, но и может обеспечивать корпорациям дополнительную экономическую выгоду и стабильный коммерческий успех. Более того, в современных и непростых обстоятельствах развития международного сообщества публичная поддержка ЦУР становится как обязательной составной частью деловой репутации и имиджа компании, так и важным фактором устойчивости ее операционной деятельности, уровня конкурентоспособности на отраслевом рынке в целом.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Битюкова В.Р., Мозгунов Н.А., Петухова Н.В. Современные тенденции автотранспортного загрязнения в региональных центрах ЦФО: полимасштабный анализ // Экология и промышленность России. 2020. Т. 24. № 2. С. 57-63. DOI: 10.18412/1816-0395-2020-2-57-63.
2. Гункель Е. В ФРГ вырастут субсидии на покупку электромобилей. Deutsche Welle [Электронный ресурс]. URL: <https://p.dw.com/p/3STAX> (дата обращения: 20.06.2020).
3. Гурков А. Авторынок ФРГ: бум электромобилей на фоне обвала продаж машин с ДВС. Deutsche Welle [Электронный ресурс]. URL: <https://p.dw.com/p/3ers3> (дата обращения: 20.06.2020).
4. Ефремов В.С., Владимирова И.Г. Международные компании: масштабы, структура и тенденции развития // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Т. 8. № 10А. С. 400-412.
5. Ефремов В.С., Владимирова И.Г. Цифровые компании: понятие, масштабы и особенности транснационализации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Т. 8. № 11А. С. 137-147.
6. Кузнецов А.В. ТНК – усиление международной роли или усложнение адаптации к трендам мирового развития? Доклад на Международных Лихачевских чтениях. Санкт-Петербург. 28.05.2019. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2019/dokladi/KuznetsovAV\\_plen\\_rus\\_izd.pdf](https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2019/dokladi/KuznetsovAV_plen_rus_izd.pdf) (дата обращения: 17.02.2020).
7. Мироненко Н.С., Гутер Б.А. Мирохозяйственный переход в начале XXI века: макротехнологические и пространственные трансформации // География мирового хозяйства: традиции, современность, перспективы / Под ред. В.А. Колосова, Н.А. Слуки. М-Смоленск: Ойкумена, 2016. С. 40-48.
8. Невельский А. Победит ли Volkswagen Group в борьбе с Tesla. Ведомости [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/03/04/824488-pobedit-volkswagen> (дата обращения: 21.06.2020).
9. Парцвания В.Р., Слука Н.А. Бизнес в контексте устойчивого развития: новации и подходы концерна Scania // Логистика. 2018. № 8. С. 12-17.
10. Парцвания В.Р., Хупения Н.Р. Трансформация ценностей на пути к постиндустриальному обществу // Российский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 4. С. 273-283. DOI: 10.15643/libartrus-2018.4.3.
11. Устойчивое развитие. Роль России. Национальная сеть Глобального договора ООН. Москва, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-reporting-2018.pdf> (дата обращения: 01.07.2020).
12. Хвостик Е. Коммунизм плюс электрификация автопрома. Коммерсант [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3946834> (дата обращения: 21.06.2020).
13. Global EV Outlook 2019. IEA [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2019> (дата обращения: 21.06.2020).
14. Klein N. The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism. New York: Picador, 2008.
15. Milanovic B. Worlds Apart: Measuring International and Global Inequality. Princeton (NJ); Oxford: Princeton University Press, 2005.
16. Partsvaniya V.R. Profitability of multinational corporations in the context of sustainable development: Scania business practices. *Russian Journal of Management*,

2020, vol. 18, no. 1, pp. 103-116. DOI: 10.21638/spbu18.2020.105.

17. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value. In: Lenssen G., Smith N. (eds) *Managing Sustainable Business*. Springer, Dordrecht. 2019. P. 323-346.

18. Salam R. *Melting Pot or Civil War*. New York: Sentinel Press, 2018.

19. Scania Annual and Sustainability Report 2019 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.scania.com/content/dam/group/investor-relations/financial-reports/annual-reports/Scania\\_AnnualReport\\_2019-English.pdf](https://www.scania.com/content/dam/group/investor-relations/financial-reports/annual-reports/Scania_AnnualReport_2019-English.pdf) (дата обращения: 04.07.2020).

20. SDG Reporting Challenge 2019. PwC. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-2019.pdf> (дата обращения: 02.07.2020).

21. Stiglitz J. *Globalization and Its Discontents*. New York; London: W.W. Norton & Co., 2002.

22. Stiglitz J. Trump and Globalization. *Journal of Policy Modeling*, 2018, vol. 40, no. 3, pp. 515-528. DOI: 10.1016/j.jpolmod.2018.03.006.

23. Tesla stock is up more than 4000% since its debut 10 years ago [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnbc.com/2020/06/29/tesla-stock-up-4125percent-since-ipo-ten-years-ago.html> (дата обращения: 25.06.2020).

24. Volkswagen says diesel scandal has cost it 31.3 billion euros. Reuters [Электронный ресурс]. URL: <https://www.reuters.com/article/us-volkswagen-results-diesel/volkswagen-says-diesel-scandal-has-cost-it-31-3-billion-euros-idUSKBN2141JB> (дата обращения: 24.06.2020).

25. World Investment Report 2018: Global Value Chains: Investment and New Industrial Policies. [Электронный ресурс]. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf) (дата обращения: 07.07.2020).

## REFERENCES

1. Bityukova V.R., Mozgunov N.A., Petukhova N.V. *Sovremennye tendencii avtotransportnogo zagraznenija v regional'nyh centrakh CFO: polimasshtabnyj analiz* [Vehicle Pollution

Modern Tendencies in the Regional Centers of the Central Federal District: Multi-scale Analysis]. *Jekologija i promyshlennost' Rossii*, 2020, Vol. 24, No. 2, pp. 57-63. DOI: 10.18412/1816-0395-2020-2-57-63.

2. Gunkel' E. V FRG vyrastut subsidii na pokupku jelektromobilej [Subsidies for the purchase of electric vehicles will increase in Germany]. Deutsche Welle. Available at: URL: <https://p.dw.com/p/3STAX> (accessed 20.06.2020).

3. Gurkov A. Avtorynok FRG: bum jelektromobilej na fone obvala prodazh mashin s DVS. [The German car market: the boom of electric vehicles amid a collapse in sales of cars with internal combustion engines]. Deutsche Welle. Available at: URL: <https://p.dw.com/p/3ers3> (accessed 20.06.2020).

4. Efremov V.S., Vladimirova I.G. *Mezhdunarodnye kompanii: masshtaby, struktura i tendencii razvitija* [International Companies: Scale, Structure and Development Tendencies]. *Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra*, 2018, Vol. 8, No 10A, pp. 400-412.

5. Efremov V.S., Vladimirova I.G. *Cifrovye kompanii: ponjatie, masshtaby i osobennosti transnacionalizacii* [Digital Companies: Concept, Scope and Features of Transnationalization]. *Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra*, 2018, Vol. 8, No 11A, pp. 137-147.

6. Kuznecov A.V. TNK – usilenie mezhdunarodnoj roli ili uslozhnenie adaptacii k trendam mirovogo razvitija? [MNCs – Strengthening of the International Role or Complication of Adaptation to the Trends of World Development?]. *Doklad na Mezhdunarodnyh Lihachevskih chtenijah*. St. Petersburg, 28.05.2019. Available at: URL: [https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2019/dokladi/KuznetsovAV\\_plen\\_rus\\_izd.pdf](https://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2019/dokladi/KuznetsovAV_plen_rus_izd.pdf) (accessed 17.02.2020).

7. Mironenko N.S., Giter B.A. *Mirohozajstvennyj perehod v nachale XXI veka: makrotehnologicheskie i prostranstvennye transformacii* [The Global Economic Transition in the Early Century: Macro-Technological and Spatial Transformations]. In: Kolosov V.A., Sluka

N.A. (eds). *Geografija mirovogo hozjajstva: tradicii, sovremennost', perspektivy*. Moscow – Smolensk, 2016, pp. 40-48.

8. Nevel'skij A. Pobedit li Volkswagen Group v bor'be s Tesla [Will Volkswagen Group defeat Tesla?]. *Vedomosti*. Available at: URL: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/03/04/824488-pobedit-volkswagen> (accessed 21.06.2020).

9. Partsvaniya V.R., Sluka N.A. Biznes v kontekste ustojchivogo razvitija: novacii i podhody koncerna Scania [Business in the Context of Sustainable Development: Novation and Approaches of Scania]. *Logistika*, 2018, No 8, pp. 12-17.

10. Partsvaniya V.R., Khupeniya N.R. Transformacija cennostej na puti k postindustrial'nomu obshhestvu [Transformation of Values in the process of Formation of Postindustrial Society]. *Rossijskij gumanitarnyj zhurnal*, 2018, Vol. 7, No 4, pp. 273-283. DOI: 10.15643/libartrus-2018.4.3.

11. Ustojchivoje razvitie. Rol' Rossii [Sustainable Development. Role of Russia]. *Nacional'naja set' Global'nogo dogovora OON*. Moscow, 2018. Available at: URL: <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-reporting-2018.pdf> (accessed 01.07.2020).

12. Hvoshtik E. Kommunizm pljus jelektrifikacija avtoproma [Communism Plus Electrification of the Automotive Industry]. *Kommersant*. Available at: URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3946834> (accessed 21.06.2020).

13. *Global EV Outlook 2019*. IEA. Available at: URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2019> (accessed 21.06.2020).

14. Klein N. *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. New York: Picador, 2008.

15. Milanovic B. *Worlds Apart: Measuring International and Global Inequality*. Princeton (NJ); Oxford: Princeton University Press, 2005.

16. Partsvaniya V.R. Profitability of multinational corporations in the context of

sustainable development: Scania business practices. *Russian Journal of Management*, 2020, Vol. 18, No. 1, pp. 103-116. DOI: 10.21638/spbu18.2020.105.

17. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value. In: Lenssen G., Smith N. (eds) *Managing Sustainable Business*. Springer, Dordrecht, 2019. pp. 323-346.

18. Salam R. *Melting Pot or Civil War*. New York: Sentinel Press, 2018.

19. *Scania Annual and Sustainability Report 2019*. Available at: URL: [https://www.scania.com/content/dam/group/investor-relations/financial-reports/annual-reports/Scania\\_AnnualReport\\_2019-English.pdf](https://www.scania.com/content/dam/group/investor-relations/financial-reports/annual-reports/Scania_AnnualReport_2019-English.pdf) (accessed 04.07.2020).

20. *SDG Reporting Challenge 2019*. PwC. Available at: URL: <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/sdg-2019.pdf> (accessed 02.07.2020).

21. Stiglitz J. *Globalization and Its Discontents*. New York; London: W.W. Norton & Co., 2002.

22. Stiglitz J. Trump and Globalization. *Journal of Policy Modeling*, 2018, Vol. 40, No. 3, pp. 515-528. DOI: 10.1016/j.jpolmod.2018.03.006.

23. Tesla stock is up more than 4000% since its debut 10 years ago. *CNBC*. Available at: URL: <https://www.cnbc.com/2020/06/29/tesla-stock-up-4125percent-since-ipo-ten-years-ago.html> (accessed 25.06.2020).

24. Volkswagen says diesel scandal has cost it 31.3 billion euros. *Reuters*. Available at: URL: <https://www.reuters.com/article/us-volkswagen-results-diesel/volkswagen-says-diesel-scandal-has-cost-it-31-3-billion-euros-idUSKBN2141JB> (accessed 24.06.2020).

25. *World Investment Report 2018: Global Value Chains: Investment and New Industrial Policies*. Available at: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf) (accessed 07.07.2020).